

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN
KERIPIK SUKUN LEMER**



SKRIPSI

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

OLEH:

SYAMSUL RIZAL
NIM 1711140042

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2021 M/ 1443 H**

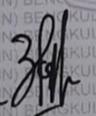
HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi yang ditulis oleh Syamsul Rizal Nim.1711140042 dengan judul "Analisis Bauran Pemasaran Keripik Sukun Lemer" Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 18 Agustus 2021 M
9 Muharram 1443 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M
NIP. 197705092008012014


Yetty Afrida Indra, M.Ak
NIDN: 0214048401



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

HALAMAN PENGESAHAN

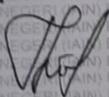
Skripsi yang berjudul **"Analisis Bauran Pemasaran Keripik Sukun Lemer"** oleh Syamsul Rizal NIM 1711140042, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:
 Hari : **Jum'at**
 Tanggal : **03 September 2021 M/25 Muharram 1443 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, **06 September 2021 M**
28 Muharam 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Sekretaris

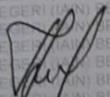
Ketua

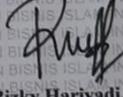

Dr. Hj. Fatimah Yunus, M.A.
 NIP. 19630319200032003


Kustin Hartini, M.M.
 NIDN. 2002038102

Penguji I

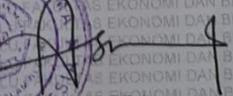
Penguji II


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


Rizky Harijadi, M.Acc.
 NIP. 19871126201903104

Mengetahui
Pic. Dekan,




Dr. Asnaini, M.A.
 NIP. 197304121998032003

MOTTO

Ubahlah pikiran mu , maka kamu akan dapat mengubah dunia

- Syamsul Rizal

*Banyak orang yang meninggal tapi nama baiknya mereka tetap kekal.
Dan banyak orang yang masih hidup, tetapi seakan mereka orang mati
yang tak berguna*

- Imam Syafi'i

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

- *Kedua orang tua tercinta, Bapak Suryadi dan Ibu Nelli Hasnawati yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan motivasi untukku*
- *Saudara-saudaraku tercinta yang ikut serta memberikan semangat*
- *Dosen yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing dalam proses penyelesaian skripsi*
- *Sahabat dan teman-teman seperjuangan*
- *Almamater yang telah menempahku*

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul "Analisis Bauran Pemasaran Keripik Sukun Lemer" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran serta rumusan saya sendiri tanpa ada bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

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

Bengkulu, 18 Agustus 2021 M
9 Muharram 1442 H
Mahasiswa yang menyatakan

Syamsul Rizal
NIM. 1711140042

ABSTRAK

Analisis Bauran Pemasaran Keripik Sukun Lemer

Oleh Syamsul Rizal, Nim 1711140035

Keripik sukun adalah produk makanan ringan, dibuat dari irisan daging buah sukun (*artocarpus altilis*) segar dan digoreng dengan atau tanpa bahan tambahan makanan yang diizinkan. Pengolahan keripik sukun yang diinovasikan dengan varian rasa, seperti rasa BBQ, balado. Selain itu kami juga mengemas keripik sukun dalam kemasan yang menarik. Produk ini dapat dikonsumsi oleh semua kalangan dengan harga yang terjangkau. Promosi dilakukan menggunakan dua strategi pemasaran yaitu secara offline dan online. Dalam skala kecil, penggunaan strategi pemasaran secara offline yaitu dengan kerjasama antar pedagang disekitar tempat wisata dan toko oleh-oleh khas Bengkulu dan daerah di sekitar Kota Bengkulu. Bauran Pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara signifikan.

Kata kunci : Promosi, Pemasaran, Keripik Sukun.

ABSTRACT

Lemer Breadfruit Chips Marketing Mix Analysis

By Syamsul Rizal, NIM. 1711140035

Breadfruit chips are snack products, made from sliced fresh breadfruit (*Artocarpus altilis*) and fried with or without food additives. Innovated breadfruit chips processing with flavor variants, such as BBQ flavor, balado. In addition, we also pack breadfruit chips in attractive packaging. This product can be consumed by all people at an affordable price. Promotion is carried out using two marketing strategies, namely offline and online. On a small scale, the use of offline marketing strategies is by cooperation between traders around tourist attractions and souvenir shops typical of Bengkulu and the area around Bengkulu City. Marketing mix has a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Promotion, Marketing, Breadfruit Chips.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir Program Kreativitas Mahasiswa yang berjudul **”Keripik Sukun LEMER”**. 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 Keripik Sukun 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 bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. KH Zulkarnain Dali, M.Pd, selaku Plt. Rektor IAIN Bengkulu yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk membina ilmu di IAIN.
2. Dr. Asnaini, MA selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan kemudahan kepada kami selama masa perkuliahan.
3. Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan bimbingan pada penulisan tugas akhir ini.

4. Yetty Afrida Indra, M.Ak selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Kedua orang tua Penulis yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 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, 11 Agustus 2021 M
2 Muharram 1443 H

Syamsul Rizal

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| MOTTO..... | iv |
| PERSEMBAHAN | v |
| PERNYATAAN KEASLIAN | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 3 |
| C. Tujuan Penelitian | 4 |
| D. Kegunaan Penelitian | 4 |
| E. Penelitian Terdahulu | 4 |
| F. Sistematika Peulisan | 4 |
| BAB II KAJIAN TEORI | |
| A. Analisa Produk | 5 |
| B. Pangsa Pasar | 5 |
| C. Lokasi Usaha | 6 |
| D. Analisa Kekayakan Usaha | 6 |
| E. Analisa Keuntungan | 6 |
| BAB III METODE PELAKSANAAN | |
| A. Alat dan Bahan | 11 |
| B. Anggaran Biaya | 12 |
| C. Jadwal Kegiatan | 13 |
| D. Proses Pembuatan..... | 14 |
| E. Proses Promosi Dan Pemasaran..... | 14 |
| F. Analisis Peluang Usaha | 14 |
| BAB IV HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN | |
| A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program..... | 15 |
| B. Potensi Keberlanjutan Program | 15 |

| | |
|-------------------|----|
| C. Evaluasi | 15 |
|-------------------|----|

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 16 |
| B. Saran | 16 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Rekap Biaya Keripik Sukun..... | 7 |
| Tabel 2.2 Investasi Peralatan | 7 |
| Tabel 3.1 alat dan bahan..... | 14 |
| Tabel 4.1 rekap anggaran | 18 |
| Tabel 4.2 jadwal kegiatan | 18 |
| Tabel 5.1 rekap penjualan | 19 |
| Tabel 5.2 laporan laba rugi..... | 20 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------------------|----|
| Gambar 5.1 Hasil Survei..... | 20 |
|------------------------------|----|

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Acc Judul

Lampiran 2 Surat Penunjukan Pembimbing

Lampiran 3 Surat Izin PIRT (Produk Industri Rumah Tangga)

Lampiran 4 Foto Produk Berwarna

Lampiran 5 Foto Proses Pembuatan Sampai Penjualan

Lampiran 6 Kartu Bimbingan Studi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) merupakan salah satu bentuk upaya yang ditempuh oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DP2M), Ditjen Dikti dalam meningkatkan kualitas peserta didik (mahasiswa) di perguruan tinggi agar kelak dapat menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis dan/atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan meyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian serta memperkaya budaya nasional. Program Kreativitas Mahasiswa dilaksanakan pertama kali pada tahun 2001, yaitu setelah dilaksanakannya program restrukturisasi di lingkungan Ditjen Dikti. Kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang selama ini sarat dengan partisipasi aktif mahasiswa, diintegrasikan ke dalam satu wahana yang diberi nama Program Kreativitas Mahasiswa. Program Kreativitas Mahasiswa dikembangkan untuk mengantarkan mahasiswa mencapai taraf pencerahan kreativitas dan inovasi berlandaskan penguasaan sains dan teknologi serta keimanan yang baik. Dalam rangka mempersiapkan diri menjadi pemimpin yang cendekiawan, wirausahawan, mandiri dan arif, mahasiswa diberi peluang untuk mengimplementasikan

kemampuan, keahlian, sikap tanggung jawab, membangun kerjasama tim maupun mengembangkan kemandirian melalui kegiatan yang kreatif dalam bidang ilmu yang ditekuni.¹

PKM Kewirausahaan (PKMK) merupakan kreativitas penciptaan keterampilan berwirausaha dan berorientasi pada profit, umumnya didahului oleh survei pasar, karena relevansinya yang tinggi terhadap terbukanya peluang perolehan profit bagi mahasiswa. Perlu ditegaskan di sini bahwa penciptaan ketrampilan berusaha yang dimaksud adalah untuk mahasiswa pengusul PKMK, begitu juga pelaku aktivitas usaha/bisnis yang didanai dalam PKMK adalah kelompok mahasiswa pengusul PKMK. Kelompok mahasiswa pengusul sebagai wirausahawan baru bisa menjalin kerjasama dengan kelompok masyarakat produktif, namun dana PKMK tidak dimaksudkan untuk membantu peningkatan ekonomi kelompok masyarakat tertentu. Dalam PKMK sama sekali tidak diijinkan dilakukannya penelitian/percobaan untuk mencari temuan.

Sukun, keluih, kulur, ketimbul atau timbul adalah nama sejenis pohon yang berbuah. Sukun merupakan buah dari hasil tanaman yang dapat dijadikan sebagai bahan pangan, serta dapat diolah menjadi berbagai macam jenis olahan makanan yang dapat dimakan dan dimanfaatkan baik dari

¹Panduan Pengelolaan Program Hibah DP2M Ditjen Dikti2006 – Edisi VII, hal 331

segi kesehatan. Tanaman tersebut tumbuh dai daerah tropis seperti Indonesia, Thailand, Vietnam dan Kmaboja. Buah sukun tidak berbiji dan memiliki bagian yang empuk, yang mirip roti setelah dimasak atau digoreng. Karena itu orang-orang Eropa mengenalnya sebagai "buah roti". Sukun (*Artocarpus altilis*) termasuk dalam genus *Artocarpus* (famili *Moraceae*) yang terdiri atas 50 spesies tanaman berkayu, yang hanya tumbuh di daerah panas dan lembab di kawasan Asia Tenggara dan kepulauan Pasifik. Buahnya berbentuk bulat berkulit tebal dan kasar, dengan warna hijau muda dan kuning dengan berat sekitar 1,5 – 3 kg. Kandungan utama pada buah sukun selain kandungan air (65 – 85 %) adalah karbohidrat (21 – 32 %), protein (1,2 – 2,4 %), minyak (0,2 – 0,5 %), mineral, kalsium, fosfor, dan vitamin B1, B2, vitamin C dan vitamin A (Agus Triyono, 2002: 3). Sekalipun mengandung nutrisi yang cukup baik akan tetapi buah sukun mempunyai kelemahan yaitu mudah busuk dengan masa simpan 3 sampai 4 hari.

Buah sukun masih belum banyak diketahui oleh masyarakat, padahal buah ini memiliki kelebihan lebih renyah dan gurih dibandingkan dengan singkong dan ubi jika diolah menjadi keripik. Pengolahan keripik sukun yang diinovasikan dengan varian rasa, seperti rasa BBQ, balado,. Selain itu kami juga mengemas keripik sukun dalam

kemasan yang menarik. Produk ini dapat dikonsumsi oleh semua kalangan dengan harga yang terjangkau.

Keripik sukun adalah makanan ringan yang terbuat dari buah sukun yang diiris tipis kemudian digoreng sampai kering dan renyah. Rasanya asin dan biasanya diberi aroma bawang yang gurih. Makanan ringan ini banyak dijumpai di sentra-sentra daerah penghasil sukun, salah satunya adalah kabupaten Kepahiang, kota Bengkulu. Hal tersebut menjadikan bisnis makanan keripik sukun merupakan salah satu peluang untuk mendapatkan keuntungan. Persaingan di bidang usaha makanan sangatlah ketat, maka pemilik usaha harus benar-benar memperhatikan dan merumuskan bagaimana cara yang tepat untuk menangani semua itu.

Pengembangan strategi pemasaran yang benar sepanjang waktu memerlukan kedisiplinan, fleksibilitas dan keberlanjutan. Pemasaran juga harus selalu meningkatkan strategi untuk sejumlah produk dan jasa di dalam organisasinya.² Memasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen adalah inti dari pemasaran. Sasaran dari setiap bisnis adalah menghantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan laba. Strategi pemasaran adalah logika

² Triton, PB, *Marketing Strategi Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*, (Yogyakarta : Tugu Publisher, 2008) h.28

pemasaran yang dilaksanakan dengan harapan bahwa unit bisnis akan mencapai sasaran pemasaran. Strategi pemasaran ini terdiri dari strategi spesifik untuk pasar sasaran, penentuan posisi produk, bauran pemasaran dan tingkat pengeluaran pemasaran.³

Konsep Pemasaran adalah sebuah filosofi bisnis yang menantang tiga orientasi bisnis yang baru saja kita bahas. Konsep ini berkembang sejak tahun 1950 an. Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasional yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih. Konsep pemasaran telah diekspresikan dalam banyak cara beraneka ragam. Theodore Levitt dari Harvard menggambarkan perbedaan pemikiran yang kontras antara konsep penjualan dan pemasaran: Penjualan berfokus pada kebutuhan penjual; pemasaran berfokus pada kebutuhan pembeli. Penjualan memberi perhatian pada kebutuhan penjual untuk mengubah produknya menjadi uang tunai; pemasaran mempunyai gagasan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan lewat sarana-sarana produk dan keseluruhan kelompok barang yang dihubungkan dengan hal menciptakan, menyerahkan dan akhirnya mengkonsumsinya. Konsep pemasaran berdiri

³ Assauri, Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 2007) h.21

di atas empat pilar : pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu, dan kemampuan menghasilkan laba. Konsep pemasaran mengintegrasikan seluruh komponen dalam bauran pemasaran yakni produk (product), harga (price), distribusi (place) dan promosi (promotion) untuk tujuan pemenuhan kebutuhan atau kepuasan pelanggan.⁴

Strategi pemasaran yang baik dan tepat merupakan faktor penting, karena strategi berpengaruh langsung terhadap kelancaran dan keberhasilan dalam penguasaan pasar. Analisa terhadap strategi pemasaran yang efektif dapat berguna sebagai alat untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, sehingga perusahaan dapat memperbaiki kelemahan dan meningkatkan kekuatan yang dimilikinya. Strategi pemasaran tersebut juga harus mampu menghadapi tantangan perubahan lingkungan dan strategi pemasaran tersebut mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasaran. Dunia pemasaran merupakan dunia yang bersifat dinamis dan memiliki jangkauan yang sangat luas. Berbagai tahap kegiatan harus dilalui oleh barang dan jasa sebelum sampai pada tangan konsumen. Seiring dengan perkembangan konsep pemasaran, kini para ahli telah menyederhanakan ruang lingkup yang luas itu menjadi 4 (empat) kebijakan pemasaran yang lazim

⁴ Kartajaya, Hermawan. Marketing Klasik Indonesia. (Bandung: Mizan Pustaka, 2007) h.39

disebut bauran pemasaran atau 4P yaitu, produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).⁵

1. Produk (*product*),

Wilayah produk berkaitan dengan menyusun produk yang benar untuk suatu pasar target. Penawaran ini bisa melibatkan barang, jasa atau campuran dari keduanya. Produk tidak hanya terbatas pada barang saja, tetapi juga dapat berupa tujuan yang akan diusahakannya. Hal yang penting untuk diingat adalah barang atau jasa harus dapat memuaskan kebutuhan pelanggan.

2. Tempat (*place*),

Berkaitan dengan semua keputusan dalam membawa produk yang benar ke wilayah pasar target. Suatu produk tidak akan banyak gunanya bagi seorang pelanggan jika tidak tersedia pada saat dan tempat yang dibutuhkan. Produk dapat mencapai pelanggan melalui saluran distribusi. Saluran distribusi (*channel of distribution*) merupakan sekumpulan perusahaan atau individu yang berpartisipasi dalam aliran produk dari produsen hingga pengguna akhir atau konsumen.

3. Promosi (*promotion*),

Berkaitan dengan memberi tahu pasar target atau pihak lain dalam saluran distribusi mengenai produk yang tepat. Terkadang promosi ditujukan untuk mendapatkan

⁵ Cannon, Perreault, McCarthy, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*, (Jakarta : Salemba Empat) h.43

pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada. Promosi mencakup penjualan personal, penjualan masal dan promosi penjualan. Tugas dari manajer pemasaran adalah meramu metode-metode komunikasi ini.

4. Harga (*price*)

Penentuan harga harus mempertimbangkan jenis kompetisi dalam pasar target dan biaya keseluruhan bauran pemasaran. Seorang manajer juga harus mencoba untuk memperkirakan reaksi pelanggan atas harga-harga yang mungkin ada. Selain itu manajer tersebut harus mengetahui praktik praktik terkini mengenai markup, diskon dan jenis-jenis penjualan lain. Jika pelanggan tidak mau menerima harga tersebut, maka seluruh upaya perencanaan akan sia-sia. Seluruh 4P dibutuhkan dalam suatu bauran pemasaran., setiap bagian 4P berkontribusi terhadap keseluruhan. Ketika suatu bauran pemasaran sedang disusun, semua keputusan akhir mengenai seluruh P harus dibuat pada saat yang bersamaan. Itulah alasan mengapa 4P mengelilingi pelanggan dalam satu lingkaran, itu adalah untuk menunjukkan bahwa seluruhnya penting. Konsep pemasaran masyarakat menegaskan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat dari pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibanding pesaing dengan tetap memelihara atau meningkatkan

kesejahteraan masyarakat dan konsumen. Konsep ini menegaskan pentingnya menghindari konflik yang destruktif di dalam masyarakat. Konsep ini menekankan pada pentingnya tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat /Corporate Social Responsibility (CSR).

McCarthy mengelompokkan aktivitas-aktivitas bauran pemasaran menjadi empat kelompok yang dikenal sebagai 4P yaitu product, price, place dan promotion. Variabel 4P tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: a) Produk (Product) Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk didalamnya keragaman produk, kualitas, desain, ciri, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, imbalan. Produk tidak hanya meliputi objek-objek fisik tetapi juga jasa, acara, orang, tempat, organisasi, ide, atau campuran entitas- entitas ini. b) Harga (Price) Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang, termasuk di dalamnya daftar harga, potongan harga khusus, periode pembayaran, syarat kredit. c) Distribusi (Place) Distribusi adalah sebagai kegiatan perusahaan yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi, termasuk di dalamnya saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan lokasi, persediaan transportasi. d)

Promosi (Promotion) Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. Termasuk di dalamnya promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, public relation, pemasaran langsung.

Bauran Pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya. Variabel atau kegiatan tersebut perlu dikombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan seefektif mungkin, dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Dengan demikian perusahaan tidak hanya sekedar memiliki kombinasi kegiatan yang terbaik saja, akan tetapi dapat mengkoordinasikan berbagai variabel bauran pemasaran tersebut.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Analisis Bauran Pemasaran Keripik Sukun Lemer?

C. Tujuan Penelitian

Untuk Mengetahui Bagaimana Analisis Bauran Pemasaran Keripik Sukun Lemer.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sumber rujukan keilmuan bidang pendidikan luar sekolah dan juga diharapkan bisa menjadi acuan untuk penelitian-penelitian lainnya terutama mengenai bauran pemasaran terhadap pembelian keripik sukun lemer.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan dalam mengembangkan atau menambah pengetahuan masyarakat melalui strategi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian keripik sukun lemer dan juga bisa digunakan untuk penelitian-penelitian, pemerintah setempat dan lembaga-lembaga terkait.

E. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang menjadi bahan pertimbangan dan acuan dalam penyusunan skripsi ini, yaitu :

Penelitian Rosehan Taufik yang berjudul “ *Analisis Pemasaran Produk Agroindustri Keripik Sukun Di Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat*“ pada tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah inovasi pengolahan keripik sukun menggunakan teknik fermentasi dapat memperbaiki kualitas keripik sukun . Untuk mengetahui lama fermentasi yang efektif untuk memperoleh tekstur keripik sukun yang tidak keras . Untuk

mengetahui pH yang efektif untuk memperoleh tekstur keripik sukun yang tidak keras . Untuk mengetahui kualitas inderawi keripik sukun hasil eksperimen terbaik . Untuk mengetahui kandungan air, abu, protein, lemak dan karbohidrat pada keripik sukun hasil eksperimen terbaik . Untuk mengetahui kesukaan masyarakat terhadap keripik sukun hasil eksperimen terbaik.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan oleh peneliti skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan : Bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II Kajian Teori : Bab ini berisi mengenai konsep-konsep dan prinsip dasar yang dijadikan kajian teori bagi penelitian yang akan dilakukan. Kajian teori yang dibahas dalam penelitian yaitu tentang analisi produk, pangsa pasar, lokasi usaha, analisi kelayakan/program, dan analisis keuntungan.

BAB III Metode Pelaksanaan : Bab ini menjelaskan tentang gambaran metode pelaksanaan yang terdiri dari alat dan bahan, anggaran biaya, jadwal kegiatan, proses pembuatan, proses promosi dan pemasaran, dan analisis peluang usaha.

BAB IV Hasil Yang Dicapai Dan Potensi Keberlanjutan : Bab ini menjelaskan tentang analisis hasil dan pembahasan mengenai hasil yang diacapai berdasarkan luaran program, potensi keberlanjutan program, dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Proses Pemasaran

Secara sederhana, berikut ini adalah model lima tahap proses pemasaran:

- 1) Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan
- 2) Desain strategi pemasaran berorientasi pelanggan
- 3) Mendesain program pemasaran terpadu (bauran pemasaran)
- 4) Membangun hubungan dengan pelanggan dan menciptakan kepuasan pelanggan
- 5) Menangkap nilai dari pelanggan untuk menciptakan profit dan ekuitas pelanggan.⁶

Adapun proses pemasaran produk Keripik Sukun Lemer yakni dengan menggunakan media sosial yaitu dengan menyebarkan brosur produk Keripik Sukun Lemer melalui media seperti instagram, Whatsapp, atau Instagram dan lain-lain dan cara yang ke dua yaitu dengan menitipkan produk ke kedai- kedai yang ada di Kota Bengkulu. Dengan kedua cara ini produk yang dibuat berkembang cepat karena di zaman yang modern ini orang-orang banyak membeli makanan atau pun yang lainnya yaitu dengan secara online sedangkan cara

⁶ <https://www.studocu.com/id/document/universitas-indonesia-timur/manajemen/5-tahap-proses-pemasaran/6693400>. Diakses Pada Hari Senin 15 Juli 2020

yang ke dua yaitu dengan membuka stan-stan di pasaran atau tempat wisata, dengan cara ini agar produk Keripik Sukun Lemer ini bukan hanya diketahui di media sosial akan tetapi masyarakat yang belum menggunakan media sosial itu juga bisa mengetahui tentang produk keripik sukun lemer ini.

B. Pangsa Pasar

Dalam pemasaran sangat dibutuhkan yang namanya strategi 4p. Yang mana untuk masuk ke dunia pasar harus memiliki produk yang bagus sesuai dengan target pemasarannya. Produk keripik ini dibuat dengan inovasi keripik sukun yang berbahan dari buah sukun yang memiliki banyak manfaat seperti melindungi tubuh dari radikal bebas yang sangat berbahaya bagi sel-sel tubuh. Buah sukun rupanya mampu melindungi tubuh dari radikal bebas. Sebab penelitian yang dikemukakan pada jurnal *Biotechnology ND Applied Biochemistry* menemukan, buah sukun mengandung *antioksidan*, yakni Flavonoid. Penelitian ini menyebutkan kandungan antioksidan buah sukun jauh lebih kuat daripada vitamin C dan E. Tidak hanya buah sukun, ekstrak kulitnyaupun merupakan sumber antioksidan tinggi. Buah sukun kaya akan serat. Satu sajian buah sukun mengandung serat harian sebesar 10,8 gram. Artinya, 39% asupan harian serat bisa didapatkan dari satu sajian buah sukun.

C. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang baik dan tepat merupakan faktor penting, karena strategi berpengaruh langsung terhadap kelancaran dan keberhasilan dalam penguasaan pasar. Analisa terhadap strategi pemasaran yang efektif dapat berguna sebagai alat untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, sehingga perusahaan dapat memperbaiki kelemahan dan meningkatkan kekuatan yang dimilikinya. Strategi pemasaran tersebut juga harus mampu menghadapi tantangan perubahan lingkungan dan strategi pemasaran tersebut mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasaran. Dunia pemasaran merupakan dunia yang bersifat dinamis dan memiliki jangkauan yang sangat luas. Berbagai tahap kegiatan harus dilalui oleh barang dan jasa sebelum sampai pada tangan konsumen. Seiring dengan perkembangan konsep pemasaran, kini para ahli telah menyederhanakan ruang lingkup yang luas itu menjadi 4 (empat) kebijakan pemasaran yang lazim disebut bauran pemasaran atau 4P yaitu, produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).⁷

1. Produk (*product*),

Wilayah produk berkaitan dengan menyusun produk yang benar untuk suatu pasar target. Penawaran ini bisa melibatkan barang, jasa atau campuran dari keduanya.

⁷ Cannon, Perreault, McCarthy, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*, (Jakarta : Salemba Empat) h.43

Produk tidak hanya terbatas pada barang saja, tetapi juga dapat berupa tujuan yang akan diusahakannya. Hal yang penting untuk diingat adalah barang atau jasa harus dapat memuaskan kebutuhan pelanggan.

2. Tempat (*place*),

Berkaitan dengan semua keputusan dalam membawa produk yang benar ke wilayah pasar target. Suatu produk tidak akan banyak gunanya bagi seorang pelanggan jika tidak tersedia pada saat dan tempat yang dibutuhkan. Produk dapat mencapai pelanggan melalui saluran distribusi. Saluran distribusi (*channel of distribution*) merupakan sekumpulan perusahaan atau individu yang berpartisipasi dalam aliran produk dari produsen hingga pengguna akhir atau konsumen.

3. Promosi (*promotion*),

Berkaitan dengan memberi tahu pasar target atau pihak lain dalam saluran distribusi mengenai produk yang tepat. Terkadang promosi ditujukan untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada. Promosi mencakup penjualan personal, penjualan masal dan promosi penjualan. Tugas dari manajer pemasaran adalah meramu metode-metode komunikasi ini.

4. Harga (*price*)

Penentuan harga harus mempertimbangkan jenis kompetisi dalam pasar target dan biaya keseluruhan

bauran pemasaran. Seorang manajer juga harus mencoba untuk memperkirakan reaksi pelanggan atas harga-harga yang mungkin ada. Selain itu manajer tersebut harus mengetahui praktik praktik terkini mengenai markup, diskon dan jenis-jenis penjualan lain. Jika pelanggan tidak mau menerima harga tersebut, maka seluruh upaya perencanaan akan sia-sia. Seluruh 4P dibutuhkan dalam suatu bauran pemasaran., setiap bagian 4P berkontribusi terhadap keseluruhan. Ketika suatu bauran pemasaran sedang disusun, semua keputusan akhir mengenai seluruh P harus dibuat pada saat yang bersamaan. Itulah alasan mengapa 4P mengelilingi pelanggan dalam satu lingkaran, itu adalah untuk menunjukkan bahwa seluruhnya penting. Konsep pemasaran masyarakat menegaskan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat dari pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibanding pesaing dengan tetap memelihara atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan konsumen. Konsep ini menegaskan pentingnya menghindari konflik yang destruktif di dalam masyarakat. Konsep ini menekankan pada pentingnya tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat /Corporate Social Responsibility (CSR). McCarthy mengelompokkan aktivitas-aktivitas bauran pemasaran menjadi empat kelompok yang dikenal sebagai

4P yaitu product, price, place dan promotion. Variabel 4P tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: a) Produk (Product) Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk didalamnya keragaman produk, kualitas, desain, ciri, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, imbalan. Produk tidak hanya meliputi objek-objek fisik tetapi juga jasa, acara, orang, tempat, organisasi, ide, atau campuran entitas-entitas ini. b) Harga (Price) Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang, termasuk di dalamnya daftar harga, potongan harga khusus, periode pembayaran, syarat kredit. c) Distribusi (Place) Distribusi adalah sebagai kegiatan perusahaan yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi, termasuk di dalamnya saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan lokasi, persediaan transportasi. d) Promosi (Promotion) Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. Termasuk di dalamnya promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, public relation, pemasaran langsung.

Bauran Pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya. Variabel atau kegiatan tersebut perlu dikombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan seefektif mungkin, dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Dengan demikian perusahaan tidak hanya sekedar memiliki kombinasi kegiatan yang terbaik saja, akan tetapi dapat mengkoordinasikan berbagai variabel bauran pemasaran tersebut.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Alat Dan Bahan

1) Alat dan Bahan

alat-alat yang di gunakan yakni:

Tabel 3.1
Alat dan bahan

| Nama Alat | Jumlah |
|------------------|---------------|
| Ember | 3 Buah |
| Pisau | 3 Buah |
| Tampah | 1 Buah |
| Kuali | 2 Buah |
| Keranjang | 2 Buah |
| Kompor Gas | 1 Buah |

2) Bahan yang digunakan yakni

Pembuatan produk kewirausahaan ini menggunakan bahan dari buah sukun pilihan yang mudah didapat dan harganya pun terjangkau.

B. Anggaran Biaya

Tabel 3.2

Rekap Anggaran

| No. | Jenis Pengeluaran | Biaya (Rp.) |
|--------|-------------------------|--------------|
| 1 | Peralatan penunjang | 440.000 |
| 2 | Bahan tidak habis pakai | 815.000 |
| 3 | Perjalanan | 105.000 |
| 4 | Lain-lain | 50.000 |
| Jumlah | | 1.460.000,00 |

1. Peralatan Penunjang

Peralatan penunjang di sini maksudnya adalah alat pendukung untuk proses produksi itu sendiri. Adapun peralatan penunjang yang kami gunakan dalam proses produksi keripik sukun lemer terdiri dari buah sukun, perasa balado, perasa cokelat, plastik kemasan, minyak goreng, dan plastik.

Tabel 3.3

Peralatan Penunjang

| Peralatan Penunjang | Jumlah | Harga Satuan | Total Harga |
|---------------------|---------|--------------|-------------|
| Buah Sukun | 20 buah | Rp.4.000 | Rp.80.000 |

| | | | |
|------------------------------------|-----------|-----------|-------------------|
| Perasa Balado | 5 bungkus | Rp.6.000 | Rp.30.000 |
| Perasa Coklat | 5 bungkus | Rp.7.000 | Rp.35.000 |
| Plastik kemasan | 5 pack | Rp.25.000 | Rp.125.00 |
| Minyak Goreng | 5 Kg | Rp.14.000 | Rp.70.000 |
| Plastik Tebal | 10 Buah | Rp.10.000 | Rp.100.000 |
| Total Investasi Modal Kerja | | | Rp.440.000 |

2. Bahan Tidak Habis Pakai

Bahan tidak habis pakai adalah bahan yang dapat digunakan bukan hanya satu kali atau dapat digunakan beberapa kali pemakaian. Bahan tidak habis pakai yang kami gunakan dalam proses produksi diantaranya, pisau, ember, tampah, kompor gas, gas LPG, keranjang, kualii.

Tabel 3.4

Bahan Tidak Habis Pakai

| Bahan Tidak Habis Pakai | Jumlah | Harga Per-alat | Total Harga |
|--------------------------------|---------------|-----------------------|--------------------|
| Pisau | 2 buah | Rp.5.000 | Rp.10.000 |

| | | | |
|----------------------------------|--------|------------|--------------------|
| Ember | 3 buah | Rp.30.000 | Rp.90.000 |
| Tampah | 3 buah | Rp.25.000 | Rp. 75.000 |
| Kompom Gas | 1 buah | Rp.130.000 | Rp. 130.000 |
| Gas LPG | 2 Buah | Rp.150.000 | Rp. 300.000 |
| Keranjang | 2 alat | Rp.50.000 | Rp. 100.000 |
| Kuali | 2 buah | Rp.55.000 | Rp. 110.000 |
| Total Investasi Peralatan | | | Rp. 815.000 |

1. Biaya Perjalanan

Biaya perjalanan atau biaya transportasi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan satu kali perjalanan, ditambah nilai waktu di dalam agtau menggunakan kendaraan untuk satu kali perjalanan.

C. Jadwal Kegiatan

Tabel 3.5

Jadwal Kegiatan

| No | Pelaksanaan Kegiatan | Bulan ke I | | | | Bulan ke II | | | | Bulan ke III | | | | Bulan ke IV | | | | Bulan ke V | | | |
|----|-----------------------|------------|---|---|---|-------------|---|---|---|--------------|---|---|---|-------------|---|---|---|------------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 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 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Produk yang dihasilkan untuk uji coba konsumen masih terasa sedikit pahit dan kurang renyah, sehingga pada produksi kedua buah sukun diberi perlakuan yang berbeda. Produk yang dihasilkan menjadi lebih renyah dan teman-teman menyukai keripik sukun ini.

b. Pelatihan dan praktek

PIRT adalah singkatan dari Pangan Industri Rumah Tangga dimana saat ini permintaannya sedang meningkat dikarenakan saat ini bisnis rumahan sedang sangat menjamur dimasyarakat Indonesia, khususnya di industri pangan. Bisnis dengan skala kecil atau yang biasa dikategorikan dengan Usaha kecil menengah (UKM) sedang berkembang dengan pesat, dan berubah menjadi penopang utama didalam roda perekonomian Indonesia saat ini.

Para pelaku industri mengaku mendapatkan banyak keuntungan jika menjalankan bisnisnya dengan cara rumahan. Mereka mengaku bisa lebih berhemat dalam anggaran sewa lokasi produksi, anggaran modal, memiliki kendali penuh, dan juga bisa memiliki waktu yang lebih fleksibel untuk bekerja ataupun bersama keluarga dirumah. Tetapi sebelum para pelaku industri olahan pangan dapat memulai bisnisnya, mereka harus terlebih dahulu mengurus sertifikat perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT).

Adapun kegiatan yang diadakan oleh dinas kesehatan dilakukan pada tanggal 6 November 2020 dirumah makan Jenggalu, Lingkar Barat, Bengkulu. Yang mana di kegiatan ini diikuti oleh Endah Efriani sebagai peserta penulhan keamanan pangan dengan narasumber dari kepala dinas kessehatan yaitu Ibu Susilawati, S.Sos, dari label halal yaitu bapak Bapak Edwar Suharnas, dan Ibu Yunika Sari dari bagian komunikasi BPOM.

c. Pemasaran

Setelah melakukan produksi dan mendapatkan sertifikat PIRT, tim mulai melakukan pemasaran produk. Strategi pemasaran yang tim lakukan adalah dengan berjualan secara online dan offline. Secara online kami menggunakan media sosial, yaitu melalui insagram dan whatsapp dengan menggunakan metode delivery order. Sedangkan secara offline tim berjualan dengan cara menitipkan produk ke gerai-gerai yang ada di Kota Bengkulu. Dari dua strategi ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang paling efektif adalah dengan menggunakan strategi offline.

D. Proses Pembuatan

a. Penyediaan buah sukun

Buah sukun yang disiapkan adalah buah sukun jenis

sukun gundul yang telah tua dengan ciri – ciri yaitu : kulit buah sudah tidak kasar atau halus, kulit berwarna hijau kekuningan, bagian dalamnya berwarna putih kekuningan dengan berat 1 – 3 kg dan berumur awal 4 bulan .

b. Penyediaan bumbu – bumbu

Penyediaan bumbu – bumbu meliputi : garam, penyedap rasa, dan perasa makanan.

c. Penyediaan garam dapur Garam yang digunakan adalah garam dapur yang memiliki karakteristik putih, bersih dari kotoran, kering dan berbentuk kristal. Garam dihaluskan bersama bumbu lain seperti bawang putih dan ketumbar bubuk.

d. Penyediaan minyak goreng

Minyak goreng yang digunakan adalah minyak kelapa sawit bermutu baik (jernih dan tidak tengik), yang telah memenuhi persyaratan SNI 01-3741-2002. Minyak goreng yang digunakan adalah minyak goreng dengan merk Bimoli yang telah memenuhi Standart Nasional Indonesia dengan nomor LPPOM : 00080004170399.

e. Penyediaan peralatan yang diperlukan dalam pembuatan keripik sukun.

Penyediaan peralatan yang diperlukan dalam pembuatan keripik sukun meliputi : penyediaan peralatan sesuai persyaratan pemakaian dan cara memenuhi persyaratan pemakaian peralatan memasak. Penyediaan

peralatan sesuai persyaratan pemakaian Alat – alat yang digunakan dalam pembuatan keripik sukun meliputi: timbangan, kom, pisau atau slicer, talenan, sendok stainless steel, solet, cobek, munthu, wajan, serok, susruk, kompor gas, centrifuse, dan hand sealler. Peralatan yang digunakan dalam proses pembuatan keripik sukun tersebut harus memenuhi persyaratan dalam pemakaian. Alat memasak dari bahan logam harus bersih, kering, tidak berkarat dan tidak berjamur; alat memasak dari bahan kayu harus bersih, kering, dan tidak berjamur ; alat memasak dari bahan plastik dan batu juga harus bersih, kering dan tidak berjamur.

f. Cara membuat keripik sukun

1. Bahan-bahan

- a. Buah sukun
- b. Minyak goreng
- c. Garam
- d. Penyedap rasa

2. Langkah-langkah:

a. Sortasi Dan Penimbangan.

Sebelum buah sukun diproses, disortasi terlebih dahulu untuk memisahkan sukun yang rusak dan tidak memenuhi standar mutu,

kemudian setelah itu dilakukan penimbangan agar dapat diketahui berat kotor dan berat bersih sehingga dapat dianalisis total produk jadi dan dapat dihitung tingkat kegagalan.

b. Pengupasan.

Pengupasan kulit buah sukun dapat dengan menggunakan pisau. Kulit buah sukun ini ditampung dengan menggunakan ember untuk diolah menjadi obat tradisional.

c. Pencucian

Setelah dikupas, kemudian buah sukun yang sudah dikupas dicuci dengan menggunakan air bersih, kemudian direndam agar getahnya hilang. Hindari penggunaan air yang mengandung kaporit atau terkontaminasi bahan kimia. Penggunaan air yang mengandung kaporit akan dapat menyebabkan pertumbuhan bakteri dan dapat membuat buah sukun cepat busuk.

d. Pemotongan

Buah sukun yang telah dicuci bersih kemudian dipotong-potong tipis-tipis berbentuk segitiga berukuran kurang lebih 0.2- 0.3 cm. Pemotongan bisa secara manual dengan

menggunakan pisau atau dengan menggunakan mesin slicing.

e. Pencucian

Setelah proses pemotongan buah sukun, kemudian dicuci kembali untuk menghilangkan tingkat kegetahan yang ada didalam buah sukun tersebut.

f. Pengeringan / Penjemuran.

Setelah sukun dicuci bersih, kemudian tiriskan dengan menggunakan penjemuran terbuat dari anyaman bambu/tampah, plat seng dengan ukuran bisa 120 cm x 60 cm, atau dapat dengan menggunakan terpal. Pengeringan bisa dilakukan dengan menggunakan energi matahari. Penjemuran dengan menggunakan terpal lebih praktis penanganannya jika terjadi hujan. Penjemuran dengan menggunakan nampan dari plat lebih cepat kering. Jika panas matahari normal maka penjemuran dapat dilakukan minimal 3 hari.

g. Penggorengan

Panaskan minyak dengan api sedang, kemudian masukkan 1 sdt Margarin dan ½ garam lalu masukkan sukun secukupnya. Goreng sukun hingga kuning keemasan, jangan lupa dibolak-

balik agar merata dan tidak gosong. Jangan sampai kecoklatan karena akan terasa agak pahit.

h. Pengemasan.

Setelah proses penggorengan, letakkan sukun di tempat terbuka agar minyak sisa penggorengan kering, taburi dengan perasa makanan sesuai dengan apa yang diinginkan, seperti rasa balado, coklat dan rasa original. Jenis kemasan sesuai dengan tujuan pasar, kemasan plastik umumnya digunakan untuk produk eceran, sedangkan kemasan aluminium umumnya pemasaran ke industri atau pedagang besar.

1. Kelemahan dan Keunggulan Keripik Sukun

Teknik pengolahan keripik sukun secara konvensional memiliki beberapa kelemahan dan keunggulan.

1. Kelemahan Keripik Sukun

Keripik sukun yang digoreng dengan cara tradisional (biasa) memiliki beberapa kelemahan mencakup tekstur, efisiensi waktu penggorengan dan kualitas minyak goreng yang digunakan.

a. Kelemahan keripik sukun dilihat dari teksturnya

Tekstur keripik sukun yang dihasilkan dari teknik pembuatan keripik sukun menggunakan perendaman air kapur sirih masih keras. Hal ini disebabkan karena kandungan pati (starch) yang terdapat pada buah sukun berfungsi memperkuat tekstur⁸. Pati merupakan polisakarida yang berfungsi sebagai sumber energy yang terdiri dari persenyawaan amilosa dan amilopektin. Kandungan amilose dan amilopektin akan mempengaruhi sifat bahan makanan. Bahan makanan yang memiliki kandungan amilopektin kecil maka ketika dimasak akan menyebabkan “pera” atau “bera” sedangkan apabila kandungan amilopektinnya lebih banyak maka makanan tersebut menjadi pulen ketika dimasak tetapi apabila digoreng akan menyebabkan tekstur menjadi keras. Pada buah sukun tua mengandung lebih banyak amilopektin sehingga menyebabkan tekstur keras ketika digoreng.

- b. Kelemahan keripik sukun dilihat dari efisiensi waktu penggorengan

Waktu yang digunakan saat proses penggorengan sangat lama yaitu ± 15 menit. Kandungan

⁸ Loekmonohadi, *Kandungan Buah Sukun*, Jurnal Ilmiah Tahun 2011 Hal 19

karbohidrat yang tinggi pada buah sukun menyebabkan sukun keras saat digoreng dan membutuhkan waktu yang cukup lama dalam penggorengan.

- c. Kelemahan keripik sukun ditinjau dari perubahan kualitas minyak goreng

Lemak dan minyak terdiri dari trigliserida campuran, yang merupakan ester dari gliserol dan asam lemak rantai panjang. Lemak tersebut jika dihidrolisis akan menghasilkan 3 molekul asam lemak rantai panjang dan 1 molekul gliserol (S. Ketaren, 1986: 5).⁹Lemak dan minyak umumnya tidak ada yang terdapat dalam keadaan murni, meskipun pembuatannya sudah melalui proses “refining”. Dalam lemak maupun minyak makan selalu ada senyawa – senyawa ikutan yang menyebabkan lemak/ minyak menjadi tidak murni.¹⁰

2. Keunggulan Keripik Sukun

Keripik sukun memiliki beberapa keunggulan meliputi keunggulan ditinjau dari aspek rasa dan warna keripik sukun.

- a. Keunggulan ditinjau dari aspek rasa

⁹ S. Ketaren, *Kelemahan Dan Keunggulan Keripik Sukun*, Jurnal Ilmiah Tahun 2018 Hal 5

¹⁰ Loekmonohadi, *Kandungan Buah Sukun*, Jurnal Ilmiah, Tahun 2011, Hal 24

Rasa yang gurih dan khas sukun pada keripik sukun banyak disukai oleh masyarakat

b. Keunggulan ditinjau dari aspek warna

Warna kuning kecoklatan pada keripik sukun membuat keripik sukun menjadi menarik dan disukai oleh masyarakat.

c. Keunggulan ditinjau dari aspek proses pembuatan

Proses pembuatan keripik sukun tidak terlalu sulit. Proses pembuatan hanya sesuai dengan prosedur pembuatan keripik seperti pada umumnya.

E. Proses Promosi Dan Pemasaran

Secara sederhana, berikut ini adalah model lima tahap proses pemasaran:

- 1) Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan
- 2) Desain strategi pemasaran berorientasi pelanggan
- 3) Mendesain program pemasaran terpadu (bauran pemasaran)
- 4) Membangun hubungan dengan pelanggan dan menciptakan kepuasan pelanggan

- 5) Menangkap nilai dari pelanggan untuk menciptakan profit dan ekuitas pelanggan.¹¹

Adapun proses pemasaran produk Keripik Sukun Lemer yakni dengan menggunakan media sosial yaitu dengan menyebarkan brosur produk Keripik Sukun Lemer melalui media seperti instagram, Whatsapp, atau Instagram dan lain-lain dan cara yang ke dua yaitu dengan menitipkan produk ke kedai- kedai yang ada di Kota Bengkulu. Dengan kedua cara ini produk yang dibuat berkembang cepat karena di zaman yang modern ini orang-orang banyak membeli makanan ataupun yang lainnya yaitu dengan secara online sedangkan cara yang ke dua yaitu dengan membuka stan-stan di pasaran atau tempat wisata, dengan cara ini agar produk Keripik Sukun Lemer ini bukan hanya diketahui di media sosial akan tetapi masyarakat yang belum menggunakan media sosial itu juga bisa mengetahui tentang produk keripik sukun lemer ini.

F. Analisis Peluang Usaha

Analisis merupakan salah satu cara untuk mengidentifikasih berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT didasarkan

¹¹ <https://www.studocu.com/id/document/universitas-indonesia-timur/manajemen/5-tahap-proses-pemasaran/6693400>. Diakses Pada Hari Senin 15 Juli 2020

pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan dan ancaman¹². Penjelasan mengenai empat komponen dalam analisis SWOT yaitu :

1. Kekuatan (*Strengths*) adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan – keunggulan lainnya yang berhubungan dengan pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.
2. Kelemahan (*Weaknesses*) adalah analisis kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan atau organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan.
3. Peluang (*Opportunity*) adalah analisis peluang, situasi atau kondisi merupakan peluang dari suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi di masa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang di masa yang akan datang.

¹² <https://Timur.Ilearning.Me/2015/12/24/Jelaskan-4-Komponen-Analisis-Swot-Dan-Apa-Saja-Manfaat-Analisis-Swot>. Diakses Pada Hari Selasa 16 Juli 2021

4. Ancaman (Threats),cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk menghadapi berbagai ancaman.¹³

Analisis peluang usaha pada keripik sukun lemer ini yaitu :

1. Kekuatan (*Strengts*)

Membuat produk Keripik Sukun Lemer merupakan kekuatan yang dimiliki karena ke unik an dan kreatif yang belum pernah dibuat oleh pengusaha lainnya, karena memiliki perbedaan varian rasa.

2. Kekurangan (*Weaknesses*)

Kekurangan yang dimiliki dalam produk ini adalah tidak menggunakan bahan pengawet sehingga tidak mampu bertahan lama, produk mudah hancur sehingga khawatir saat dikirim ke konsumen.

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang yang dimiliki produk ini adalah karena kurangnya pesaing dalam memasarkan produk keripik sukun lemer ini, banyaknya peminat keripik sukun lemer ini karena harganya terjangkau dan bisa diterima oleh lidah masyarakat Bengkulu. Mencoba membuka peluang usaha

¹³ <https://Timur.Ilearning.Me/2015/12/24/Jelaskan-4-Komponen-Analisis-Swot-Dan-Apa-Saja-Manfaat-Analisis-Swot>. Diakses Pada Hari Selasa Tanggal 16 Juli 2021

dengan berbahan dasar buah sukun yang masih belum banyak dimanfaatkan oleh masyarakat.

4. Hambatan(Threats)

Hambatan yang dialami dalam pemasaran keripik sukun lemer ini yaitu, pertumbuhan buah sukun ini terjadi di daerah tertentu secara musiman.¹⁴

¹⁴ <https://Timur.Ilearning.Me/2015/12/24/Jelaskan-4-Komponen-Analisis-Swot-Dan-Apa-Saja-Manfaat-Analisis-Swot>. Diakses Pada Hari Selasa Tanggal 16 Juli 2021

BAB IV

HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN

A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program

Pada awal mula proses produksi, awalnya kami memproduksi sebanyak 50 bungkus. Satu buah sukun berukuran besar dengan berat kira-kira 2-3 kg dapat menghasilkan 5 bungkus keripik sukun. Jadi kami membutuhkan 10 buah sukun untuk menghasilkan 50 bungkus keripik sukun. Hambatan yang kami temui selama proses produksi yaitu sulitnya mendapatkan buah sukun. Karena buah sukun merupakan buah musiman, jadi buah sukun tidak berbuah sepanjang tahun.

Setelah empat bulan berjualan dapat disimpulkan bahwa produk Keripik Sukun Lemer melalui uji coba pasar yang didapat dari percobaan pertama yakni dari sepuluh orang yang membeli keripik sukun lemer, konsumen pertama menyatakan bahwa keripik ini enak dan layak untuk dikonsumsi, konsumen ke dua menyatakan keripik ini kurang pedas dan kemasannya kurang menarik sedangkan konsumen yang menyatakan hal yang sama dengan konsumen yang pertama yang menyatakan enak dan layak dikonsumsi. Dari uji pasar yang dilakukan dari sepuluh orang, ada salah satu konsumen yang menyatakan ada kekurangan sehingga adanya perbaikan

produk dari kekurangan atau masukan dari konsumen sehingga bisa memenuhi dan memberikan produk yang terbaik bagi konsumen.

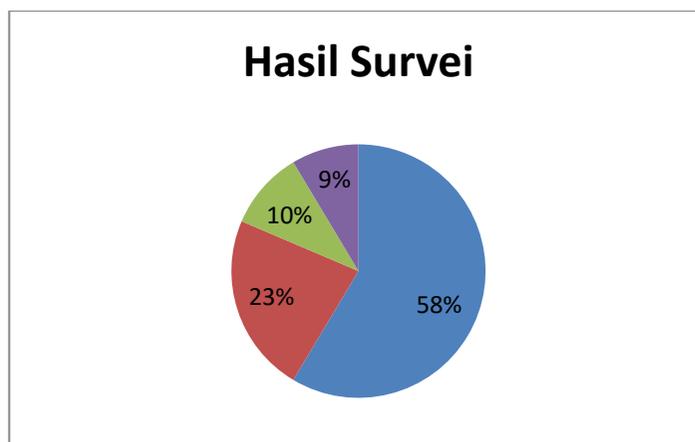
Tabel 4.1
Rekap Penjualan

| Periode | Keripik Sukun Lemer | | | |
|---------|---------------------|----------------------------|---------------------------|---------|
| | Per bungkus | Total Penjualan Per Minggu | Total Penjualan Per Bulan | |
| | | | Offline | Online |
| BULAN 1 | Minggu 1 | 40 bks | 200 bks | 120 bks |
| | Minggu 2 | 80 bks | | |
| | Minggu 3 | 85 bks | | |
| | Minggu 4 | 115 bks | | |
| BULAN 2 | Minggu 1 | 75 bks | 148 bks | 150 bks |
| | Minggu 2 | 125 bks | | |
| | Minggu 3 | 22 bks | | |
| | Minggu 4 | 76 bks | | |
| BULAN 3 | Minggu 1 | 100 bks | 250 bks | 205 bks |
| | Minggu 2 | 135 bks | | |
| | Minggu 3 | 120 bks | | |
| | Minggu 4 | 100 bks | | |

| | | | | |
|---------|----------|---------|----------|---------|
| BULAN 4 | Minggu 1 | 100 bks | 300 bks | 170 bks |
| | Minggu 2 | 150 bks | | |
| | Minggu 3 | 70 bks | | |
| | Minggu 4 | 150 bks | | |
| Jumlah | | | 1.543bks | |

Gambar 4.1

Hasil survei



Ket:

59 % : Layak konsumsi

23 % : Kurang pedas

10 % : Kemasan kurang menarik

8% : Isi terlalu sedikit

a. Laporan Keuangan

Tabel 4.2
Laporan Laba Rugi

| | | |
|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------|
| Penjualan | 1.543 bks x Rp 8.000 : | Rp. 12.344.000 |
| Pembelian | 1.543 bks x Rp. 4.509 : | Rp. 6.957.387 |
| Laba kotor : | | |
| Penjualan – pembelian | : | Rp. 5.386.613 |
| Biaya-biaya: | | |
| Biaya Bensin | : | Rp. 100.000 |
| Biaya Lainnya | : | Rp. 100.000 |
| Jumlah biaya | : | Rp. 200.000 |
| Laba bersih | | |
| Laba kotor – Jumlah biaya | : | Rp. 5.186.613 |

B. Potensi Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program ini akan terus berlanjut dengan produk lebih berinovasi dan proses produksi lebih banyak untuk menghasilkan produk yang lebih bagus, dan memperluas pangsa pasar terkhusus untuk provinsi Bengkulu dan luar kota. Dan melihat tingginya minat masyarakat terhadap keripik sukun cemilan lezat sehat dan harga yang terjangkau untuk masyarakat umum dan mahasiswa serta mendorong kami untuk meningkatkan kualitas keripik sukun. Hasil produksi ini merupakan keripik sukun yang memiliki rasa asin dan gurih dengan yang berbahan dasar buah sukun, keripik sukun ini masih mempertahankan rasa yang khas.

Karena selama ini buah sukun masih belum banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, kami mencoba membuka peluang usaha dengan berbahan dasar buah sukun. Usaha keripik sukun kami ini berbeda dengan keripik sukun yang lain karena kami menggunakan banyak varian rasa dalam pembuatan keripik sukun. Usaha akan tetap bertahan bila menghadapi persaingan baik dengan sesama produsen maupun persaingan lain. Segmentasi Pasar yang akan kami tuju adalah seluruh kalangan masyarakat, tetapi kami lebih menekan pada masyarakat umum karena mereka adalah penggemar keripik yang bervariasi. Kami akan memasarkan produk kami disekitar tempat tinggal dan diberbagai pasar daerah bahkan kami akan memasukkan produk kami ke

jajanan oleh-oleh khas Bengkulu. Kami mengharapkan semoga dengan adanya produk kami ini dapat lebih meningkatkan manfaat dari buah sukun yang selama ini hanya dibiarkan jatuh membusuk oleh masyarakat menjadi bahan makanan yang bernilai ekonomis dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat itu sendiri.

Produksi keripik sukun dengan beraneka ragam rasa ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dari keripik sukun itu sendiri. Selain itu, dengan diproduksi keripik sukun ini dapat meningkatkan manfaat dari buah sukun yang selama ini masih belum dimanfaatkan dengan optimal oleh masyarakat. Dan juga dengan diproduksi keripik sukun LEMER ini diharapkan mampu menjadi alternatif cemilan baru di kalangan masyarakat Bengkulu, dan semoga nantinya produk ini diharapkan bisa menjadi salah satu makanan khas kota Bengkulu.

C. Evaluasi

Dari evaluasi dapat disimpulkan bahwa produk Keripik Sukun Lemer melalui uji coba pasar yang didapat dari percobaan pertama yakni dari sepuluh orang yang membeli keripik sukun lemer, konsumen pertama menyatakan bahwa keripik ini enak dan layak untuk dikonsumsi, konsumen kedua menyatakan keripik ini kurang pedas dan kemasannya kurang menarik sedangkan konsumen yang menyatakan hal

yang sama dengan konsumen yang pertama yang menyatakan enak dan layak dikonsumsi. Dari uji pasar yang dilakukan dari sepuluh orang, ada salah satu konsumen yang menyatakan ada kekurangan sehingga adanya perbaikan produk dari kekurangan atau masukan dari konsumen sehingga bisa memenuhi dan memberikan produk yang terbaik bagi konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan dijalankan usaha produk keripik sukun lemer ini yaitu untuk mengembangkan dan memanfaatkan buah sukun yang ada di Bengkulu sehingga buah sukun ini diinovasikan menjadi keripik supaya produk yang berbahan dari buah sukun ini di gemari oleh masyarakat umum serta membuka peluang usaha bagi masyarakat yang memiliki pohon sukun dan bisa menghasilkan keuntungan yang menjanjikan untuk pemilik pohon sukun yang ada di Bengkulu.

B. Saran

Menyadari bahwa penulis masih jauh dari kata sempurna, kedepannya penulis akan lebih fokus dan details dalam menjelaskan tentang skripsi di atas dengan sumber - sumber yang lebih banyak yang tentunya dapat di pertanggungjawabkan. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan analisi keuangan pada suatu usaha. Khususnya yang berminat untuk mengetahui lebih jauh tentang analisi keuangan maka perlu modifikasi variabel-variabel independen baik menambah variabel atau menambah time series datanya. Sehingga akan lebih objektif dan bervariasi dalam melakukan penelitian.

Penyusunan skripsi ini memerlukan perbaikan dan kritik serta saran yang sifatnya membangun. sehingga penyusunan skripsi di masa mendatang akan lebih baik lagi.

Untuk itu penyusun mohon saran dalam melengkapi skripsi ini dan di harapkan dengan di susunnya skripsi ini dapat menjadi panduan untuk membuat skripsi serta dapat menambah lapangan kerja baru yang bisa mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu bakar, Rusydi. “*Pengaruh Pelaksanaan Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen pada Jamu di Banda Aceh*”. Jurnal Sistem Teknik Industri. Vol 6 No 3. Universitas Malikussaleh, 2005.
- Assauri, Sofyan, 2007, Manajemen Pemasaran, PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Budiwati, Hesti. *Implementasi Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung Di Kabupaten Lumajang* *Jurnal WIGA Vol. 2 No. 2, September 2012*
- Cannon, Perreault, McCarthy, 2008, Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Buku 2 Edisi 16, Salemba Empat, Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. (Yogyakarta : Erlangga, 2008)
- Triton, PB, *Marketing Strategi Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*, (Yogyakarta : Tugu Publisher, 2008)
- Kartajaya, Hermawan. 2007. Marketing Klasik Indonesia. Bandung: Mizan Pustaka.

LAMPIRAN 1 ACC Judul

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pager Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51275 Fax. (0736) 51171

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

I. Identitas Mahasiswa
Nama : M Refki Saputra
NIM : 1711140038
Program Studi : Perbankan syariah
Anggota : 1. Melky Yolandarin Pratama (1711140045)
2. Syamsul Rizal (1711140045)

II. Pilihan Tugas Akhir:
 Jurnal Ilmiah
 Buku
 Pengabdian Kepada Masyarakat
 Program Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirausahaan)

Judul Tugas Akhir:
I. Keripik Sukun "LEMER"

III. Proses Validasi:
A. Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir
Catatan: *Bisa dilanjutkan, melky pd proses produksi, syamsul pd pemasaran, pasaran di aplikasi online Bengkulu, Januari 2021* pengemasan
Dosen Pembimbing
Rencana Tugas Akhir

Eka Sri Wahyuni, MM
NIP. 197705092008012014

B. Ketua Jurusan
Judul yang disetujui:

Penunjukkan Dosen Pembimbing:

Mengesahkan
Kajur Ekis/Manajemen

Bengkulu, Januari 2021
Ketua Tim
Mahasiswa

M. Refki Saputra
NIM. 1711140038

Desi Isnaini, MA
NIP. 197412022006042001

LAMPIRAN 2 Surat Penunjukan Pembimbing



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: 0293/In.11/ F.IV/PP.00.9/02/2021

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 : Eka Sri Wahyuni, S.E., MM
NIP. : 197705092008012014
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir
2. N A M A : Yetti Afrida Indra, M. Ak.
NIDN. : 0214048401
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir

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

1. N A M A : M. Refki Saputra
NIM : 1711140038
2. N A M A : Melky Yolandinarin Pratama
NIM : 1711140045
3. NAMA : Syamsul Rizal
NIM : 1711140042

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : Kewirausahaan Keripik Sukun LEMER

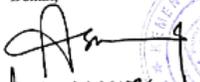
Keterangan : Program Kreativitas Mahasiswa

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

Ditetapkan di : Bengkulu

Pada Tanggal : 23 Februari 2021

Dekan,


Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003



Tembusan :

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

0293/In.11/ F.IV/PP.00.9/02/2021

LAMPIRAN 3 Surat Izin PIRT



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 | : MELKY YOLANDINARI PRATAMA |
| Nomor Induk Berusaha | : 1240000710829 |
| Alamat Pemilik Usaha | : TALANG KARET, Kel. Talang Karet, Kec. Tebat Karai, Kab. Kepahiang, Prov. Bengkulu |
| Nama Usaha | : KERIPIK SUKUN "LEMER" |
| Kode KBLI | : 10794 |
| Nama KBLI | : INDUSTRI KERUPUK, KERIPIK, PEYEK DAN SEJENISNYA |
| Alamat Usaha | : JL. BUMI AYU 8, Kel. Bumu 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 perundangan.

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 : 2 Juli 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 tersimpan dalam Sistem OSS menjadi tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**SURAT PERNYATAAN KESANGGUPAN PENGELOLAAN DAN
PEMANTAUAN LINGKUNGAN HIDUP (SPPL)**

Kami yang menyatakan di bawah ini :

Nama : MELKY YOLANDINARI
PRATAMA
Nomor Induk Berusaha : 1240000710829
Nomor Telepon : 082181500748

Selaku penanggung jawab atas pengelolaan lingkungan dari :

Nama Usaha : KERIPIK SUKUN "LEMER"
Alamat : JL. BUMI AYU 8
Desa/Kelurahan : Bumi Ayu
Kecamatan : Selebar
Kabupaten/Kota : Kota Bengkulu
Provinsi : Bengkulu
Kode>Nama KBLI : 10794 - Industri Kerupuk, Keripik, Peyek Dan Sejenisnya

Pada prinsipnya bersedia untuk dengan sungguh-sungguh untuk melaksanakan seluruh pengelolaan dan pemantauan dampak lingkungan yang terjadi akibat aktivitas usaha yang dilakukan dan bersedia untuk diawasi oleh instansi yang berwenang.

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

2 Juli 2021

Yang Menyatakan,



MELKY YOLANDINARI PRATAMA

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.

Dicetak tanggal : 02 Juli 2021



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB)
1240000710829

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 : MELKY YOLANDINARI PRATAMA
Nomor KTP : 1708030905990002
NPWP Pemilik Usaha :
Nama Usaha : KERIPIK SUKUN "LEMER"
NPWP Usaha : -
Alamat : TALANG KARET, Kel. Talang Karet, Kec. Tebat Karai, Kab. Kepahiang, Prov. Bengkulu
Kode dan Nama KBLI : 10794 - INDUSTRI KERUPUK, KERIPIK, PEYEK DAN SEJENISNYA
Akses Kepabeanaan : -
Kekayaan Bersih : Rp 2.500.000 (Dua Juta Lima Ratus Ribu 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 : 2 Juli 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 KOTA BENGKULU

DINAS KESEHATAN

Jl. Basuki Rahmat No.8 Bengkulu Kode Pos 34223
Telp.(0736) 21702



Sertifikat

PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN

NOMOR : 1395/1771/20

Diberikan kepada :

Nama : **MELKY YOLANDINARI PRATAMA**
Jabatan : Pemilik
Alamat : TALANG KARET TEBAT KARAI KABUPATEN
KEPAHIANG.

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

Kota : Bengkulu
Propinsi : Bengkulu
Pada Tanggal: 06 November 2020



Bengkulu, 06 November 2020
KEPALA DINAS KESEHATAN
KOTA BENGKULU



SUSILAWATY, S.Sos.,SKM.,M.Kes
Pembina Tk. I/ IV.b
NIP 196710021987032006

LAMPIRAN 4 Foto Produk Berwarna

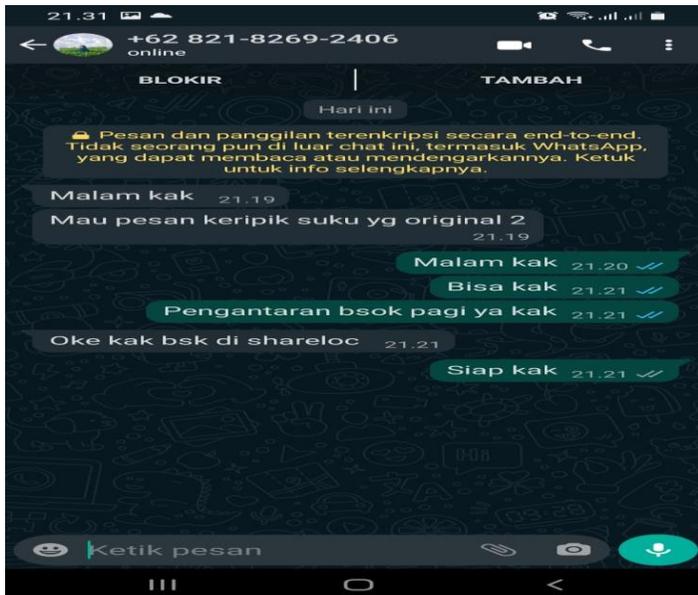
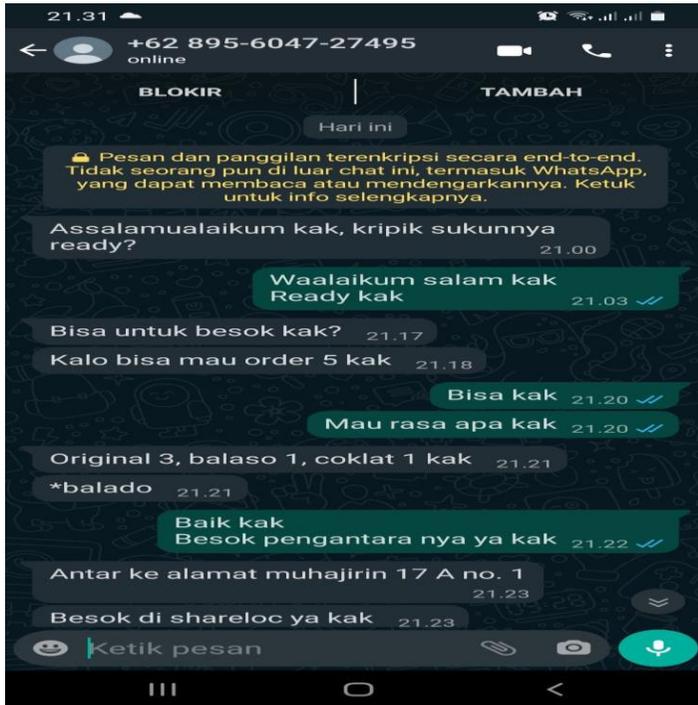




LAMPIRAN 5 Foto Proses Pembuatan Sampai Penjualan







Instagram post interface for the account **keripik_sukun_lemer**. The header shows the LEMER logo and navigation options: "Cerita Anda", "Baru!", "tarioktarinii", and "putraaji021". The main image displays several clear plastic bags of "KERIPIK SUKUN LEMER" (candies) arranged on a wooden surface. Each bag has a label with the LEMER logo and product details. Below the image are icons for heart, comment, share, and bookmark. The caption reads: "keripik_sukun_lemer Ready ni guys 1 pcs 8.000 Siap antar antar alamat". At the bottom, there is a text input field "Tambahkan komentar..." and icons for heart, comment, and share.

LAMPIRAN 6 Kartu Bimbingan Studi



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

Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Faks. (0736) 51171 Bengkulu

KARTU BIMBINGAN PKM

Nama/NIM/Prodi : 1. M.Revki Saputra /1711140038/Perbankan Syariah
 2. Melky Yolandinari Pratama / 1711140045 /Perbankan Syariah
 3. Syamsul Rizal / 1711140042 / Perbankan Syariah
 Judul PKM : Keripik Sukun Lemer

| No | Hari/Tanggal | Materi Bimbingan | Saran Pembimbing | Paraf Pembimbing |
|----|--------------|---|---|------------------|
| 1 | 03-03-2021 | Pengenalan produk kepada pembimbing | Kemasan produk jangan terlalu kecil, logo diperbaiki, banyak kan lagi varian rasa produk | |
| 2 | 27-04-2021 | Pendahuluan | Isi pendahuluan sesuai dengan judul tugas akhir, dan ceritakan produk di latar belakang | |
| 3 | 03-05-2021 | Rumusan masalah | Rumusan masalah berisi tentang apa yang menjadi pokok permasalahan dari produk yang kalian pilih. | |
| 4 | 17-05-2021 | Rumusan masalah | Tambahkan rumusan masalah masing-masing satu, karena anggota kelompok 3 orang | |
| 5 | 21-06-2021 | Keberlanjutan usaha | Ceritakan potensi keberlanjutan usaha produk kalian, setelah selesai laporan ini apa yang bias menjadi keunggulan dari produk | |
| 6 | 15-07-2021 | Hasil yang dicapai berdasarkan luaran program | Hasil yang dicapai harus sesuai dengan jadwal kegiatan | |

Created by: jayadarmas.com



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

Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Faks. (0736) 51171 Bengkulu

KARTU BIMBINGAN PKM

Nama/NIM/Prodi : Melky Yolandinari Pratana /1711140045/Perbankan Syariah
Judul PKM : Manajemen Produksi Pada Usaha Keripik Sukun Lemer Dalam
Pemanfaat Buah Sukun Agar Menjadi Bahan Makanan Yang Bernilai
Ekonomis

| No | Hari/ Tanggal | Materi Bimbingan | Saran Pembimbing | Paraf Pembimbing |
|----|------------------|---------------------|--|---------------------|
| 1 | 16-08-2021 | Cover Dan Bab III | Perbaiki Cover Dan dibagian Produksi Dirincikan Lagi Disetiap Step Pembuatan Keripiknya. | |
| 2 | 20-08-2021 | Produk | Pada Label Produk Ditambahkan No. PIRT Dan Rasa Coklatnya Jangan Terlalu Pahit. | |
| 3 | 20-08-2021 | ACC Pembimbing | Pada Saat Sidang Produk Dibawa. | |

Bengkulu, 23 Agustus 2021
Pembimbing I

Eka Sri Walidani, S.E., M.M
NIP. 197705092008012014