

**INOVASI MAKANAN BERBAHAN DASAR SINGKONG  
MENJADI MAKANAN MODERN (HOTKONG)  
DI KOTA BENGKULU**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Islam

**OLEH:**

**DINDI ANGGARA**  
**NIM.1711140098**

**PROGAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU**

**BENGKULU, 2021 M/1442**



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 PERSETUJUAN

Tugas akhir/Skripsi yang ditulis oleh Dindi Anggara, NIM 1711140098 dengan judul "Inovasi Makanan Berbahan Dasar Singkong Menjadi Makanan Modern (HOTKONG) di Kota Bengkulu", Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing. Oleh karena itu, tugas akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, Februari 2021 M  
Rajab 1442 H

Pembimbing I

**Dr. Nurul Hak, M.A.**  
NIP.196606161995031002

Pembimbing II

**Aan Shar, M.M**  
NIP.198008062019031008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENKULU  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 Jalan raden patih pagar dewa Bengkulu  
 Telpom (0736) 21171, 21171, 21176 fax. (0736) 21171

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul "Inovasi Makanan Berbahan Dasar Singkong Menjadi Makanan Modern (HOTKONG) di Kota Bengkulu" ditulis oleh Dindi Anggars, NIM 1711140098, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Mumpasasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:  
 Hari : Senin  
 Tanggal : 12 Juli 2021 M & 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, 23 Juli 2021 M  
 13 Zulhijah 1442 H

Tim Sidang Mumpasasyah

Sekretaris

Ketua

Aan Shahr M.M.  
 NIP. 19890802019031008

Dr. Miti Yarnunida, M.A.  
 NIP. 1970525007102002

Pengujii II

Pengujii I

Yetti Afrida Indri, M.A.  
 NIDN. 0214948401

Dr. Miti Yarnunida, M.A.  
 NIP. 1970525007102002

Mengesahkan,

Dr. Ananir M.A.  
 NIP. 1969192031002



MOTTO

شَرُّهُوَ شَيْئًا تُحِبُّوْا اَنْ وَعَسَىٰ لَكُمْ خَيْرٌهُوَ شَيْئًا تَكْرَهُوْا اَنْ وَعَسَىٰ

تَعْلَمُوْنَ لَا وَاَنْتُمْ لَا تَعْلَمُوْنَ وَاللّٰهُ اَعْلَمُ

Artinya: Boleh Jadi kamu membenci sesuatu, Padahal ia Amat baik bagimu, dan boleh Jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, Padahal ia Amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.

Ayat diatas bercerita bahwa hanya Allah SWT saja yang maha mengetahui, sedangkan manusia tidak. Ini merupakan tamparan yang amat keras bagi kita yang sering merasa benar sendiri dan gampang menyalahakan orang lain, padahal pendapat kita belum tentu 100% benar, dan pendapat orang lain juga tidak selalu salah.

## PERSEMBAHAN

Ku persembahkan tugas akhir/skripsi ini teruntuk orang-orang yang ku sayangi yang selalu hadir mengiringi hari-hari dalam menghadapi perjuangan hidup yang penuh problematika, ku persembahkan lagi bagi mereka yang tetap setia mendukung dan mendoakanku disetiap ruang dan waktu dalam kehidupanku yang khususnya buat:

1. kepada ibuku yang selalu mendoakan diri ku disetiap doanya, mendukung baik moral maupun material dan yang tak bosan-bosannya memberikan kasih sayang, perhatian dan memberikan motivasi kepada ananda dalam segala hal. Semoga Allah SWT selalu melindungimu, karna tanpa mu aku tidak akan ada didunia ini dan sampai saat ini.
2. kepada keluarga yang selalu mendukung dan memberi motivasi dari segi moril dan materil saya ucapkan beribu terima kasih, semoga Allah SWT melancarkan segala urusan kalian.
3. kepada dosen pembimbing I bapak Nurul Hak, MA, Dosen Pembimbing II bapak Aan Shar, MM yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan yang penuh kesabaran.
4. Kepada teman-teman semua yang telah membantu ku dalam mengerjakan tugas akhir/skripsi ini saya ucapkan banyak terimakasih, semoga Allah SWT melancarkan segala urusan kalian.
5. Kepada Almamater yang telah menempahku.

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Dengan ini kami menyatakan:

1. Program kreativitas mahasiswa (PKM) dengan judul “Inovasi Makanan Berbahan Dasar Singkong Menjadi Makanan Modern (HOTKONG) di Kota Bengkulu”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Program kreativitas mahasiswa (PKM) ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan kami tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Didalam program kreativitas mahasiswa (PKM) ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam laporan kegiatan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini kami buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak-benaran dari pernyataan ini, kami bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Februari 2021  
Ketua Tim PKM



**Dindi Anggara**  
NIM.1711140098

## ABSTRAK

Program kreativitas mahasiswa ini berjudul “Inovasi Makanan Berbahan Dasar Singkong Menjadi Makanan Modern (HOTKONG) di Kota Bengkulu”. Nama Hotkong ini berasal dari bentuk dan teksturnya seperti makanan yang populer di Amerika Serikat yaitu hotdog, tapi hotkong menggunakan singkong bukan roti. Usaha ini berada dipusat kota yaitu di jalan Kinibalu 8 RT 12 RW 2 Kel. Kebun Tebeng, Kec. Ratu Agung Kota Bengkulu. Proses pemasaran yang digunakan hotkong ialah menggunakan :

- 1) Publikasi berupa pemberian tester hotkong kepada orang-orang terdekat untuk mencoba rasa dan kualitas serta diharapkan mereka bisa memberikan masukan untuk evaluasi.
- 2) Penyebaran informasi produk yaitu melalui mekanisme dari mulut ke mulut.

Usaha hotkong ini memiliki beberapa kendala yaitu :

- 1) Tampilan mayones dan saos pada hotkong yang sudah dikemas saat dikirim ke konsumen menjadi berantakan karena banyaknya goncangan selama perjalanan.
- 2) Target penjualan tidak tercapai.

Cara mengatasinya yaitu :

- 1) Memisahkan antara hotkong dari mayones dan saos, dengan cara membuat mayones dan saos dalam bentuk saset.
- 2) Memperbesar pangsa pasar melalui bekerjasama dengan pengusaha makanan lain sehingga produk hotkong ini bisa mudah tersebar dan dikenal oleh masyarakat.

Hasil aktivitas program kreativitas mahasiswa ini perlu ditindaklanjuti melalui pembinaan yang lebih intensif oleh dinas terkait, bekerja sama dengan pengusaha-pengusaha lainnya dan pemerintah daerah setempat agar bisa berjalan lancar dan memiliki potensi keberlanjutannya yang semakin maju untuk membantu perekonomian masyarakat.

Kata Kunci : Inovasi, Singkong, Modern, Hotkong



## **ABSTRACT**

This student creativity program is entitled "Innovation of Cassava-Based Food into Modern Food (HOTKONG) in Bengkulu City". The name Hotkong comes from the shape and texture of a popular food in the United States, namely hotdogs, but Hotkong uses cassava instead of bread. This business is located in the city center, namely on street Kinibalu 8 RT 12 RW 2 Kel. Kebun Tebeng, Kec. Ratu Agung of Bengkulu City. The marketing process used by hotkong is to use: 1) Publication in the form of giving hotkong testers to the closest people to try the taste and quality and it is hoped that they can provide input for evaluation. 2) Dissemination of product information, namely through word of mouth. This hotkong business has several obstacles, namely: 1) The appearance of mayonnaise and sauce on hotkong that has been packaged when sent to consumers becomes messy because of the many shocks during the trip. 2) Sales target is not achieved. The solution is: 1) Separating hot kong from mayonnaise and sauce, by making mayonnaise and sauce in the form of a sachet. 2) Enlarging market share by collaborating with other food entrepreneurs so that hotkong products can be easily spread and recognized by the public. The results of this student creativity program activity need to be followed up through more intensive guidance by the relevant agencies, in collaboration with other entrepreneurs and the local government so that they can run smoothly and have more advanced sustainability potential to help the community's economy.

Keywords: Innovation, Cassava, Modern, Hotkong

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir PKM yang berjudul “Inovasi Makanan Berbahan Dasar Singkong Menjadi Makanan Modern (HOTKONG) di Kota Bengkulu”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan laporan program kreativitas mahasiswa ini bertujuan 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 laporan program kreativitas mahasiswa ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu yangtelah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di kampus hijau tercinta.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang

telah memberi motivasi, petunjuk, dan bimbingan demi keberhasilan penulis.

3. Desi Isnaini, MA Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikansaran dan nasehat kepada penulis sehingga penulisan laporan ini dapat diselesaikan.
4. Dr. Nurul Hak, M.A, selaku Pembimbing I dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Aan Shar, M.M. selaku Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, nasehat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Kedua orang tua Penulis yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal adminitrasi.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan program kreativitas mahasiswa ini.

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

Bengkulu, \_\_\_\_\_ Juli 2021 M  
Zulhijah 1442H  
Penulis,

Dindi Anggara  
NIM. 1711140098

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul</b> .....	i
<b>Halaman Persetujuan</b> .....	ii
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	iii
<b>Motto</b> .....	iv
<b>Persembahan</b> .....	v
<b>Pernyataan Keaslian</b> .....	vi
<b>Abstrak</b> .....	viii
<b>Kata Pengantar</b> .....	x
<b>Daftar Isi</b> .....	xiii
<b>Daftar Tabel</b> .....	xv
<b>Daftar Gambar</b> .....	xvi

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Usaha .....	3
D. Manfaat Usaha .....	3
E. Luaran yang Diharapkan.....	4

### **BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA**

A. Analisa Produk.....	5
B. Pangsa Pasar.....	8
C. Lokasi Usaha.....	12
D. Analisa Kelayakan Usaha .....	13
E. Analisa Keuntungan.....	13

### **BAB III METODE PELAKSANAAN**

- A. Alat dan Bahan ..... 16
- B. Proses Pembuatan ..... 16
- C. Proses Promosi dan Pemasaran..... 18
- D. Analisis Peluang Usaha..... 19

### **BAB IV ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL AKTIVITAS**

- A. Anggaran Biaya..... 22
- B. Jadwal Aktivitas ..... 24

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

#### **KEBERLANJUTAN**

- A. Hasil yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program ... 26
- B. Potensi Keberlanjutan Program..... 28

### **BAB VI PENUTUP**

- A. Evaluasi ..... 31
- B. Kesimpulan dan Saran..... 32

### **Daftar Pustaka**

### **Lampiran**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1 Alat dan bahan .....</b>	<b>16</b>
<b>Tabel 4.1 Anggaran Biaya .....</b>	<b>22</b>
<b>Tabel 4.2 Jadwal aktivitas .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabel 5.1 Laporan Penjualan Periode November – Januari</b>	<b>27</b>
<b>Tabel 5.2 Laporan Produksi Periode November – Januari</b>	<b>28</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 5.1 Grafik Penjualan .....</b>	<b>28</b>
<b>Gambar 5.2 Potensi Keberlanjutan.....</b>	<b>28</b>



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dimasa corona virus (COVID-19) didunia yang menyerang perekonomian semua negara tanpa terkecuali Indonesia. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menjadi salah satu solusi dari pemerintah untuk menghentikan penyaluran virus dan berbagai perusahaan harus merubah aktivitasnya menjadi *Work From Home*, ada juga pekerja yang terpaksa harus diberhentikan karena perusahaan mengalami *failed*.

Masyarakat yang terkena PHK tersebut harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Walaupun banyak aktivitas yang tidak bisa berjalan seperti biasanya, akan tetapi harus tetap optimis untuk mengambil peluang usaha dimasa seperti ini. Hasil wawancara yang dilakukan kepada pelaku usaha yang ada disekitar kampus di Kota Bengkulu salah satunya kampus IAIN Bengkulu dan DEHASEN bisa disimpulkan bahwa pandemi COVID-19 memiliki dampak yang signifikan pada usaha kuliner yang dijalankan. “omset kami mengalami penurunan kurang lebih 40-50%”.<sup>1</sup> Hal ini dikarenakan mahasiswa mengalami

---

<sup>1</sup> Wawancara kepada pelaku usaha Bude Atik. Pada tanggal 6 november 2020 pukul 11.30 WIB

kekhawatiran terhadap penularan pandemi COVID-19 dan peraturan *sosial distancing* yang dikeluarkan oleh pemerintah agar membatasi aktivitas diluar rumah. Menyebabkan mahasiswa kurang berani untuk berbelanja secara langsung ke usaha kuliner dan lebih memilih berbelanja secara tidak langsung (sistem online).

Menurut penulis usaha yang mampu bertahan dimasa pandemi COVID-19 yaitu usaha yang mampu memberikan pelayanan prima sehingga bisa memuaskan pelanggan salah satunya dengan memanfaatkan sistem online. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada mahasiswa IAIN Bengkulu bisadisimpulkan bahwa mereka lebih menyukai berbelanja melalui order (online) dengan kriteria makanan yang instan, murah, mengenyangkan dan modern.

Berdasarkan paparan diatas penulis bermaksud membuat makanan yang bisa memenuhi keinginan mahasiswa dimasa pandemi ini, berupa inovasi dari makanan internasional lalu dipadukan dengan bahan dasar tradisional, makanan tersebut dinamakan hotkong. Makanan ini terinspirasi dari makanan Amerika Serikat yaitu hotdog yang biasanya berbahan dasar roti, kemudian roti tersebut diganti dengan berbahan dasar singkong. Singkong yang biasanya sering diolah menjadi berbagai makanan tradisional seperti kue getuk, tiwul, combro, keripik dan lain-lainnya, kini diakumulasikan menjadi produk makanan yang modern.

Hotkong ini aman dikonsumsi karena bersih dan higienis dalam proses produksi serta terjangkau oleh mahasiswa dan masyarakat pada umumnya. Hotkong juga bisa menjadi pengganti makanan pokok seperti nasi karena kandungan karbohidratnya yang tinggi. Terlebih lagi disektor usaha makanan tetap diizinkan beroperasi dengan mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

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

1. Bagaimana manfaat hotkong bagi kesehatan tubuh ditinjau dari konsumsi islami?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan dalam usaha hotkong?
3. Bagaimana menentukan kelayakan usaha hotkong?

#### **C. Tujuan Usaha**

1. Untuk menyampaikan manfaat hotkong bagi kesehatan tubuh ditinjau dari konsumsi islami
2. Untuk memahami strategi pemasaran yang diterapkan dalam usaha hotkong
3. Untuk menganalisis kelayakan usaha hotkong

#### **D. Manfaat Usaha**

Manfaat usaha hotkong bagi masyarakat kota Bengkulu yaitu:

1. Memperkenalkan makanan inovatif yang berbahan dasar singkong.
2. Menambah jenis kuliner yang ada di kota Bengkulu.

3. Membuat kebiasaan baru bagi mahasiswa untuk mengonsumsi makanan yang berkarbonhidrat tinggi.
4. Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

**E. Luaran yang diharapkan**

Luaran yang diharapkan dari Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan Hotkong ini adalah menghasilkan suatu produk yang bermanfaat bagi kesehatan ataupun untuk memenuhi perekonomian dan juga menghasilkan salah satu makanan khas yang baru di daerah kota Bengkulu.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA**

#### **A. Analisis Produk**

##### **1. Nama Produk**

Nama produk ini ialah “HOTKONG”. Bahan dasar yang digunakan merupakan singkong pilihan yang terjamin mutunya. Nama Hotkong ini berasal dari bentuk dan teksturnya yang seperti makanan yang populer di Amerika Serikat yaitu hotdog, tapi hotkong tidak menggunakan roti melainkan menggunakan singkong berbeda dengan hotdog yang bahan bakunya roti.

##### **2. Manfaat dan kandungan**

Hotkong makan yang halal dan baik karna berbahan dasar singkong, dalam proses pembuatanya juga bersih dan terhindar dari zat kimia yang bisa jadi mengandung unsur haram. Berdasarkan didalam al-Qur’an sudah dijelaskan secara tegas bahwa manusia sudah diperintahkan untuk memilih makanan yang akan di konsumsinya baik itu dari sisi kehalalan maupun kualitas makanan tersebut. sebagaimana yang terdapat dalam Q.S. al-Baqarah ayat 168 yaitu:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّهُمْ مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا

تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”(Q.S Al Baqarah: 168).

Di dalam singkong, terkandung aneka nutrisi yang meliputi: karbohidrat, protein, serat, mineral, termasuk kalium, magnesium, fosfor, dan kalsium, vitamin, yakni vitamin C dan vitamin A dan air. Karena kandungan nutrisinya yang beragam, singkong dianggap memiliki manfaat bagi kesehatan, seperti:

a. Menambah energi

Singkong mengandung kalori yang cukup tinggi. Dalam 100 gram singkong, terkandung 110-150 kalori. Jumlah kalori ini lebih tinggi daripada kalori pada umbi jenis lain, seperti kentang dan ubi. Oleh karena itu, Anda bisa mendapatkan energi ekstra untuk menjalani aktivitas sehari-hari jika mengonsumsi singkong.

b. Merupakan sumber serat dan karbohidrat kompleks

Selain kalori, singkong juga kaya akan karbohidrat kompleks dan serat. Kedua nutrisi ini berfungsi untuk menjaga kesehatan saluran pencerna-

an, mengurangi peradangan, dan mengendalikan kadar gula darah. Bila kadar gula darah terkendali, risiko terjadinya diabetes tipe 2 dan obesitas juga akan lebih rendah. Meski begitu, manfaat singkong dalam menstabilkan kadar gula darah ini masih perlu diteliti lebih lanjut.

c. Memiliki kandungan antioksidan yang baik

Manfaat singkong lainnya bisa dibisa dari kandungan vitamin C, vitamin A, dan beta-karoten di dalamnya. Vitamin C dan vitamin A merupakan antioksidan yang berfungsi untuk melindungi tubuh dari efek radikal bebas, mencegah penyakit jantung, hingga mengatasi kerutan di kulit. Sementara beta-karoten berfungsi untuk meningkatkan daya tahan tubuh, mencegah kekambuhan gejala asma, mengurangi risiko kanker, serta baik untuk kesehatan kulit dan mata. Asupan nutrisi ini juga bisa mencegah berbagai penyakit mata, seperti katarak dan degenerasi makula terkait usia (AMD).

Selain manfaat diatas, singkong juga diklaim bisa digunakan sebagai obat alternatif untuk mengatasi kelelahan, diare, infeksi, masalah kesuburan, dan menginduksi persalinan.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Dr. Kevin Adrian, *Manfaat Singkong Bagi Kesehatan Serta Fakta Lainnya*, di akses <https://www.alodokter.com/manfaat-singkong-bagi-kesehatan-serta-fakta-lainnya>, 28 Agustus 2019

## **B. Pangsa Pasar**

### 1. Segmen dan Target pasar

Hotkong merupakan makanan yang bisa di konsumsi oleh semua golongan seperti anak-anak, remaja, dewasa hingga orang tua. Hotkong juga sangat aman dikonsumsi karena memiliki bahan alami dan tidak dicampur dengan bahan-bahan yang mengandung zat kimia. Hotkong ini mempunyai target pasar yang luas dan bisa diterima oleh semua golongan, khususnya bagi siswa dan mahasiswa. Hotkong ini juga mempunyai segmen pasar yaitu kalangan menengah kebawah. Sesuai dengan teori segmentasi psikografis yang membagi pembeli kedalam beberapa segmentasi diantaranya kelas sosial, gaya hidup, atau karakteristik personal.<sup>3</sup>

### 2. Positioning

Keunggulan dari produk hotkong mempunyai bentuk yang unik dimana hotkong memiliki bentuk menyerupai makanan modern. Seperti hotdog dari Amerika Serikat namun teksturnya berbeda karena hotkong memiliki tekstur yang krispi dibagian luar dan tekstur padat dan lembut dibagian dalam. Hotkong juga memiliki harga yang terjangkau dibandingkan dengan makanan-makanan yang setingkatnya. Melihat keadaan area pemasaran yang dimasuki produk hotkong bahwa

---

<sup>3</sup>Pieter Gunawan Widjaya, (2017), *Analisis Segmenting, Targeting, Positioning Dan Marketing Mix Pada Pt.Murni Jaya Agora* Vol. 5, no. 1



hotkong akan diterima dan laku dipasaran. Selain itu, di Kota Bengkulu belum ada yang menjual produk seperti ini, sehingga tidak ada pesaing yang menyaingi produk ini.

### 3. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran hotkong ini menggunakan strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan sekumpulan strategi pemasaran yang bisa dikendalikan untuk dikolaborasikan oleh perusahaan agar menghasilkan respons yang diinginkan nya dipasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segalanya yang bisa dilakukan perusahaan untuk memengaruhi permintaan akan produknya. Banyak kemungkinan berkumpul empat kelompok variabel yang dikenal sebagai 4P: *Product*, *Price*, *Promotion* dan *Place*.

#### a. *Product*

Produk merupakan totalitas barang atau jasa yang diajukan perusahaan kepada target pasar. Apa saja yang dapat diajukan ke pasar akuisisi, penggunaan maupun konsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>4</sup> Etika pemasaran islam dalam konteks produk meliputi: a) produk halal dan *tayyib*; b) produk berguna dan dibutuhkan;c) produk berpotensi ekonomi atau *benefit*; d) produk bernilai tambah tinggi;

---

<sup>4</sup> Philip Kotler dkk, (2005),*Principles Of Marketing*, Prentice Hall, european. Hal. 34

e) produk dalam jumlah skala ekonomi dan sosial; dan  
f) produk yang mampu memuaskan masyarakat.<sup>5</sup>

Produk yang diajukan ke konsumen harus sesuai dengan kebutuhan pangsa pasar agar produk tersebut bisa berguna dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Salah satunya hotkong yang mengutamakan kualitas rasa, bahan dan bumbu yang aman serta tidak menggunakan zat kimia. Strategi ini bisa menarik konsumen untuk mengkonsumsi hotkong. Hotkong ini memiliki nilai lebih yaitu rasa khas dan bentuk yang menyerupai makanan yang sudah populer.

b. *Price*

Harga merupakan nilai yang dibayar pelanggan untuk menbisakan produk.<sup>6</sup> Dalam etika pemasaran islam konteks harga yaitu: a) beban biaya produksi wajar; b) sebagai alat kompetisi sehat; c) diukur dari kemampuan daya beli masyarakat; d) margin perusahaan layak; dan e) sebagai daya tarik bagi konsumen.<sup>7</sup> Menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit maupun lebih besar atau sama dengan

---

<sup>5</sup>Ika Yunia Fauzia, (2013), *Etika Bisnis Dalam Islam*, Kencana, Jakarta. Hal. 6

<sup>6</sup>Philip Kotler dkk (2005), *Principles ...* Hal. 34

<sup>7</sup>Ika Yunia Fauzia, (2013), *Etika ...* Hal. 7

nilai barang. Harga dijadikan alat penukar barang yang diridai kedua pihak yang berakad.<sup>8</sup>

Harga yang diajukan hotkong sebesar Rp. 7.000 perbungkus dengan rasa yang lezat, berkualitas dan terjangkau oleh semua kalangan masyarakat. nilai produk ini sesuai dengan biaya modal dan harga pasaran di kondisi pandemi COVID-19.

### c. *Promotion*

Promosi merupakan aktivitas yang membicarakan manfaat dan membujuk pelanggan agar membelinya.<sup>9</sup> Istilah promosi dalam hukum islam yaitu *al-hawafiz al-muraghghibah fi al-shira'* yang berarti "Segala sesuatu yang mendorong atau menarik keinginan orang lain agar membeli".<sup>10</sup> Didalam etika pemasaran islam konteks promosi yaitu: a) sarana memperkenalkan barang; b) informasi kegunaan maupun kualifikasi barang; c) sarana daya tarik barang pada konsumen, dan d) informasi fakta ditopang kejujuran.<sup>11</sup> Strategi mengenai produk hotkong bisa dikenal oleh konsumen, yaitu penjualan secara pribadi atau personal selling merupakan aktivitas usaha memasarkan produk agar melakukan kontak langsung

---

<sup>8</sup>Muhammad Birusman Nuryadin,(2007), *Harga Dalam Perspektif Islam*, Vol. IV, No. 1, Samarinda : STAIN Samarinda. Hal. 93

<sup>9</sup>Philip Kotler dkk (2005),*Principles ...* Hal. 34

<sup>10</sup>Muhammad Birusman Nuryadin,(2007), *Harga ...*, Hal. 93

<sup>11</sup>Ika Yunia Fauzia, (2013), *Etika ...* Hal. 7

dengan calon konsumen. Dengan cara ini diharapkan terjadinya interaksi atau hubungan yang positif antara penjual dengan calon konsumen hotkong.

d. *Placement*

Tempat termasuk aktivitas perusahaan yang menyediakan produk untuk konsumen sasaran. Semua aktivitas perusahaan yang membuat produk atau layanan tersedia untuk menargetkan pelanggan.<sup>12</sup> Didalam etika pemasaran islam konteks distribusi yaitu: a) kecepatan dan ketepatan waktu; b)keamanan dan keutuhan barang; c) sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat; dani d) konsumenbisa pelayanan tepat dan cepat .<sup>13</sup>Hotkong ini mudah untuk dibisakan oleh konsumen karena tempat distribusi dan penjualan hotkong berada dipusat kota. Dengan berada dipusat kota hotkong ini akan lebih mudah, cepat, utuh dan aman ke tangan konsumen.

### **C. Lokasi Usaha**

Usaha ini berada dipusat kota yaitu dijalan Kinibalu 8 RT 12 RW 2 Kel. Kebuni Tebeng, Kec. Ratu Agung Kota Bengkulu. Dengan berada dipusat Kota Bengkulu usaha ini mudah untuk di jumpai karena lokasi usaha ini sangat strategis dalam penjualan maupun produksi. Keadaan lingkungan sekitar usaha juga sangat baik karena dekat

---

<sup>12</sup>Philip Kotler dkk (2005),*Principles ...*, Hal. 34

<sup>13</sup>Ika Yunia Fauzia, (2013), *Etika ...* Hal. 7

dengan kampus dan sekolahan, sehingga memiliki peluang yang tinggi dalam penjualan dan lokasi ini juga dekat dengan pasar yang bisa memudahkan dalam proses produksi.

Hotkong ini memiliki tantangan yaitu:

- a. Hotkong merupakan produk baru.
- b. Harus memperluas pangsa pasar.
- c. Produk ini harus habis dalam sekali produksi.

#### **D. Analisis Kelayakan Usaha**

Untuk mengetahui layak tidaknya usaha hotkong ini saya menggunakan rumus ROI yaitu rasio keuntungan bersih terhadap biaya.

Rumus untuk menghitung ROI merupakan sebagai berikut :

$$R = \frac{k}{t - b} \times 100\% = \frac{R 608.000}{R 792.000} \times 100\% = 76\%$$

Jadi bisa disimpulkan usaha hotkong ini layak untuk dilanjutkan.

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

Menganalisis keuntungan hotkong ini perlu mempertimbangkan kebijaksanaan dalam menetapkan harga pemasaran di daerah Kota Bengkulu yaitu mempertimbangkan biaya modal dengan harga produk makanan pesaing, agar penjualan bisa diserap oleh pasar dan tidak mengalami kerugian. Analisis keuntungan dari usaha kecil-menengah hotkong perbulan yaitu :

## 1. Biaya variabel

Biaya produk hotkong :

$$20 \text{ adonan} \times 35.250 = \mathbf{Rp. 705.000}$$

## 2. Biaya tetap

Biaya tetap terdiri dari :

## a. Penyusutan alat

$$(\text{Rp. } 615.000 : 36 \text{ bulan}) = \text{Rp}17.000$$

## b. Biaya Overhead :

$$\text{Listrik} : \text{Rp}10.000$$

$$\text{Transportasi} : \text{Rp}40.000$$

$$\text{Jumlah Biaya Overhead} = \underline{\text{Rp}50.000+}$$

$$\mathbf{\text{Jumlah Biaya Tetap} = \text{Rp}67.000}$$

## 3. Total biaya :

$$\text{Total biaya} = \text{biaya variabel} + \text{biaya tetap}$$

$$= \text{Rp}725.000 + \text{Rp}67.000$$

$$= \mathbf{\text{Rp}792.000}$$

## 4. Penerimaan kotor

$$\text{Penerimaan kotor} = \text{jumlah produksi} \times \text{harga produksi}$$

$$= 200 \times \text{Rp}7.000$$

$$= \mathbf{\text{Rp}1.400.000}$$

## 5. Pendapatan bersih

$$\text{Pendapatan bersih} = \text{penerimaan kotor} - \text{total biaya}$$

$$= \text{Rp}1.400.000 - \text{Rp}792.000$$

$$= \mathbf{\text{Rp}608.000}$$

Jadi perkiraan pendapatan dalam satu bulan atau 20x produksi yaitu sebanyak 200 pcs akan mendapatkan keuntungan **Rp608.000**

### **BAB III**

#### **METODE PELAKSANAAN**

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

Alat dan bahan yang digunakan dalam memproduksi hotkong ini ialah alat-alat yang sering kita jumpai di kehidupan sehari-hari atau yang sering digunakan dalam memasak. Berikut Alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan hotkong :

**Tabel 3.1 Alat dan bahan**

Alat	Bahan
1. Blender	1. Singkong
2. Alat pemotong (pisau kecil)	2. Sosis
3. Baskom	3. Tepung roti
4. Bangku tempat pengiris	4. Minyak goreng
5. Penjepit	5. Daun soup
6. Tempat penggorengan (kuali)	6. Bawang putih
7. Kompor gas dan perlengkapan	7. Bawang merah
8. Lampatan	8. Penyedap rasa
9. Saringan	9. Lada ku
10. Alat pemotong	11. Telur
	12. Selada
	13. Timun
	14. Tomat

##### **B. Uraian Pelaksanaan Produksi**

Proses pembuatan hotkong :

1. Siapkan singkong 1½kg yang sudah dibersihkan dan di potong-potong kecil



2. Kukuslah singkong tersebut hingga masak
3. Sambil menunggu singkong masak, siapkan bumbu-bumbu terlebih dahulu:
  - a. Belender bawang putih dan bawang merah
  - b. Setelah di blender maka di tumiskan hingga aromanya tercium
  - c. Siapkan daun seledri dan iris kecil-kecil
  - d. Siapkan garam halus setengah sendok
  - e. Ladaku sekitar setengah bungkus
  - f. Daun selada yang sudah di bersikan
  - g. Irisan tomat
4. Pindahkan singkong yang telah masak tersebut kedalam wadah lalu tumbuk hingga halus
5. Setelah singkong yang sudah di tumbuk halus maka campurkanlah bumbu yang telah di siapkan.
6. Adonlah sampai merata dan mengkalis
7. Saat sudah menyatu dan mengkalis maka bagilah adonan tersebut sekitar 7 atau 8 bagian agar tidak terlalu besar dan lebih mudah masak
8. Bentuklah adonan tersebut dengan bentuk yang menyerupai sosis
9. Siapkan taburan tepung roti di wadah
10. Siapkan telur ke wadah dan di kocok hingga merata
11. Masukkan adonan singkong yang telah di bentuk ke kocokan telur dan poles hingga merata

12. Setelah dipoles dengan telur maka poles dengan tepung roti hingga merata
13. Siapkan dan panaskan minyak gorengnya
14. Lalu gorenglah hingga berwarna *golden* atau masak
15. Untuk sosisnya itu bisa di goreng atau dibakar terlebih dulu
16. Irislah bagian tengah singkong yang sudah masak tadi lalu masukan sayur selada, timun, tomat dan sosis yang telah disiapkan
17. Langkah terakhir ialah melatakan saos dan mayones di atas nya sesuai kreasi masing-masing.

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

Proses pemasaran yang digunakan hotkong pada langkah awal dalam promisinya ialah menggunakan:

1. Publikasi berupa pemberian tester hotkong ke orang-orang terdekat agar bisa mencoba rasa dan kualitas dari hotkong ini sehingga diharapkan mereka memberikan masukan untuk evaluasi ketahap pemasaraan.
2. Penyebaran informasi tentang produk ini melalui mekanis dari mulut ke mulut untuk bisa memperkuat brand image hotkong ini di benak para konsumen dan calon konsumen.

Metode ini sangat efektif untuk mempromosikan produk hotkong agar berkembang ketahap selanjutnya dan populer dikalangan masyarakat Bengkulu. Langkah tersebut sesuai dengan teori Kotler dan Keller yaitu “Word of mouth

mommunication (WOM) atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal”.<sup>14</sup>

Pangsa pasar hotkong ini dimulai dari orang-orang terdekat kemudian mahasiswa, dimana diharapkan bisa berkembang ke kalangan remaja bahkan menyeluruh Kota Bengkulu. Wilayah pemasaran produk hotkong akan dikembangkan di kota terlebih dahulu kemudian meluas ke kabupaten-kabupaten terdekat. Tahapan selanjutnya hotkong juga akan terus mengikuti perkembangan trend kuliner dengan cara melahirkan inovasi-inovasi yang terbaru dari bentuk maupun rasa agar mampu bertahan didunia persaingan kuliner.

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

Dalam menganalisis peluang usaha ini menggunakan analisis SWOT, SWOT merupakan sebuah metode yang digunakan untuk membuat evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam bisnis. Pembuatan analisis SWOT melibatkan tujuan bisnis yang spesifik dan identifikasi faktor internal-eksternal untuk mencapai tujuan tersebut. Seperti yang sudah disinggung di atas, analisis SWOT melibatkan

---

<sup>14</sup>Muchlisin Riadi,(2017), *Pengertian Manfaat dan Elemen Word of Mouth (WOM)* diakses dari <https://www.kajianpustaka.com/2017/11/pengertian-manfaat-dan-elemen-word-of-mouthwow>. Pada tanggal 30 januari 2021, pukul 16:05

empat unsur utamanya, yaitu kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threats).<sup>15</sup>

Hasil analisis SWOT pada usaha ini sebagai berikut :

- a. Kekuatan (Strength)
  1. Harga hotkong yang relatif terjangkau
  2. Tekstur hotkong ini bisa menjadi trend masyarakat zaman ini
  3. Harga bahan baku terbilang murah
- b. Kelemahan (Weakness)
  1. Pemasaran yang masih sempit
  2. Distribusi hotkong sulit karena mudah rusak dan tidak bertahan lama
- c. Peluang (Opportunity)
  1. Singkong merupakan makanan tradisional cocok untuk di lidah masyarakat indonesia
  2. Singkong salah satu tanaman yang banyak di Kota Bengkulu
  3. Belum ada pesaing
- d. Ancaman (Threats)
  1. Perekonomian masyarakat yang tidak strabil

---

<sup>15</sup>Mangundjaya Wustari L. H.,(2020), *Pengembangan Organisasi:Diagnosis dan Intevensi*, Surabaya: CV.Jakad Media Publishing, Hal. 93

2. Kebijakan harga bahan pokok dipasar dapat menaikkan harga secara tiba-tiba akan mempegruhi biaya produksi
- e. Kekuatan(Strength) – Peluang(Opportunity)
    1. Memperluas pemasaran
    2. Terus melakukan inovasi agar dapat bertahan dan menjadi salah satu minat masyarakat
  - f. Kekuatan (Strength) - Ancaman (Threats)
    1. Menyesuaikan harga
    2. Bekerja sama dengan petani singkong agar bahan tersedia selalu
  - g. Kelemahan (Weakness)-Peluang(Opportunity)
    1. Melakukan peluasan promosi melalui media masa
    2. Menjalin kejasama dengan wira usaha lain
  - h. Kelemahan (Weakness) - Ancaman (Threats)
    1. Melakukan kerjasama dengan wirausaha lain

**BAB IV**  
**ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL AKTIVITAS**

**A. Anggaran Biaya**

Anggaran biaya yang dibutuhkan dalam membangun usaha kecil-menengah hotkong :

**Tabel 4.1 Anggaran Biaya**

No	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga	
<b>A.</b>	<b>Tahap Pelatihan</b>			
	Biaya pelatihan untuk memenuhi syarat PIRT	1x	350.000	350.000
	Jumlah			350.000
<b>B.</b>	<b>Tahap pelaksanaan</b>			
	Bahan habis pakai sekali adon			
	Singkong	1 ½kg	3.000 / kg	4.500
	Tepung roti	¼kg	18.000/ kg	4.500
	Sosis sonice	10	1.000/ bungkus	10.000
	Seledri	1 ons	2.000/ ons	2.000
	Bumbu	-	2.000	2.000
	Minyak goreng	½ L	12.000/ L	6.000
	Telur	1 butir	1.500	1.500

	Mayones	1x	10.000/ bungkus (20x pemakaian)	500
	Saos	1x	5.000/ bungkus (20x pemakaian)	250
	Kemasan	10	400/ bungkus	4.000
	Jumlah			35.250
	<b>Peralatan Tetap</b>			
	Penjepit	1	20.000	20.000
	Baskom	1	10.000	10.000
	Alat pemotong	1	10.000	10.000
	Kompor Gas	1	260.000	260.000
	Tabung Gas	1	150.000	150.000
	Blender	1	150.000	150.000
	Lampatan	2	5.000	10.000
	Saringan	1	5.000	5.000
	Listrik	1x	10.000	10.000
	Jumlah			625.000
<b>C</b>	<b>Pelaporan</b>			
	Proposal dan penggandaan	4 buah	2.500	10.000

	Pembuatan LPJ dan penggandaan	4 buah	2.500	10.000
	ATK kertas 4A	1 Rim	40.000	40.000
	Printer	1 buah	500.000	500.000
	Jumlah			625.000
<b>D</b>	<b>Dokumentasi</b>			
	Cuci cetak foto	10 lembar	1.000	10.000
	Jumlah			10.000
<b>E</b>	<b>Transportasi</b>			
	Transportasi	4x	10.000	40.000
	Jumlah			40.000
<b>F</b>	<b>Promosi</b>			
	Desain Label	1 buah	10.000	10.000
	Kertas stiker	1 buah	30.000	30.000
	Jumlah			40.000
	<b>Total Biaya</b>			<b>1.660.250</b>

## B. Jadwal Aktivitas

Tabel 4.2 Jadwal aktivitas

No	Pelaksanaan	Bulan I				Bulan II			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV
1.	Perencanaan								
2.	Survey Bahan Baku								



3.	Pelatihan								
4.	Publikasi dan Promosi								
5.	Produksi								
6.	Pemasaran								
7.	Evaluasi								
8.	Pembuatan laporan								

**BAB V**  
**HASIL YANG DI CAPAI DAN POTENSI**  
**KEBERLANJUATAN**

**A. Hasil yang Dicapai Berdasarkan Luaran Usaha**

Hasil usaha dicapai berdasarkan luaran yang diharapkan dari Program Kreatif Mahasiswa Kewirausahaan ini merupakan sebagai berikut :

a. Program Pelatihan PIRT

Aktivitas yang kami lakukan ialah mengikuti pelatihan sertifikat izin pangan, dimana sertifikat ini menjadi salah satu syarat untuk membuat surat izin SPPIRT. PIRT merupakan singkatan dari pangan industri rumah tangga, dimana saat ini permintaannya meningkat dikarenakan bisnis rumahan sedang menjamur di masyarakat indonesia, khususnya diindustri pangan. Adapun aktivitas pelatihan PIRT ini dilaksanakan pada tanggal 06 november 2020 oleh Dinas Ketahanan Pangan dengan narasumber dari BEPOM yaitu ibu Yunika Sari, narasumber dari label HALAL yaitu bapak Edwar Suharnas dan dari kepala Dinas Kesehatan Kota Bengkulu yaitu ibu Susilawaty. Pelatihan ini berlokasi di Rumah makan jenggalu Lingkar Barat Kota Bengkulu.

b. Perkembangan Hotkong

1. Awal mula promosi hotkong mengalami kesulitan dikarenakan hotkong yang masih sedikit dikenal oleh masyarakat tapi perlahan waktu mulai dikenal oleh sebagian masyarakat.
2. Perkembangan produk hotkong kini sudah memiliki inovasi yang berupa produk baru yaitu bubble hotkong yang dimana bubble hotkong ini ialah perubahan bentuk dari hotkong yang berbentuk hotdog ke hotkong yang berbentuk bola-bola kecil.
3. Untuk kedepannya hotkong juga akan terus berinovasi sehingga hotkong bisa terus bertahan dalam persaingan dunia bisnis makanan yang selalu mengikuti perubahan trend.
4. Penjualan produk hotkong mengalami peningkatan sebagai berikut :

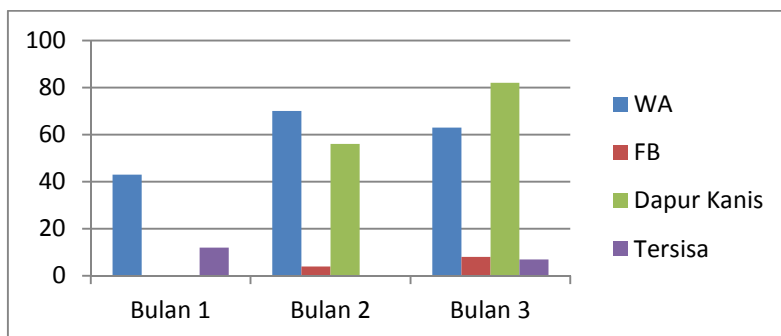
**Tabel 5.1 laporan Penjualan  
Periode November – Januari**

Keterangan	Penjualan		
	Bulan I	Bulan II	Bulan III
<b>Pendapatan Penjualan</b>	Rp 230.000	Rp 840.000	Rp 1.071.000
<b>Harga Pokok Penjualan</b>			
Pembelian Bahan Baku	Rp 211.500	Rp 423.000	Rp 564.000
<b>Beban Usaha</b>			
Beban Penyusutan	Rp 17.000		
Beban Listrik	Rp 10.000		
Beban Transportasi	Rp 40.000		
<b>Jumlah Beban Usaha</b>	Rp 67.000	Rp 67.000	Rp 67.000
<b>Laba/Rugi Usaha</b>	<b>Rp (48.500)</b>	<b>Rp 350.000</b>	<b>Rp 440.000</b>

**Tabel. 5.2 laporan Produksi**  
**Periode November – Januari**

	Produksi	Penjualan			Sisa	Adonan	Total
		WA	FB	Dapur Kanis			
<b>I</b>	60	46		0	14	6 X 35.250	<b>Rp 211.500</b>
<b>II</b>	120	70		56	0	12 X 35.250	<b>Rp 423.000</b>
<b>III</b>	160	63		82	7	16 X 35.250	<b>Rp 564.000</b>

**Gambar 5.1 Grafik Penjualan**



**B. Potensi Keberlanjutan**

**Gambar 5.2 Potensi keberlanjutan**



Usaha hotkong memiliki potensi keberlanjutan yang baik sehingga akan dilanjutkan seperti gambar tabel diatas yang saat ini hotkong sudah memasuki tahapan penjualan melalui media sosial. Potensi keberlanjutan hotkong dari aspek ekonomi, lingkungan dan sosial yaitu :

i. Aspek Ekonomi

Potensi keberlanjutan usaha hotkong dari aspek ekonominya ialah harga bahan baku hotkong dipasaran stabil dan permintaan hotkong juga mengalami peningkatan. Hotkong juga melakukan inovasi-inovasi yang baru dengan mengikuti perkembangan trend dan memperbesar pangsa pasar agar bisa berkembang meskipun disaat ini perekonomian masyarakat mengalami penurunan dimasa pandemi COVID-19.

j. Aspek Lingkungan

Potensi keberlanjutan usaha hotkong dari aspek lingkungan ialah hotkong mampu menciptakan lingkungan yang aman dan sehat dengan cara menjaga lingkungan sekitar seperti mengelola limbah dan polusi dengan baik agar tidak memberikan dampak yang buruk pada lingkungan.

k. Aspek Sosial/Sosial Keagamaan

Potensi keberlanjutan usaha hotkong dari aspek sosial ialah hotkong bertanggung jawab terhadap dampak sosial baik secara langsung maupun tidak langsung

terhadap bidang keagamaan seperti menjaga kehalalannya sedangkan dibidang kesehatan hotkong selalu menjaga kebersihan, kualitas bahan dan tidak menggunakan zat-zat kimia yang bisa membahayakan. Hotkong juga membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Evaluasi**

Penilaian selama pelaksanaan program kreativitas mahasiswa (PKM), usaha hotkong ini memiliki beberapa faktor pendukung yaitu modal yang digunakan dalam usaha hotkong ini terbilang kecil dan sederhana. Perizinan usaha hotkong juga fleksible karena sifatnya masih usaha perorangan dan sebagian besar usaha mikro tidak terlalu diwajibkan memiliki legalitas usaha seperti SIUP/TDP atau akta pendirian badan usaha sehingga bisa langsung jalan. Usaha hotkong ini memiliki beberapa kendala dalam pelaksanaannya yaitu :

1. Tampilan mayones dan saos pada hotkong yang sudah dikemas saat dikirim ke konsumen menjadi berantakan karena banyaknya guncangan selama perjalanan.
2. Penjualan yang belum mencapai target dikarenakan masih banyak yang belum mengenal produk hotkong ini, dari promosi melalui *facebook* masih belum dapat menghasilkan respon dari calon pelanggan.

Cara mengatasinya yaitu :

1. Memisahkan antara hotkong dari mayones dan saos, dengan cara mayones dan saos tidak langsung diletakan pada hotkong melainkan dibuat dalam bentuk saset.

Dengan begitu tampilan hotkong tetap terjaga dan juga konsumen bisa membuat tampilan sesuai dengan kenginginannya masing-masing.

2. Memperbesar pangsa pasar melalui bekerjasama dengan pengusaha makanan lain dan memperluas promosi melalui media sosial sehingga produk hotkong ini bisa mudah tersebar dan dikenal oleh masyarakat.

## **B. Kesimpulan Dan Saran**

### **a. Kesimpulan**

Hotkong merupakan inovasi makanan dari Amerika Serikat yaitu hotdog yang biasanya berbahan dasar roti, kemudian roti tersebut diganti dengan berbahan dasar singkong.

1. Hotkong bisa menjadi makanan pengganti nasi karena didalam singkong, terkandung aneka nutrisi yang meliputi: karbohidrat, protein, serat, mineral, termasuk kalium, magnesium, fosfor, dan kalsium, vitamin, yakni vitamini C dan vitamini A dan air. Karena kandungan nutrisinya yang beragam, singkong dianggap memiliki manfaat bagi kesehatan, seperti: menambah energi, Merupakan sumber serat, karbohidrat kompleks dan memiliki antioksidan yang baik. Singkong diklaim bisa digunakan sebagai obat alternatif untuk mengatasi kelelahan, diare, infeksi, masalah kesuburan, dan menginduksi persalinan.



2. Dalam proses pemasaran hotkong yaitu pertama, publikasi berupa pemberian tester hotkong ke orang-orang terdekat agar bisa mencoba rasaidan kualitasdari hotkongini sehingga diharapkan mereka memberikan masukan untuk evaluasi ketahap pemasaaran. Kedua, penyebaran informasi tentang produk ini melalui mekanisme dari mulut ke mulut untuk bisa memperkuat brand image hotkong ini dibenak para konsumen dan calon konsumen.
3. Berdasarkan rumus ROI Hotkong dinyatakan layak untuk dilanjutkan atau dikembangkan sampai ketahap selanjutnya yaitu membuka kedai di wilayah Kota Bengkulu.

b. Saran

Hasil aktivitas program kreativitas mahasiswa ini perlu ditindak lanjuti melalui pembinaan yang lebih intensif oleh dinas terkait, bekerjasama dengan pengusaha-pengusaha lainya dan pemerintah daerah setempat agar bisa berjalan lancar dan memiliki potensi keberlanjutannya yang semakin maju untuk membantu perekonomian masyarakat..

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, Kevin, *Manfaat Singkong Bagi Kesehatan Serta Fakta Lainnya*, <https://www.alodokter.com/manfaat-singkong-bagi-kesehatan-serta-fakta-lainnya>. di akses
- Budiawan, S.T M.T, *Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*. (Studi pada House of Moo, Semarang), Universitas Diponegoro
- Fahrizal, Muhammad Affan. *proposal makanan singkong mledak*, diakses <http://elangaffan.blogspot.com/2017/11/proposal-usaha-makanan-singkong-mledak> tanggal 16 januari 2021 pukul 21 : 23
- Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip dkk. 2005. *Principles Of Marketing*. European: Prentice Hall,
- Mangundjaya Wustari L. H., (2020), *Pengembangan Organisasi: Diagnosis dan Intervensi*, Surabaya: CV. Jakad Media Publishing
- Nuryadin, Muhammad Birusman. 2007. *Harga Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Pemikiran Hukum Islam Mazahib Vol. IV, No. 1, Samarinda : STAIN Samarinda.

Riadi, Muchlisin.2017.*Pengertian Manfaat dan Elemen Word of Mouth (WOM)* diakses dari <https://www.kajianpustaka.com/2017/11/pengertian-manfaatdan-elemen-word-ofmouthwow>. Pada tanggal 30 januari 2021, pukul 16:05

Wawancara kepada pelaku usaha Bude Atik. Pada tanggal 6 november 2020 pukul 11.30 WIB

Widjaya, Pieter Gunawan.2017. *Analisis Segmenting, Targeting, Positioning DanMarketing Mix Pt.Murni Jaya*. Agora Vol. 5, no. 1.



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 : Dindi Anggara  
NIM : 1711140098  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Anggota : 1. .... (NIM:.....)  
2. .... (NIM:.....)  
(maksimal 3 Orang)

II. Pilihan Tugas Akhir:

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

Judul Tugas Akhir:

"HOTKONG"

Proses Validasi:

A. Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Catatan:

*ace silangit*

Bengkulu, .....

Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

*[Signature]*  
Dr. Nurul Hak, M.A.  
NIP. 19660616199503100

B. Ketua Jurusan

Judul yang disetujui:

.....  
.....

Penunjukkan Dosen Pembimbing:

.....  
.....

*[Signature]*  
Membahkan  
Ketua Jurusan  
Desi Isnaini, M.A.

NIP. 197412022006042001

Bengkulu, .....

Ketua Tim

Mahasiswa

*[Signature]*  
Dindi Anggara

NIM. 1711140098



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

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

**SURAT PENUNJUKAN**

Nomor: 0117/In.11/ F.IV/PP.00.9/01/2021

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

1. N A M A : Dr. Nurul Hak, M. A.  
NIP. : 196606161995031002  
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir
2. N A M A : Aan Shar, M. M.  
NIP. : 198908062019031008  
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir

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

N A M A : Dindi Anggara  
NIM : 1711140098  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Tugas Akhir : **HOTKONG**  
Keterangan : Program Kreativitas Mahasiswa

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

Ditetapkan di : Bengkulu

Pada Tanggal : 21 Januari 2021

  
Dekan  
Dr. Benaini, MA  
197304121998032003

Tembusan :

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



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 : Dindi Anggara/1711140098/Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Nurul Hak, M.A.

Judul Tugas Akhir : HOTKONG

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1.		Prinsip	ada	R.
2.		Prinsip	ada	R.
3.		IR/UMKM	ada	R.
4.		Kemudahan	ada	R.
5.		Laporan	ada	R.
6.		-	ada	R.

Bengkulu, Februari 2021 M

Sya'ban 1442 H






Pembimbing I

Dr. Nurul Hak, M.A.

NIP. 196606161995031002

### LEMBAR BIMBINGAN

Nama Mahasiswa : Dindi Anggara 1711140098 Perbankan Syariah  
 Pembimbing II : Aan Shar, M. M.  
 Judul PKM : Hotkong


No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	Rabu/ 27 Januari 2021	- Fenomena - menggunakan Teori - Lengkapi sesuai Sistematika		
2	Senin / 1 Februari 2021	- Fenomena - menggunakan Referensi dari buku - buat sesuai pedoman		
3	Senin / 8 Februari 2021	Embodiment ttg fenomena	- penambahan Teori Syariah - deskripsi lebih luas - lebih titik lagi dalam kata	
4	Kam 5/11 Februari 2021		- penambahan kata - perubahan kata	
5	Senin / 22 Februari 2021	Ace Pembimbing II		
6				
7				

8				
9.				
10.				

Bengkulu, Januari 2021 M

Jumadil Tsania 1442 H

Pembimbing II

  
Aan Sihar, M.M

NIP.197808072005012008





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME**

**Nomor: 0018/SKBP-FEBI/06/2021**

Ketua Tim Uji Plagiarisme Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Dindi Anggara  
NIM : 1711140098  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenis Tugas Akhir : Laporan Program Kreativitas Mahasiswa  
Judul Tugas Akhir : **Hotkong**

Dinyatakan lolos uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 9%. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

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

Bengkulu, 23 Juni 2021  
Ketua/Wakil Dekan I

Dr. Nurul Hak, MA  
NIP. 196606161995031002

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dindi Anggara  
Nim : 1711140098  
Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan tidak akan membawa teman dalam kegiatan ujian sidang munaqasah dan mematuhi protocol kesehatan sesuai kebijakan dari kampus. Apabila saya melanggar aturan maka saya akan menerima sanksi apapun yang diberikan oleh kampus.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Bengkulu, 10 Juli 2021 M  
Yang menyatakan,



Dindi Anggara  
NIM. 1711140098



## PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

### NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB) 1273000132376

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 : DINDI ANGGARA  
Nomor KTP : 1771061503960002  
NPWP Pemilik Usaha :  
Nama Usaha : HOTKONG  
NPWP Usaha : -  
Alamat : JL. KINI BALU 8, Kel. Kebun Tebeng, Kec. Ratu Agung, Kota Bengkulu, Prov. Bengkulu  
Kode dan Nama KBLI : 10613 - INDUSTRI PENGKILINGAN ANEKA UMBI DAN SAYURAN (TERMASUK RHIZOMA)  
Akses Kepabeuan : -  
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 kepabeuan.
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 terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini, maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan tanggal : 27 Januari 2021

Oleh: Badan Koordinasi Penanaman Modal



*Dokumen ini diterbitkan melalui Sistem OSS atau 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.*

LABEL HOTKONG



HOTKONG





