

**STRATEGI PEMASARAN (MARKETING MIX)
PADA OLAHAN NUGGET JAMUR GRIGIT**



SKRIPSI

Oleh :

**ANTRY JANA LESTARI
1811140237**

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

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Antri Jana Lestari, NIM. 1811140237, Perbankan Syariah dengan judul **"Strategi Pemasaran (Marketing Mix) Pada Olahan Nugget Jamur Grigit"**, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Perbankan Syariah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing, oleh karena itu, Laporan Program Kreativitas Mahasiswa ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Bengkulu, 07 Februari 2022 M

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Fatimah Yunus, M.A
NIP. 196303192000032003

Debby Arisandi, MBA
NIP. 198609192019032012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO 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

Jurnal yang berjudul "Strategi Pemasaran (Marketing Mix) Pada Olahan Nugget Jamur Grigit", oleh Antry Jana Lestari NIM : 1811140237, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari Sabtu

Tanggal 19 Februari 2022 M/ 22 Rajab 1443 H

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

Bengkulu, 25 Februari 2022



Ketua

Dr. Kasimantoni, M.Si
NIP. 197510022003121004

Sekretaris

Herlina Yustati, MA.Ek
NIP. 198505222019032004

Penguji I

Dr. Kasimantoni, M.Si
NIP. 197510022003121004

Penguji II

Yetti Afrida Indra, M. Ak
NIP. 0214048401

Mengetahui,
Dekan

Dr. H. Supardi, M.A
NIP. 196504101993031007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Laporan Program Kreativitas Mahasiswadengan judul "**Strategi Pemasaran (Marketing Mix) Pada Olahan Nugget Jamur Grigit**" Sebagai Usaha Pengembangan Potensi Lokal di Kota Bengkulu adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UINFAS Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Laporan Program Kreativitas Mahasiswa ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam Laporan Program Kreativitas Mahasiswa ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftarpustaka.

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

Bengkulu, 07 Februari 2022 M

nyatakan



Antry Jana Lestari
NIM. 1811140237

MOTTO

- *Dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir (Q.S Yusuf ayat 87).*
- *Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar (Q.S Al-anfaal ayat 46)*

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas segala rahmat dan berkah yang Allah SWT berikan. Laporan Program Kreativitas Mahasiswa ini dipersembahkan untuk :

1. Allah SWT, Azza wajallah, karena-Nya. Penulis diberi kesempatan untuk berpendidikan lebih lanjut dan mampu menyelesaikan Laporan PKM ini tepat waktu.
2. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya Bapak Kaslan Dan Ibu Endang Hairani yang selalu ada serta selalu membimbing, mengarahkan dan ,memberikan doa terbaik untukku dan selalu mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya. Terima kasih atas semua cinta yang telah bapak dan ibu berikan kepada saya sampai saat ini karena tanpa kalian aku tidak bisa menyelesaikan semua ini.
3. Kedua saudara perempuan saya Eka Nofrianti dan Hilda Yuniar serta Saudara laki-laki saya Anfor Nando Buyka Barja, Terima kasih selama ini selalu memberikan doa terbaik untuk saya, Terima kasih selalu membantu,memberi support kepada saya disaat merasa kehilangan kepercayaan pada diri saya sendiri, dan terimakasih selalu memberi semangat yang tiada henti nya

serta dukungan penuh kasih sayang agar saya bisa menyelesaikan tugas akhirku tepat waktu.

4. Keluarga Besar saya yang selalu memberikan semangat, arahan serta bimbingan dan doa yang terbaik untuk saya sampai saat ini.
5. Yetti Afrida Indra, M.Ak Selaku Pembimbing Akademik yang telah banyak memberi saran, nasehat dan semangat untukku.
6. Dr. Hj. Fatimah Yunus, M.A Pembimbing I yang selalu meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Debby Arisandi, MBA Selaku Pembimbing II yang selalu meluangkan waktu dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Orang Terbaik, Kakak Al Mubdi'u, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada dirimu yang selalu memberikan semangat ,arahan dan nasehat selama ini sampai saya bisa menyelesaikan apa yang harus nya saya selesaikan. Saya bisa mengatasi semua tantangan yang saya hadapi selama ini karena dirimu, terima kasih atas doa terbaik yang selalu kakak berikan untukku. Dan sekarang saya memiliki harapan untuk masa depan yang lebih baik karena mu. Terima kasih selalu ada untuk diriku sehingga Kakak menjadi salah satu orang yang layak kupersembahkan dalam perjuanganku selama ini.

Tetap menjadi orang terbaik dalam versi dirimu sendiri sampai kapan pun.

9. Mutya Qarunia Sari , Teman, sahabat bahkan sudah seperti keluarga ku, saya mengucapkan terima kasih kepadamu atas dukungan,perhatian dan doa serta semua yang kamu berikan kepada saya, dirimu selalu membangkitkan saya ketika diriku terjatuh, Hati mu begitu baik,ketulusan mu tiada bandingnya. Terima kasih sudah selalu ada untuk saya sampai saat ini, hanya dirimu yang bisa memahami saya di situasi apa pun. Kamu juga menjadi salah satu orang yang layak kupersembahkan dalam perjuangan saya. Terima kasih sudah selalu bertahan pada saya sampai kita bisa mewujudkan apa yang kita inginkan bersama. Kita bisa menyelesaikan tugas akhir ini karena terus bersama dan sukses bersama.
10. Skripsi ini saya persembahkan untuk sahabat-sahabat terbaikku Agnes Monika dan Bafela Dwi Risita, Terima kasih sudah selalu ada untuk saya selama ini, Semua ini berkat atas dukungan dan doa terbaik dari kalian.
11. Skripsi ini saya persembahkan untuk sahabat-sahabat Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII), Terimakasih atas semua semangat yang telah kalian berikan untuk saya. Saya bahkan tidak bisa menjelaskan betapa bersyukurya saya mengenal dan memiliki kalian dalam hidup saya.

12. Skripsi ini saya persembahkan untuk sahabat-sahabat Kopri Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) , Lisa Sartika, Bella Safira, Legin Mentari Padilla, Febri Kurnia Gustika Putri, Elly Indrawati dan Sri Nurmawati, Terima kasih atas dukungan dan doa terbaik yang selalu kalian berikan untuk saya sehingga saya bisa menyelesaikan semua ini dengan baik serta terima kasih sudah menjadi teman seperjuangan sampai saat ini.
13. Skripsi ini saya persembahkan kepada Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

ABSTRAK
STRATEGI PEMASARAN (MARKETING MIX) PADA
OLAHAN NUGGET JAMUR GRIGIT

(Studi di Prum. Bentiring Indah Blok G, RT 18, RW 01,
Kelurahan Bentiring, Kecamatan Muara Bangkahulu Kota
Bengkulu)

Oleh Antry Jana Lestari, NIM 1811140237

Jamur adalah bahan pangan yang digunakan sebagai bahan makanan di seluruh dunia karena kaya akan suplemen seperti protein, gula, lipid, mineral (fosfor dan kalium), dan nutrisi. Jamur mungkin dipandang sebagai makanan utilitarian utama. Jamur Grigit muncul saat awal musim hujan dan dapat bertahan hidup di tanah dan kayu dalam kondisi lembab. Lemak, karbohidrat, enzim, vitamin, dan mineral semuanya ditemukan dalam jamur grigit. Jamur grigit sebagian besar dibuat dengan memanfaatkan jamur grigit yang umumnya dimasak sebagai lauk pada khususnya. Adanya inovasi baru yang dapat dimanfaatkan pada jamur grigit yaitu dengan membuat Nugget Jamur Grigit yang dibundel sebagai makanan atau gigitan memiliki kadar menyehatkan yang sangat bermanfaat bagi tubuh. Namun, masalah diet adalah tentang asupan makanan setiap hari, tetapi nutrisi juga terkait dengan cara memilih dan mengelola makanan agar manfaat kesehatannya tetap dan bermanfaat bagi tubuh. Usaha pengelolaan nugget jamur grigit merupakan ide yang menarik dengan memanfaatkan peluang dan bersaing dan keunikan serta memiliki harga yang terjangkau. Pemasaran yang dilakukan dalam usaha nugget jamur grigit ini melalui media online seperti whatsapp, facebook dan instagram serta secara offline agar dapat di ketahui dan di minati oleh masyarakat.

Kata Kunci : Jamur Grigit, Kandungan dan Pemasaran

ABSTRACT
MARKETING MIX ON PROCESSED GRIGIT
MUSHROOM NUGGET

(Study at Prum. Bentiring Indah Blok G, RT 18, RW 01,
Bentiring Village, Muara Bangkahulu District, Bengkulu City)

By Antry Jana Lestari, NIM 1811140237

Mushrooms are foodstuffs that are used as food ingredients throughout the world because they are rich in supplements such as proteins, sugars, lipids, minerals (phosphorus and potassium), and nutrients. The fungus may be viewed as a major utilitarian food. The Grigit mushroom appears at the beginning of the rainy season and can survive in soil and wood in moist conditions. Fats, carbohydrates, enzymes, vitamins and minerals are all found in grigit mushrooms. Grigit mushrooms are mostly made by using grigit mushrooms which are generally cooked as a side dish in particular. There are new innovations that can be used on Grigit mushrooms, namely by making Grigit Mushroom Nuggets bundled as food or bites to have healthy levels that are very beneficial for the body. However, the problem of diet is about food intake every day, but nutrition is also related to how to choose and manage food so that its health benefits remain and benefit the body. The business of managing grigit mushroom nuggets is an interesting idea by taking advantage of opportunities and being competitive and unique and has an affordable price. Marketing is carried out in this Grigit mushroom nugget business through online media such as WhatsApp, Facebook and Instagram as well as offline so that the public can know and be interested.

Keywords: Grigit Mushroom, Content and Marketing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan program kreativitas mahasiswayangberjudul“**Strategi Pemasaran (Marketing Mix) Pada Olahan Nugget Jamur Grigit**”. Shalawat dan salam kepada 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 ini bertujuan untuk menyampaikan bagaimana cara membuat usaha nugget jamur grigit untuk meningkatkan ekonomi masyarakat dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

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

1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain Dali, M.PD selaku Rektor UINFAS Bengkulu yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk membina ilmu di UINFAS.
2. Dr. Supardi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yangtelah memberikan kemudahan kepada kami selama masa perkuliahan.

3. Yenti Sumarni, MM selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan fasilitas dalam menimba ilmu pengetahuan.
4. Debby Arisandi, MBA selaku, Ketua Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan semangat, dorongan dan masukan terhadap Tugas Akhir sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dra. Fatimah Yunus, M.A selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuhkesabaran.
6. Debby Arisandi, MBA selaku Pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan bimbingan pada penulisan tugas akhir ini.
7. Kedua orang tua Penulis yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuhkeikhlasan.

9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

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

Bengkulu, 07 Februari 2022 M

Penulis

Antry Jana Lestari
NIM. 1811140237

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan Program	9
D. Manfaat Program	9
E. Luaran yang diharapkan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran Dalam Syariat Islam	11
B. Jamur Grigit	14
BAB III METODE PELAKSANAAN	
A. Alat dan Bahan.....	18
B. Proses Pemasaran.....	19

C. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Pemasaran	30
D. Anggaran Biaya	31
E. Rencana Jadwal Kegiatan	34
BAB IV GAMBARAN UMUM USAHA DAN HASIL YANG	
DICAPAI	
A. Analisis Produk.....	37
B. Pangsa Pasar.....	41
C. Lokasi Bisnis.....	45
D. Analisis Kelayakan Bisnis	47
E. Analisis Keuntungan.....	49
F. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program	50
G. Potensi Keberlanjutan Usaha	54
BAB V PENUTUP	
A. Evaluasi.....	56
B. Kesimpulan	56
C. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Hasil Pemeriksaan Kualitatif Protein Jamur Gigit Dengan Blueret	7
Tabel 1.2 Hasil Perhitungan Bahan Kandungan Proteino.	8
Tabel 3.1 Alat-alat Proses Pengelolaan Nugget Jamur Gigit	18
Tabel 3.2 Bahan-bahan Proses Pengelolaan Nugget Jamur Gigit.....	19
Tabel 3.3 Anggaran Biaya	31
Tabel 3.4 Rencana Jadwal Kegiatan.....	35
Tabel 4.1 Analisa Keuntungan	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Formulir Pengajuan Judul

Lampiran 2 : Lembar Penunjukan Pembimbing

Lampiran 3 : Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan

Lampiran 4 : Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Lampiran NIB

Lampiran 5 : Sertifikat Standar Perizinan Berusaha

Lampiran 6 : Lembar Bimbingan

Lampiran 7 : Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan harus beradaptasi dengan era globalisasi agar dapat membuat produk yang mampu bersaing dengan berbagai produk lainnya dengan asumsi mereka perlu lolos dalam kompetisi patronase. Persaingan akan semakin ketat ketika karakter pesaing baru muncul dengan strategi yang baru. Dalam persaingan bisnis, sebuah perusahaan bisa menang jika perusahaan tersebut dapat menarik dan menjangkau pelanggan dalam jumlah berapa pun seperti yang diharapkan. Yang lebih jelas perusahaan bisa mendapatkan keuntungan yang besar.¹

Pemasaran merupakan suatu kesempatan yang dapat dilakukan oleh orang-orang atau perkumpulan untuk memperoleh suatu yang mereka inginkan dan butuhkan dengan pengembangan, menyediakan, serta mempertukarkan suatu barang. Pemasaran dapat didefinisikan sebagai proses memuaskan kebutuhan. dan memperoleh keuntungan normal melalui perdagangan dan pertukaran. Sedangkan strategi adalah keseluruhan gagasan tentang bagaimana suatu organisasi mengarahkan dirinya sendiri dan segala macam

¹Muharam, Ashari Satrio, *“psikoanalisis reaksi berantai konsekuensi publisitas representasi dan iklan Daya tarik pada kesadaran stigma dan Konsekuensinya pada Konsumen berinvestasi dalam daya tarik”*, 2011, Hal.1.

pergerakannya dengan tujuan agar bisnis dijalankan secara efektif, bersaing dan memberikan kembali kepada investor.²

Sistem pemasaran adalah suatu pengembangan yang terletak di jantung teoretis dari bidang pemasaran yang penting dan merupakan titik fokus dari praktik pemasaran . Ini merupakan wilayah di mana sejumlah besar kesulitan atau tantangan saat ini dibedakan oleh pemasaran.³

Sistem pemasaran adalah salah satu metode untuk memenangkan keunggulan praktis bagi organisasi yang menghasilkan tenaga kerja dan produk. Sistem pemasaran merupakan salah satu landasan untuk menyusun keseluruhan pesanan suatu perusahaan. Mengingat luasnya cakupan isu yang ada di dalam organisasi, maka diperlukan strategi yang matang sebagai bagian pembantu bagi perusahaan dalam menjalankan tugasnya.⁴

Pemasaran menurut Pribadi dan Mundung adalah kegiatan pemasaran yang terfokus pada pasar dan ditujukan kepada konsumen atau pembelidengan tujuan untuk memberikan kebahagiaan konsumen sebagai sarana pencapaian tujuan perusahaan. Banyak pihak dengan sales

² Moh Rusdi, "Prosedur pemasaran untuk meningkatkan publikasi penjualan di Genting Ud. Perusahaan Berkah Jaya" Vol.6, No.2, 2019, Hal.51.

³ Morgan, Neli A, Kimberly A. Whitler, Hui Feng & Simos Chari, "Research in marketing strategy ", Journal of the Academy of Marketing Science, 47, 4-29, 2018.

⁴ Wibowo, Dimas Hendika, "psikoanalisis prosedur merchandising untuk menghadapi Daya Saing UMKM" , Jurnal administrasi patronase, Vol.29, No.1, 2015, Hal.60.

(penjualan), sales promotion lady muncul di benak ketika mendengar kata pemasaran. Periklanan, promosi, atau produk adalah contoh pemasaran. Orang sering menyamakan peran pemasar (marketer) dengan peran penjual. Namun, karena pemasaran terkait erat dengan penjualan, pemasaran jarang dibatasi seperti yang disiratkan banyak orang. Pemasaran lebih merupakan "seni khusus menjual barang", oleh karena itu merupakan proses bisnis penjualan yang dimulai dengan perencanaan produk dan diakhiri dengan penjualan produk. Penjualan terjadi ketika pembeli dan penjual produk atau jasa yang merupakan satu-satunya pihak yang terlibat.⁵

Perencanaan pemasaran yang penting berarti menemukan celah dan menciptakan prosedur yang menguntungkan yang mencirikan pasar objektif dan perpaduan pemasaran terkait. Armstrong dan Kotler dan Kotler dan Keller, keduanya menekankan perencanaan yang penting mencakup penentuan pasar objektif dan insentif yang akan ditawarkan, dengan mempertimbangkan investigasi pembukaan pasar terbaik. Rencana pemasaran adalah instrumen penting untuk mengoordinasikan dan merencanakan upaya pemasaran asosiasi dan substansi rencana pemasaran.⁶

⁵ Al-Arif, Nuriyanto “*Dasar-dasar Pemasaran Perbankan Syariah*, (Bandung: Alfabed, 2012), Hal.5.

⁶ Ogunmokun, O Gabriel, “ The Effect of Strategic Marketing Planning Behaviour on the Performance Of Small-to Medium-Sized Firms “, *International Journal of Management*, Vol.29, No.1, 2012, Hal.159.

Teori ekonomi mikro menyatakan bahwa "bauran pemasaran," juga dikenal sebagai "4P," sebagai Metode untuk membuat suatu dalam Menerapkan strategi pemasaran ke dalam tindakan. Proporsi dalam bauran pemasaran dapat diubah secara serupa dan beda dari produk ke produk lainnya. Sejak diperkenalkan pada tahun 1940-an, manajemen bauran pemasaran telah memengaruhi pemikiran, pengujian, dan praktik, serta "sebagai pencipta diferensiasi. 4P dari bauran pemasaran disebut sebagai "empat kali lipat pemasaran yang suci".⁷

Menurut Strauss dan Frost, definisi bauran dalam pemasaran produk yaitu campuran beberapa aspek yang membentuk strategi pemasaran perusahaan: produk, harga, lokasi, dan promosi.⁸ E-Marketing Mix terdiri dari empat komponen :

1. Produk : Produk dapat memenuhi kebutuhan bisnis atau konsumen, serta orang yang akan menukar uang tunai atau barang lain berdasarkan nilai suatu produk.
2. Harga : Secara umum, biaya adalah jumlah semua sifat yang diperoleh dan dijual pembeli (seperti uang, waktu, tenaga,

⁷Goi, Chai Protection, "Tampilan lain dari Merchandising Mix: 4P atau Lebih? ", bungkus ikan internasional dari studi merchandising, vol .1, No .1, 2009, Hal.2.

⁸Wibowo Mohamad Amir, Arief Daryanto, Amzul zrifin, "Prosedur Pemasaran Produk Airship Siap Makan", pembungkus ikan Manajemen IKM, Vol. 13, No. 1, 2018, Hal.31

dan biaya) untuk membantu mereka mendapatkan barang atau administrasi yang mereka butuhkan.

3. Tempat : Tempat adalah lokasi atau area yang digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan perusahaan. Lokasi menggambarkan semua kegiatan yang diperlukan untuk produk atau jasa untuk mencapai pembeli ketika mereka membutuhkannya sesuai jadwal.
4. Promosi : Kegiatan pemasaran suatu perusahaan adalah mengkomunikasikan nilai suatu produk kepada target pasar yang telah ditentukan.⁹

Bisnis akan berkembang dengan baik dalam situasi pasar saat ini. Bisnis akan berkembang dengan baik dalam baik dalam situasi pasar saat ini. Untuk semua maksud dan tujuan, tidak mungkin untuk merencanakan metode atau strategi pemasaran tanpa mempertimbangkan jaringan sosial. Media sosial telah menjadi tren yang sangat signifikan dalam bauran pemasaran saat ini secara keseluruhan dan dalam bauran promosi secara khusus. Menyesuaikan beberapa bentuk pemasaran online melalui media web adalah kunci utama untuk bisnis apa pun.¹⁰

⁹ Putri, Novia Ayu, "Desain Strategi Pemasaran Online Pada Fullus Fashion Melalui Evaluasi Benchmarking", *Jurnal manajemen dan start-up bisnis*, Vol.1, No.1, Hal.122

¹⁰ Abu Bashar, Irshad Ahmad, Mohammad Wasiq, "Effectiveness Of Social Media As A Marketing Tool: An Empirical Study", *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*, Vol.1, No.11, 2012, Hal.88.

Schizophyllum commune, atau jamur grigit adalah jamur yang muncul di awal musim hujan dan dapat bertahan hidup di dalam tanah yang lembab atau di atas kayu yang lembab. Salah satu tanaman yang potensinya kurang dimanfaatkan adalah jamur. Jamur grigit, juga dikenal sebagai schizophyllum commune, adalah salah satu jamur paling kuat yang dapat tumbuh secara alami di batang pohon yang lembab dan di tanah di area sisa hutan. Lemak, karbohidrat, dan enzim adalah beberapa senyawa yang ditemukan dalam jamur grigit. Mineral dan vitamin jamur Grigit, di sisi lain, dapat digunakan sebagai obat herbal serta suplemen makanan. Kejang (langkah) dan panas diobati dengan jamur ini. Phenytoin, Fesphenytoin, Carbamazepine, Lorazepam, Clonazepam, Valvoric Acid, Felbamic, Gabapentin, Oxacarbenzepam, dan Zonisamide secara medis (berdasarkan buku "Patofisiologi"). Obat-obatan diresepkan berdasarkan gejala dan dosis.¹¹

Selanjutnya melakukan pemeriksaan protein dengan uji bluret, berikut adalah table hasil pengamatan :

¹¹Khomariyah, Siti, " Penetapan Kadar Protein pada Jamur Grigit ", *Jurnal analisis farmasi*, Vol.3, No.4, 2018, Hal.281.

Table 1.1
Hasil Uji Kualitatif Protein Jamur Grigit
Dengan Uji Bluret

Sampel	Parameter	Keterangan
jamur grigit	terjadi warna biru violet	+
control positif	terjadi warna biru violet	+
control negatif	terjadi warna biru	-

Sumber : Data Primer Yang Diolah (2022)

Keterangan :

control positif : tempe

control negatif : aquadest

(+) : positif mengandung protein

(-) : negatif mengandung protein

Sesudah penetapan, ada tabel untuk menghitung protein jamur Grigit, berikutnya adalah protein:

Tabel 1.2
Hasil perhitungan kadar protein

Sampel	Pembacaan	Berat Sampel (Gram)	Volume NaOh (ml)	Kadar protein (%)	Kadar protein Rata-rata (%)
Jamur Grigit	1	1,00	54,7	2,35	
	2	1,00	54,9	2,21	2,23
	3	1,00	55,0	2,13	

Sumber : Siti¹²

Nugget adalah suatu bentuk restrukturisasi makanan olahan yang dihasilkan dari daging yang dihaluskan, tepung terigu, konsentrat, bumbu, dan bahan-bahan lainnya yang dicetak, direbus, kemudian digoreng hingga matang¹³.

Maka dari itu, kami menciptakan inovasi produk dengan menciptakan sebuah produk yaitu dengan membuat suatu produk Nugget jamur grigit yang dimana kami akan membuat produk lain yang memiliki rasa yang tidak biasa-biasa saja dibandingkan dengan kuliner kekinian yang sudah ada khususnya di Provinsi Bengkulu. Sedangkan pada produk ini, jamur grigit akan digunakan sebagai salah satu ciri utama untuk membedakan produk kami dengan produk lain, yang seringkali jamur hanya diproduksi untuk sayuran, maka dari itu kami menggunakan jamur grigit sebagai bahan utama

¹² Khomariyah Siti “Penentuan Kadar Protein Pada Jamur Grigit”, *analisis obat pembungkus ikan*, Vol. 3, No. 4, 2018, Hal.283.

¹³ Putra Bayudi, “ *Analisis Kelayakan Agroindustri Nugget Jamur Tiram (Pleurotus Ostreatus)*”, 2015, Hal.4.

membuat sebuah produk nugget yang di minati oleh masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Pemasaran Nugget Jamur Grigit ?

C. Tujuan Program

Menyampaikan bagaimana strategi pemasaran nugget jamur grigit.

D. Manfaat Program

1. Untuk Fakultas

Pemberian pengetahuan untuk mahasiswa tentang cara pemanfaatan jamur grigit dapat memiliki nilai jual yang lebih tinggi, khususnya dengan mengolah jamur grigit menjadi nugget jamur grigit.

2. Untuk Masyarakat

a. Dapat menjadikan nugget jamur grigit sebagai salah satu jenis makanan yang diminati oleh semua kalangan masyarakat.

b. Meningkatkan pendapatan masyarakat dengan adanya pembukaan bisnis baru.

3. Untuk Penulis

Dapat memperoleh pemahaman dan informasi serta pengalaman langsung tentang tata cara strategi pemasaran jamur grigit di kalangan masyarakat sekitar.

E. Luaran yang Diharapkan

Berikut ini adalah hasil khas dari penerapan program inovasi ini:

- 1 Terbentuknya segmen usaha baru yang sukses berupa nugget jamur grigit yang inventif dan imajinatif.
- 2 Pengembangan produk nugget jamur grigit yang populer dan diminati masyarakat luas.
- 3 Terjadinya hubungan antara petani jamur sehingga hasil panen dari petani dapat langsung diedarkan tanpa melalui pasar terlebih dahulu.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran Dalam Syariah Islam

Bisnis dalam pandangan islam ialah aktivitas yang berfariasi wujudnya, namun terdapat batasan menyangkut perolehan serta pemanfaatan hartanya (halal serta haram). Islam pun telah mengajarkan dalam mengamalkan prinsip syariah yang bermuamalah yang berlandas kepada alqur'an, hadis.¹

Berikut adalah strategi pemasaran syariah :²

1. Pemasaran Syariah

Adalah disiplin usaha strategi yang membawa pada proses produksi, promosi serta distribusi yang dalam keseluruhan prosesnya selaras terhadap akad serta prinsip syariah muamalah dalam islam.

2. Karakteristik Pemasaran Syariah terdiri sebagai berikut :

a. Ketentuan (Rabbaniyah)

Ketentuan atau rabbaniyah adalah suatu keyakinan yang buat, bahwa segala gerak gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah SWT. Oleh sebab itu semua instan mesti berperilaku

¹ Hijriah, Hanifiyah Yuliatul"Spritualitas Islam Dalam Kewirausahaan", *Jurnal peradaban islam*, vol.12, No.1, Mei 2016, Hal.9.

² Maisarah Leli," Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam", *Jurnal At-tasyri'iy*, vol.2, No.1, 2019, Hal.8.

sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain, suka memakan harta orang lain melalui jalan yang batin dan sebagainya.

b. Etis (Akhlaqiyah)

Etis atau Akhlaqiyah ialah segala perilaku berjalan di atas norma etika yang berlaku universal. Etika adalah kata hati, yakni “the will of god” yang artinya kehendak tuhan, yang tidak bisa dibohongi. Seorang penipu yang mengoplas barang, menimbun barang, mengambil harta orang lain melalui jalan yang batil yang hati kecil nya berkata lain, namun karena rayuan setan maka iya tergoda berlaku curang, melanggar etika, tidak mentaati kata hati yang sebenarnya. Oleh sebab itu hal ini menjadi pedoman para marketer syariah supaya selalu memelihara perkataan serta perilaku dalam berbisnis.

c. Realistis (Al-Waqiiyah)

Realistis atau al-waqiiyah ialah selaras atas kenyataan, tidak mengada-ada. Segala transaksi yang dilakukan berlandaskan pada kenyataan, tidak membeda-bedakan orang, suku, warna kulit. Segala tindakan dilakukan dengan kejujuran.

d. Humanistis (Al-Insaniyah)

Humanistis atau al-insaniyah ialah berperilaku kemanusiaan, saling menghormati sesama. Pemasaran

menjadikan kehidupan lebih baik dan terhindar dari kerusakan.

3. Nilai-Nilai Pemasaran Syariah

a. Benar (siddiq)

Nilai dasarnya ialah integritas, nilai-nilai dalam bisnisnya yang jujur, ikhlas, terjamin, keseimbangan emosional. Siddiq ialah memiliki kejujuran serta melandasi ucapan, keyakinan serta perbuatan yang berandaskan ajaran islam

b. Terpercaya (amanah)

Nilai dasarnya terpercaya, serta nilai-nilai dalam usahanya ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab. Amanah ialah tanggung jawab dalam melaksanakan kewajiban

c. Komunikasi (tabligh)

Tabligh ialah menjadi tauladan yang baik dengan berperilaku baik.

d. Cerdas (Fathonah)

Adalah memiliki pengetahuan luas yakni memiliki visi, pemimpin yang cerdas selaku pelaku usaha atau pebisnis islam serta mampu menyikapi segala hal yang ada dalam dunia bisnis.

e. Berani (Syaca'ah)

Nilai bisnis nya, mau serta pun mengambil keputusan, menganalisis data keputusan yang tepat serta cepat tanggap.

B. Jamur Grigit

Jamur adalah organis memiliki nukleus, spora, hifa ataumiselium. Umumnya jamur tumbuh secara alamiliar di alam dan ada juga yang beracun dan tidak beracun. Jenis jamur yang tidakberacun adalah jamur yang dapat dimakan (ediblejamur merang). Satu darijamur liar yang dapat dimakan adalahjamur *Schizophyllum commune* Fr. Atauyang biasa disebut dengan nama jamurgrigit.³

Jamur menawarkan berbagai manfaat yang terkait dengan konsumsinya dan, oleh karena itu, dianggap sebagai makanan fungsiona. Sifat meningkatkan kesehatan dari jamur yang dapat dimakan telah dianalisis selama bertahun-tahun, terutama terutama dalam pengobatan Timur tradisional dan pengobatan rakyat Barat. Dicitrakan oleh high kandungan protein yang mudah dicerna, asam lemak dengan rasio asam tak jenuh ganda yang meguntungkan, vitamin menit terutama dari kelompok B dan vitamin A, E, dan C, serta polisakarida, termasuk diet fiber². zat bioaktif yang dihasilkan oleh jamur dapat dibagi menjadi dua kelompok utama: senyawa molekul rendah, mis. terpenoid atau senyawa fenolik, dan senyawa

³ Siti Masitoh, “*Karakterisasi Dan Uji Potensi Jamur Grigit (Schizophyllum commune Fr)*, 2021, S1 thesis”, Universitas Jambi, Hal.1.

dengan berat molekul tinggi, mis. polisakarida dan enzim . Kedua kelompok senyawa tersebut menunjukkan aktivitas biologis seperti antioksidan, antikanker, imunostimulan, antiaterosklerotik, neuroprotektif, anti inflamasi, anti alergi, antibakteri, antivirus, atau hipoglikemik efek. Kisaran aktivitas ini dihasilkan dari keragaman komponen bioaktif yang ada pada jamur, seperti: protein, mis. protein jamur imunomodulator (FIPS), lektin, glikoprotein, polisakarida, fenolik senyawa, senyawa indol, terpenoid, atau lipid (termasuk ergosterol dan turunannya)^{4–8} . kebutuhan untuk menemukan senyawa baru dengan sifat antitumor yang efektif dan selektivitas tinggi terhadap sel kanker dan toksin rendah esitas ke sel normal mendorong penyelidikan berbagai macam senyawa yang terkait secara kimia dan structural.⁴

Schizophyllum commune adalah jamur merang yang termasuk dalam phylum basidiomycetes, ordo agaricales famaliy schizophllaceae. Jamur ini biasanya tumbuh subur pada musim hujan dan sering muncul pada kayu mati. Namun banyak orang yang seharusnya menggunakan jamur ini tidak mengetahui nilainya. Bagaimanapun, itu adalah sumber protein, vitamin, lipid, dan elemen mineral yang sangat baik bagi mereka yang menghargai jamur. Jamur lain

⁴ Anna Matuszewska, Dawid Stefaniuk, Magdalena Jaszek, Mateusz Piet, Adrian Zajac, Tuskasz Matuszewski, Iga Cios , Marcin Graz, Roman Paduch, Renata Bancierz, “ Antitumor Potential Of New Low Molecular Weight Antioxidative Preparations From The White Rot Fungus *Cerren Unicolor* Against Human Colon Cancer Cells”, Vol.2, No.1,2019, Hal. 2.

yang dinilai sebagai makanan antar negerian antara lain: *Volvariella esculenta*, *Psathyrella atrorubronata*, *Pleurotus* sp dan *Lentinus subnudus*. semua jamur yang dapat dimakan ini bersifat seosonal: mereka tidak tersedia sepanjang tahun.⁵

Schizophyllum commune dikenal sebagai produsen potensial dari berbagai metabolit termasuk zat antijamur. Sebuah PBD adalah digunakan untuk mengidentifikasi komponen nutrisi (ekstrak khamir, glukosa, dan $MgSO_4 \cdot 7H_2O$) yang berpengaruh nyata terhadap pertumbuhan miselia *S. commune* dalam kultur labu kacak. NSMetode OFAT dilakukan untuk menentukan konsentrasi maksimum nutrisi tersebut untuk miselia pertumbuhan, dan dilanjutkan dengan studi optimasi menggunakan BBD. Hasil yang diperoleh secara kritis menunjukkan pentingnya ragi ekstrak (18,74 g/L), glukosa (38,65 g/L), dan $MgSO_4 \cdot 7H_2O$ (0,59 g/L) suplementasi untuk pertumbuhan jamur yang diuji mencapai 32,92 g/L biomassa. Data percobaan dilengkapi baik dengan nilai prediksi model dalam 0,09 hingga 0,77% kesalahan. Selain itu, ekstrak dari komune *S.* ditemukan untuk menghambat sebagian besar jamur busuk putih yang dipilih dengan Nilai MIC mulai dari 0,16 hingga 5,00 lg/IL.⁶

⁵ Adebayo-Tayo, Ogunjobi and Afolabi, "Physicochemical Studies ON SCHIZOPHYLLUM Commune (fries) a Nigerian Edible Fungus", *World applied sciences journal*, Vol.2, No.1 Hal.73.

⁶ Yi Peng Teoh Mahitah Mat Don, "Nutrient Improvement Using Stastitikal Optimazation For Growth Of Schizophyllum Commune and Its Antifungional Activity Againts Wood Degrading Fungi Of Rubberwoo", Vol. 28, No. 1, 2012, Hal. 232.

Jamur Grigit paling umum di sekitar awal musim hujan, dan mereka dapat hidup di tanah atau di kayu pada suhu udara lembab. Jamur memiliki banyak potensi sebagai sumber hayati yang belum dimanfaatkan secara maksimal. Jamur pelapuk putih adalah jenis jamur pelapuk kayu memiliki kemampuan tumbuh secara organik pada batang pohon dan sampah hutan. Enzim lemak dan karbohidrat menyusun kandungan jamur grigit. Mineral dan vitamin Jamur grigit dapat digunakan sebagai obat tradisional selain sebagai unsur makanan. Penggunaan jamur ini sebagai pengobatan panas dan kejang-kejang (langkah). Phenytoin, Fesphenytoin, Carbamazepine, Lorazepam, Clonazepam, Valvoric Acid, Felbamic, Gabapentin, Oxacarbenzepam, dan Zonisamide secara medis (berdasarkan buku "Patofisiologi"). Obat digunakan sesuai dengan gejala dan dosisnya

BAB III
METODE PELAKSANAAN

A. Alat Dan Bahan

1. Alat – alat diperlukan proses pengelolaan nugget jamur grigityaitu:

Tabel 3.1
Alat-alat Proses Pengelolaan Nugget Jamur Grigit

Alat	Jumlah
Dandang Kukus	1 Pcs
Baskom	2 Pcs
Timbangan	1 Pcs
Pisau	1 Pcs
Loyang	2 Pcs
Sendok Cocol	1 Pcs
Blender	1 Pcs
Kompor	1 Pcs
Tabung Gas	1 Pcs

2. Bahan- bahan diperlukan dalam proses pengelolaan nugget jamur grigit yaitu:

Tabel 3.2
Bahan-bahan Proses Pengelolaan Nugget Jamur Grigit

Bahan	Bahan
Jamur Grigit	Bawang Putih
Ayam	Merica
Telur ayam	Penyedap Rasa
Tepung Terigu	Garam Halus
Tepung Roti	Keju chadder
Bawang Merah	Stiker

B. Proses Pemasaran

Pemasaran adalah studi tentang kebutuhan dan keinginan konsumen, serta produksi, penetapan harga atau biaya, melakukan promosi, dan distribusi barang dan jasa. Tujuan pemasaran adalah untuk menjamin bahwa klien mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Segmentasi pasar, menentukan tujuan pasar, dan menentukan positioning produk perusahaan adalah tiga variabel yang perlu dipertimbangkan saat merencanakan dan menyiapkan strategi pemasaran.¹ Upaya yang dilakukan oleh kelompok yang berbeda untuk

¹Ana Widya Puspita Sari, Renn Oktavia,” Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif pada UD. Sumber Abadi Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo “, *Jurnal ekonomi islam*, Vol.11, No.2, 2020, Hal.141.

memenangkan oposisi disinggung sebagai prosedur. Sebagai penjelasan terkoordinasi yang menggabungkan berbagai elemen upaya untuk memperluas intensitas, termasuk arena, keunggulan, akses, dan aktivitas. Untuk menang dalam turnamen Besar dan usaha kecil sama-sama harus memiliki strategi untuk bersaing dan menang. Jika tidak, perusahaan akan kehilangan pangsa pasar dari pesaing. Begitu pula dalam hal pemasaran suatu produk.² Pada masa nabi, istilah pemasaran belum dipahami secara umum. Jual beli, yang sudah ada sebelum Islam, adalah gagasan yang umum dikenal. Pemasaran mencakup pembelian dan penjualan karena pembahasan keduanya termasuk dalam pemasaran. Untuk memperkenalkan produk atau merchandise, pemasaran dapat dilakukan melalui percakapan dan pertemanan.³

Strategi pemasaran merupakan aspek penting dari keseluruhan strategi bisnis perusahaan, karena mengarahkan semua fungsi manajemen. Setiap bisnis ingin bertahan dan berkembang, dan satu-satunya metode agar dapat mencapainya dengan fokus pada pemeliharaan dan peningkatan margin keuntungan. Bisnis ini hanya bisa sukses jika bisa bertahan

² Yesi Elsandra, Ardhan Agung Yulianto, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Usaha Kecil Menengah Berbasis Industri Kreatif Melalui ICT", *Jurnal kajian manajemen bisnis*, Vol.2, No.1, 2013, Hal.36.

³ Idri, "Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam perspektif hadis nabi)", Edisi Pertama, Perpustakaan nasional katalog dalam terbitan (KDT), 2015, Hal.263.

dalam bisnidan mengembangkan produknya, serta menemukan klien baru dan menguasai pasar.⁴

Tujuan strategi pemasaran (marketing mix) dalam pemasaran ini melibatkan penggabungan berbagai kegiatan pemasaran untuk memperoleh hasil yang terbaik.⁵ Sebuah strategi pemasaran 4P diperlukan dalam proses pemasaran, yang meliputi:

1. Produk

Sesuatu yang dapat dibawa untuk dipasarkan sebagai imbalan atas kepemilikan, perhatian, penggunaan, atau konsumsi mereka untuk memenuhi kebutuhan. Suatu produk dengan kualitas, performa, dan pelengkap yang unik akan menjadi pilihan konsumen. Produk berkualitas tinggi ialah suatu produk yang dapat memberikan suatu lebih dari yang diharapkan.⁶

Sebuah produk dapat mengambil banyak bentuk yang berbeda. Dimulai dari warna, kemasan, aroma, dan rasa, kemudian beralih ke faktor lainnya. Konsumen akan lebih senang dengan barang yang memenuhi kebutuhannya sebagai akibat dari banyaknya atribut produk yang

⁴Leli, Maisarah, "Strategi Pemasaran Dalam Persepektif Islam", *Jurnal At-tasyri'iy*, Vol.2, No.1, 2019, Hal.30.

⁵ Musfar Tengku Firli, "Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran", (Bandung:2020), Hal.9.

⁶ Chelsea Regina Pitoly, Arizal Bin Hasan Jan, Merlyn mourah Karuntu, "Perencanaan Kualitas Pada Produksi Ikan Asap (Studi Kasus Di Desa Minaesa Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara)", *Jurnal EMBA*, Vol. 5, No. 2, 2017, Hal 829.

disediakan pabrikan yang dapat membedakan produk perusahaan dari produk sejenis yang dibuat oleh perusahaan lain. Menggunakan fitur produk adalah salah satu alat ini.⁷

Kompatibilitas dan kepatuhan terhadap persyaratan dan standar yang berlaku, kesesuaian atau kepuasan untuk digunakan, dan kapasitas untuk memenuhi keinginan, memenuhi kebutuhan, dan harapan dengan harga yang kompetitif adalah semua contoh kualitas produk. Produk berkualitas tinggi hampir pasti akan memuaskan konsumen. Produsen akan diuntungkan secara finansial dan dalam hal loyalitas pelanggan jika hal ini dapat dipertahankan.⁸

Keinginan dan kebutuhan konsumen dalam menghadapi persaingan perusahaan yang semakin meningkat, perusahaan menjadi semakin dinamis. Agar memiliki daya pembeda, Peran suatu organisasi dalam menanggapi kebutuhan dan keinginan pembeli ternyata semakin membingungkan. Dengan kontes bisnis yang solid, sangat penting untuk memiliki identitas khusus untuk produk atau layanan yang dipromosikan. Merek atau

⁷Hamidah Siti, Desi Anita, “ Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Prmbelian Produk Handpone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Pelita Indonesia)”, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 21, No. 4, 2013, Hal.3.

⁸Nurafrina Siregar, Fadillah, “ Pengaruh Pencitraan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada rumah Makan Kampung Deli Medan”, Vol. 8, No. 2, 2017, Hal. 89.

brand merupakan salah satu identitas yang memungkinkan konsumen dengan mudah mengenali dan membedakan produk suatu perusahaan dengan produk pesaing lainnya.⁹

Konsumen melalui tahapan ketika mengonsumsi suatu produk, dan memahami tahap ini dapat membantu pemasar dan bisnis dalam mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku klien. Kotler dan Keller adalah dua penulis yang telah berkolaborasi dalam sebuah buku. Siklus pilihan pembelian dipisahkan menjadi lima fase, dimulai dengan pengakuan kebutuhan, pengumpulan data, evaluasi elektif, pilihan membeli, dan perilaku pasca pembelian.¹⁰

Produk merupakan suatu yang diusulkan ke pasar agar cukup menonjol untuk dikenali, diperoleh, dimiliki sebelumnya, atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Nugget Jamur Grigit adalah salah satu produk yang dihasilkan dari usaha kami yang berjudul "Mushroom Grigit" yang memiliki keunggulan yaitu jamur grigit dapat diolah menjadi makanan yang lebih baik dan memiliki keunikannya sendiri.

⁹ Ogy Irvanto, Sujana, "Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam Di Kota Bogor)", *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 8, No. 2, 2020, Hal. 106.

¹⁰ Noventi Ersara Putri, Dadang Iskandar, "Analisis Referensi Konsumen Dalam Penggunaan Social Messenger Di Kota Bandung (Studi Kasus Line, Kakaotalk, Wechat, Whatsapp)", *Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol.14, No. 2, 2014, Hal. 114.

2. Harga (Price)

Satu-satunya bagian dari bauran pemasaran yang menciptakan pendapatan penjualan adalah harga. Penetapan harga adalah masalah yang signifikan, tetapi banyak perusahaan masih melakukan pekerjaan yang buruk dalam menanganinya. Akibatnya, penetapan harga harus dipertimbangkan agar konsumen mampu membayar harga yang ditetapkan sekaligus menguntungkan perusahaan.¹¹ Harga produk itu sendiri, serta dorongan rabat/diskon atau diskon khusus, atau sistem pembayaran lainnya yang ditetapkan secara bulanan atau angsuran, merupakan faktor harga yang tidak kalah penting dalam mendukung efektifitas proses pemasaran produk.¹² Dalam perekonomian, salah satu bagian dari bauran promosi yang menghasilkan pendapatan adalah biaya atau cost. Tujuan dari biaya yaitu untuk mengekspresikan posisi nilai produk pabrikan. Luasnya volume penjualan dan laba perusahaan

¹¹ Husnul Khatimah, Marhawati Mappatoba, Rustam Abd. Rauf, “Strategi Pengembangan Usaha Abon Ikan Melalui Pendekatan Marketing Mix Pada Industri ‘Raja Bawang’ Di Kota Palu “, *e-jurnal. Agrotekbis 1* (5), 2013, Hal.466.

¹² Leli Maisarah, “ Strategi Pemasaran Dalam Persepektif Islam “, *Jurnal At-tasyri'iy*, Vol.2, No.1, 2019, Hal.32.

ditentukan oleh harga yang ditetapkan untuk barang-barangnya.¹³

Harga merupakan aspek bauran pemasaran yang dapat menambah pendapatan bagi suatu perusahaan atau organisasi.¹⁴ Nilai jual atau citra suatu produk atau jasa setelah melalui proses pembuatan dapat di nilai dari harganya, yang sepenuhnya telah ditetapkan oleh penjual¹⁵. Kebijakan penetapan harga terkait erat dengan keputusan tentang layanan mana yang akan dijual. Hal ini karena harga suatu produk atau jasa adalah penawarannya. Kombinasi barang/jasa biasanya yang menentukan harga ditambah berbagai layanan lain, serta margin keuntungan yang memadai. Konsumen akan menentukan apakah akan membeli suatu barang atau tidak tergantung pada harga yang ditetapkan. Selain itu, berdasarkan harga tersebut, pembeli menentukan berapa banyak barang/jasa yang harus dibeli.¹⁶

¹³Rozalinda, "Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi", 2014, Jakarta Perpustakaan nasional catalog dalam terbitan (KDT), Hal.148.

¹⁴ Nur Naningsih, " Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (UKM) 310 Di Makassar", *Jurnal aplikasi manajemen & kewirausahaan*, Vol.1, No.1, 2019, Hal.49.

¹⁵ Ana Widya Puspita Sari, Renni Oktavia, " Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif pada UD. Sumber Abadi Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo " *Jurnal ekonomi islam*, Vol.11, No.2, 2020, Hal.150.

¹⁶ Arlina Nurbaity Lubis, " *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis* ", 2014, Hal.6.

Harga dapat dicirikan sebagai ukuran uang tunai yang diharapkan untuk mendapatkan berbagai campuran tenaga kerja dan produk. Penetapan biaya tidak peduli dengan keinginan pedagang yang sebenarnya, di sisi lain juga harus mempertimbangkan untuk mengakui efektivitas pembelian individu. Biaya yang kami ajukan adalah Rp.30.000,- dimana biaya yang kami usulkan sama sekali sesuai dengan kandungan gizi yang terkandung dalam nugget jamur grigit.

3. Tempat (Place)

Lokasi berarti mengacu pada lokasi fisik serta tempat atau lokasi. Lokasi penjualan, kesimpulannya, adalah tempat usaha di mana seseorang merasa nyaman membeli dan menjual barang atau jasa. Karena memiliki arti yang sama dengan tempat usaha, maka lokasi penjualan juga menandakan lokasi usaha dalam penelitian ini, di mana ditunjukkan bahwa tempat usaha tersebut dimanfaatkan untuk berdagang atau menjual apapun. Lingkungan kompetitif, seperti elemen geografis, dapat menjadi aspek yang signifikan, menjadikannya suatu yang penting.

Karena lokasi bisnis merupakan pemicu biaya yang besar, ia memiliki kemampuan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi perusahaan. Banyak pengeluaran menjadi permanen dan tidak mungkin dipotong setelah pemilik bisnis memilih lokasi bisnis dan operasi di lokasi

tersebut.¹⁷ Menurut Tjiptono, aspek-aspek yang harus diperhatikan dengan cermat ketika memilih tempat atau lokasi bisnis: aksesibilitas dan undang-undang. Hindrayani menekankan bahwa faktor seperti lokasi pasar atau konsumen, ketersediaan bahan mentah, air dan karyawan semuanya mempengaruhi tempat perusahaan.¹⁸

Tjiptono mendefinisikan lokasi sebagai serangkaian upaya pemasaran yang bertujuan untuk mempercepat dan mempermudah penyediaan atau pendistribusian produk. Salah satu rahasia sukses menurut Kotler adalah lokasi, lokasi, lokasi dengan memilih komunitas yang tepat. Tergantung pada pertumbuhan ekonomi dan potensi stabilitas, persaingan, iklim politik, dan faktor lainnya. “Lokasi perusahaan adalah di mana ia berjalan atau di mana ia melakukan operasi untuk menghasilkan barang dan jasa yang memperhatikan unsur ekonomi” menurut Buchari Alma. Menurut Buchari Alma pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu perusahaan di masa yang akan datang.¹⁹

¹⁷ Sri Zuliarni, Relon Taufik Hidayat, “Analisis Faktor Pertimbangan Pebisnis Kecil Di Lingkungan Kampus Universitas Riau Dalam Pemilihan Lokasi Usaha”, *jurnal aplikasi bisnis*, Vol.3, No.2, 2013, Hal.104.

¹⁸ Hanggita, Ariffa Tio, “Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada Umkm Di Kecamatan Paciran”, *Jurnal manajemen bisnis*, Vol.8, No.2, 2018, Hal.169.

¹⁹ Nur Syamsu Umami Batubara Ade Parlaungan Nasution, Yudi Prayoga, “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Tabung Gas Lpg 12 Kg Padat Jalanan

Daerah-daerah pemasaran yang kami pilih terbagi menjadi 2 daerah, yaitu daerah padat karya dan Perumnas Bentiring Indah, serta dibantu dengan menggunakan media berbasis web. Kami memilih lokasi karena nyaman untuk keramaian dan area kerja.

4. Promosi

Promosi adalah komunikasi yang terjadi oleh produsen dan konsumen dengan tujuan agar dapat mengubah perilaku serta sikap konsumen yang sebelumnya tidak mengenal produk sehingga menjadi pembeli dan mengingatnya. Kegiatan promosi adalah jenis komunikasi dan informasi yang digunakan perusahaan untuk membuat mereknya dikenal khalayak umum. Promosi juga merupakan sarana untuk membujuk dan mengajak masyarakat untuk membeli produknya agar menjadi loyal.²⁰ Promosi adalah proses membuat produk dikenal banyak orang dengan menggunakan berbagai cara seperti promosi, periklanan, adanya hubungan masyarakat, dan pemasaran secara langsung adalah beberapa strategi yang digunakan. Langkah ini sangat penting dalam menciptakan gambaran produk dengan potensi penjualan yang besar.²¹

Arta Primarantauprapat”, *Jurnal manajemen akuntansi*, Vol.1, No.1,2021, Hal.88.

²⁰ Yesi Elsandra, Ardhian Agung Yulianto, “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Usaha Kecil Menengah Berbasis Industri Kreatif Melalui ICT”, *Jurnal kajian manajemen bisnis*, Vol.2, No.1, 2013, Hal.40.

²¹ Maisarah Leli, “Strategi Pemasaran Dalam Persepektif Islam”, *Jurnal At-tasyri’iy*, Vol.2, No.1, 2019, Hal.32

Promosi harus dilakukan secara teratur untuk memastikan bahwa pelanggan mengingat produk atau layanan. Kemajuan mencakup hal-hal seperti publikasi, penjualan, kemajuan dalam kesepakatan, periklanan, dan promosi langsung dan berbasis web.²² Aspek ini mengacu pada berbagai upaya untuk menginformasikan pasar tentang produk/jasa yang dijual, serta lokasi dan waktu penjualan. Iklan, promosi penjualan, dan publisitas yaitu semua pilihan untuk menyebarkan informasi ini.²³

Promosi adalah komunikasi pemasaran yang terjadi sebagaimana perusahaan ataupun organisasi menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan calon klien tentang produk atau layanannya untuk mengubah pemikiran mereka atau memperoleh tanggapan. Kami memanfaatkan media berbasis internet seperti Whattsap, Facebook, dan Instagram untuk beberapa kegiatan promosi kami dalam mempromosikan produk kami.

Lima langkah model proses pemasaran seperti yang ditunjukkan oleh Philip Kotler adalah sebagai berikut:

- a. Mengenal kebutuhan dan keinginan pelanggan
- b. Klien menetapkan strategi prosedur untuk pertunjukan.

²²Nur Naninsih, “ Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (UKM) 310 Di Makassar”, *Jurnal aplikasi manajemen & kewirausahaan*, Vol.1, No.1, 2019, Hal.50.

²³ Arlina Nurbaity Lubis, “ Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis”, 2004, Hal.7.

- c. Mengembangkan strategi pemasaran terpadu (Marketing Mix)
- d. Menciptakan hubungan dan loyalitas klien
- e. Menciptakan keuntungan dan ekuitas pelanggan melalui menangkap nilai pelanggan.²⁴

Adapun Proses pemasaran produk nugget jamur grigit adalah dengan memanfaatkan beberapa media online, khususnya melalui media seperti instagram, whatsapp dan Facebook. Orang banyak membeli makanan atau barang lainnya melalui media internet di era yang serba canggih ini, sehingga produk yang dibuat dapat meningkat dengan cepat. Dengan menggunakan media internet untuk pemasaran adalah salah satu cara harus dilakukan oleh seorang pengusaha. Dengan menyediakan konsumen dengan data yang jelas dan dapat diandalkan, produk dapat diidentifikasi oleh masyarakat umum.²⁵

C. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Pemasaran

1. Saya melakukan segmentasi pasar, targetting, dan positioning dalam hal pemasaran untuk menjalankan strategi yang telah disusun.

²⁴ 5 Tahap Proses Pemasaran (Marketing Proses) Menurut Philip Kotler.

²⁵ Maskarto Lucky Nara Rosmadi, " Penerapan Strategi Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, Vol.4, No.1, 2021, Hal.123

2. Gunakan media sosial online dan offline untuk mengiklankan atau memperkenalkan produk. Dengan memanfaatkan media berbasis web seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook agar dapat berkomunikasi dengan orang lain untuk memasarkan produk dengan langsung menjualnya ke pelanggan.
3. Dengan melakukan situasi pasar saat ini, serta para penggemar dan pesaing, dalam hal ini. Kemudian, baik secara langsung maupun tidak langsung, saya mengontrol distribusi produksi. Distribusi langsung produsen ke konsumen dan distribusi tidak langsung produsen ke pasar.

D. Anggaran Biaya

Tabel 3.3
Anggaran Biaya

NO	KEGIATAN	HARGA BARANG		JUMLAH
		UNIT	HARGA	
A	TAHAP PELATIHAN			
	PELATIHAN PKP	1 Orang	Rp.350.000	Rp.350.000
	Jumlah			Rp.350.000
B	TAHAP PELAKSANAAN			
1	Bahan habis pakai			
	Jamur grigit	6000 gram	Rp. 120.000	Rp 120.000
	Daging ayam	12000 gram	Rp. 480.000	Rp. 480.000
	Telur ayam	36 butir	Rp. 44.000	Rp. 44.000
	Keju chadder	1968gram	Rp. 360.000	Rp. 360.000
	Tepung tapioka	3000 gram	Rp. 36. 000	Rp. 36.000
	Tepung terigu	3000 gram	Rp. 30.000	Rp. 30.000
	Tepung roti	6000 gram	Rp. 120.000	Rp. 120.000
	Bawang merah	1200 gram	Rp. 60.000	Rp. 60.000
	Bawang putih	1200 gram	Rp. 60.000	Rp. 60.000
	Penyedap rasa	975 gram	Rp.48.000	Rp. 48.000
	Garam	300 gram	Rp. 12.000	Rp. 12.000
	Merica	96 gram	Rp. 24.000	Rp. 24.000
	Twinwall Kotak	120 pcs	Rp. 120.000	Rp. 120.000

	Stiker	120 lembar	Rp.120.000	Rp. 120.000
	Jumlah			Rp. 1.634.000
2	Peralatan Tetap			
	Kompor gas		Rp. 265.000	Rp. 265.000
	Baskom		Rp. 10.000	Rp. 10.000
	Sendok cabe		Rp. 2.000	Rp. 2.000
	Panci kukus		Rp. 60.000	Rp. 60.000
	Timbangan		Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Pisau		Rp. 10.000	Rp. 10.000
	Loyang		Rp. 20.000	Rp. 20.000
	Sarung tangan plastik	1 pack	Rp.7.000	Rp.7.000
	Blender		Rp. 500.000	Rp. 500.000
	Jumlah			Rp. 924.000
C	PELAPORAN			
	Pembuatan Proposal dan pengadaan	3 rangkap	Rp. 9.000	Rp. 9.000
	ATK kertas A4	2 rim	Rp. 45.000	Rp. 90.000
	ATK tinta printer	1 kotak	Rp. 35.000	Rp 35.000
	Jumlah			Rp. 134.000
D	DOKUMENTASI			
	Cetak cuci foto	20 lembar	Rp. 20.000	Rp. 20.000

	Jumlah			Rp.20.000
E	TRANSPORTASI			
	Distribusi Produk	1 orang	Rp. 20.000	Rp. 20.000
	Jumlah			Rp. 20.000
F	PROMOSI			
	Cetak label produk	100	Rp. 100.000	Rp. 100. 000
	TOTAL BIAYA			Rp. 4.388.000

Pada rincian biaya diatas merupakan biaya da bahan baku yang telah digunakan dalam melakukan kegiatan program kreativitas mahasiswa (PKM) membuat produk nugget jamur grigit. Bahan utama pembuatan nugget jamur grigit sangat mudah ditemui dipasar tradisional. Rincian biaya yang kami keluarkan ini adalah biaya yang kami peroleh dari uang modal dari hasil kumpulan perkelompok yaitu saya dan rekan saya Antry Jana Lestari. Sebelum memulai usaha kami telah menyiapkan dan memperkirakan apa saja yang akan kami butuhkan dan berapa saja dana yang akan kami keluarkan. Tahap awal dana yang kami keluarkan yaitu mengikuti pelatihan PIRT sebesar Rp.350.000. Selanjutnya tahap pelaksanaan yaitu membeli alat dan bahan yang akan digunakan untuk memproduksi nugget jamur grigit, setelah itu tahap membuat laporan, dan yang terakhir biaya transportasi yaitu biaya ketika memasarkan dan

mempromosikan produk kami. Setelah semuanya sudah dilakukan, biaya keseluruhan yang kami gunakan dalam memproduksi produk ini totalnya adalah sebesar Rp. 4.388.000.

E. Rencana Jadwal Kegiatan

Pada tabel dibawah tahap awal yaitu tahap perencanaan dibulan ke-1 diminggu 1 dan 2, disana kami merencanakan apa saja yang akan kami lakukan pada tahap selanjutnya dan memikirkan bahan baku serta alat-alat apa saja yang akan kami gunakan. Lalu ditahap kedua yaitu survey bahan baku, dimana kami melakukan survey bahan baku serta alat-alatnya di pasar minggu dekat dengan lokasi usaha kami. Yang ketiga yaitu tahap pelatihan dan praktek PIRT, kami mengikuti pelatihan PIRT di Hotel Adeva pada bulan kedua diminggu pertama yang diwakilkan oleh Mutya Qarunia Sari. Setelah mengikuti pelatihan PIRT kami mencoba melakukan percobaan membuat produk lalu melakukan publikasi dan promosi, kami mendapatkan komentar serta tanggapan konsumen baik dan bisa menerima produk kami. Selanjutnya kami melakukan promosi dan memasarkan produk secara langsung maupun secara online pada bulan kedua sampai dengan bulan 4. Tahap produksi dan pemasaran dilakukan bersamaan dengan kegiatan pembuatan laporan dan evaluasi.

Tabel 3.4
Jadwal Kegiatan

No	Pelaksanaan Kegiatan	Bulan Ke I				Bulan Ke II				Bulan Ke III				Bulan Ke IV			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Perencanaan																
2	Survey Bahan																
3	Pelatihan dan Praktek																
4	Publikasi dan Promosi																
5	Produksi																
6	Pemasaran																
7	Evaluasi																
8	Pembuatan Laporan																

Dari tabel di atas, cenderung beralasan bahwa:

1. Sebelum memulai tahap penciptaan, kami memimpin tinjauan pasar sebagai tahap awal dalam penataan, yang berarti me-mutuskan situasi ekonomi dan premi pelanggan.

2. Tahap selanjutnya adalah penentuan alat dan bahan untuk pe-nataan ruangan dalam siklus penciptaan.
3. Kemudian, pada saat itu, kami mengambil bagian dalam dek-larasi PIRT untuk mempersiapkan pengelolaan bisnis kami.
4. Setelah itu kami melakukan tahap produksi yang si lakukan lakukan 3 kali dalam 1 bulan dan menghasilkan 120 produk.
5. Tahap selanjutnya adalah penilaian. Dari tahap ini, yang akan kita lakukan adalah menilai bagaimana akan diperlakukan siklus penciptaan pada item selesai. Tahap penilaian ini berisi memberikan rincian mengenai latihan dari sebelum pem-buatan hingga tahap pembuatan hingga tahap terakhir pem-buatan dengan waktu tertentu.
6. Tahap terakhir pembuatan laporan. Pelaksanaan kesiapan la-poran terakhir dilakukan setelah setiap sarana selesai.

BAB IV

GAMBARAN UMUM USAHA DAN HASIL YANG DICAPAI

A. Analisis Produk

Suatu barang mempunyai tujuan menarik, memiliki, memanfaatkan, atau mengkonsumsi dikenal dengan barang sebagai metode pemenuhan kebutuhan. Bahwa pembeli akan menginginkan produk yang menawarkan pelengkap yang luar biasa dalam hal menyenangkan, kinerja, dan inovatif. Produk unggulan adalah suatu produk yang dapat memberikan hasil yang lebih menonjol daripada yang diantisipasi.¹ Dalam pandangan ekonomi Islam, produk adalah kumpulan fiksi dan biaya. Ide ekonomi Islam mengenai atribut tubuh dari suatu objek tidak akan berfluktuasi dari pandangan keseluruhan, Namun ide dalam Islam harus dimasukkan dalam setiap item. Kehidupan nilai-nilai tersebut pada akhirnya akan membawa manfaat bagi suatu objek. Karena shalawat merupakan aspek penting dari gagasan mashlahah, komoditas atau jasa yang tidak memberikan manfaat tidak dapat dianggap memberikan masalah. Demikian pula semua benda atau pembawa yang

¹ Chelsea Regina Pitoly, Arizal Bin Hasan Jan, Merlyn mourah Karuntu, “ Perencanaan Kualitas Pada Produksi Ikan Asap (Studi Kasus Di Desa Minaesa Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara)”, *Jurnal EMBA*, Vol. 5, No. 2, 2017, Hal 829.

mengandung banyak berkah tidak dapat disamakan dengan barang-barang lain yang hanya memiliki sedikit kelebihan.¹

Sebuah produk dapat ditawarkan dalam berbagai warna, kemasan, aroma, dan rasa, antara lain., Fitur produk adalah teknik kompetitif yang dapat membedakan suatu produk bisnis dari item serupa yang dapat menjadi pesaing. Pabrikan menawarkan berbagai fungsi produk, pelanggan mungkin lebih senang dengan barang dagangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka dalam upaya membedakan barang yang diproduksi. Kepatuhan terhadap spesifikasi dan persyaratan yang sesuai, kelayakan bahkan kepuasan untuk dapat digunakan, memenuhi kebutuhan, memenuhi keinginan dan harapan dengan biaya yang kompetitif adalah semua karakteristik produk berkualitas tinggi. Produk yang benar-benar bagus akan membawa kebahagiaan bagi klien. Jika ini dapat dipertahankan dengan menggunakan produsen, itu akan memberikan berkah ekonomi serta loyalitas konsumen.²

Dalam persaingan yang semakin ketat dalam dunia perusahaan, keinginan dan kebutuhan pelanggan semakin dinamis. Peran sebuah lembaga dalam merangkai keinginan dan tujuan konsumen yang semakin kompleks dengan

¹Burhanuddin Abdullah, Suroso Imam Jazuli, Syaflı Antonio, Mustafa Edwin Nasution, Dumairy, “ Ekonomi Islam “, Cet.6- Jakarta : Rajawali Pers, 2014, Perpustakaan nasional catalog dalam terbitan (KDT), Hal.260-261.

² Nurafrina Siregar, Fadillah, “ Pengaruh Pencitraan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada rumah Makan Kampung Deli Medan”, Vol. 8, No. 2, 2017, Hal. 89.

pertentangan bisnis yang berlebihan, sangat penting untuk memiliki identitas yang pasti atas produk atau layanan khas adalah yang dipasarkan. Logo adalah salah satu identitas yang akan membuat segalanya lebih mudah bagi konsumen.³

Dalam mengkonsumsi suatu produk ada tingkatan yang dapat dilakukan melalui pelanggan, mengetahui kira-kira tingkatan ini dapat membantu pemasar atau perusahaan untuk mengenali perilaku pembeli. Menurut Kotler dan Armstrong, sistem pemilihan pembelian yang digunakan oleh pembeli dipisahkan menjadi lima rentang, dimulai dengan tahap pengenalan keinginan, pencarian fakta, penilaian opsi, pemilihan pembelian, dan perilaku pembelian.⁴

Tampaknya masih banyak yang tidak tahu tentang jamur Grigit, salah satu jenis makanan Indonesia yang paling terkenal dari Sabang hingga Merauke. Ada banyak halaman di web yang berbicara tentang nutrisi yang terkandung dalam jamur Grigit. Di sini kita perlu menyajikan makanan padat, bijaksana, dan bumi yang diproduksi menggunakan jamur grigit. Makanan ini berbentuk nugget .

³ Ogy Irvanto, Sujana, " Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam Di Kota Bogor)", *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 8, No. 2, 2020, Hal. 106.

⁴ Noventi Ersara Putri, Dadang Iskandar, "Analisis Referensi Konsumen Dalam Penggunaan Social Messenger Di Kota Bandung (Studi Kasus Line, Kakaotalk, Wechat, Whatsapp)", *Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol.14, No. 2, 2014, hal. 114.

Pada awalnya, upaya kami memiliki keunikan terkait dengan penanganan jamur grigit, yang biasanya hanya elemen untuk kari. Akhirnya, di perjalanan kami sendiri, kami menjadikan jamur grigit dalam produksi nugget ini dimulai dari kami tidak peduli dengan jamur grigit dan kami melangkah dan merenungkan bagaimana membuat seseorang yang tidak peduli dengan jamur grigit. Akhirnya, kami melangkah dan mengubah Grigit Mushroom menjadi makanan yang berubah bentuk dan rasanya tidak sama dengan cara kami memakan Grigit Mushroom yang biasanya menjadi lauk.

Jamur Grigit muncul saat awal musim hujan dapat bertahan hidup di tanah dan kayu dalam kondisi lembab. Lemak, karbohidrat, enzim, vitamin, dan mineral semuanya ditemukan dalam jamur grigit. Jamur Grigit digunakan dalam pengobatan tradisional serta digunakan sebagai bahan makanan.⁵

Nugget jamur grigit yang dibundel sebagai makanan atau gigitan memiliki kadar menyehatkan yang sangat bermanfaat bagi tubuh. Namun, masalah diet adalah tentang asupan makanan setiap hari, tetapi nutrisi juga terkait dengan cara memilih dan mengelola makanan agar manfaat kesehatannya tetap dan bermanfaat bagi tubuh. Cara paling umum untuk memilih dan menangani beberapa makanan yang tidak dapat diterima tidak hanya mengakibatkan hilangnya suplemen.

⁵ Khomariyah Siti, "Penetapan Kadar Protein Pada Jamur Grigit", *Jurnal analisis farmasi*, Vol. 3, No.4, 2018, Hal. 281

nugget jamur Grigit dibuat dengan cara mengukus. Jamur grigit sebagian besar dibuat dengan memanfaatkan jamur grigit yang umumnya dimasak sebagai lauk pada khususnya. Potongan jamur yang benar-benar grigit seperti potongan yang berbeda. Prinsip dasar pembuatan bongkahan jamur grigit bukanlah mengurangi kandungan nutrisinya dengan cara dikukus.

B. Pangsa Pasar

Pasar adalah cara yang ideal untuk pertukaran moneter dalam Islam mengingat fakta bahwa, secara hipotetis dan pada dasarnya, itu membuat situasi ekonomi yang terus-menerus dibentuk oleh keyakinan syariah tetap komperatif. Pasar Islami digambarkan sebagai pasar dengan persaingan sehat yang dibingkai oleh cita-cita dan moralitas Islam. Ada dua jenis prinsip dan moralitas Islam: pertama, norma khusus, yang paling baik diterapkan bagi umat Islam, kedua, norma-norma yang sifatnya baku, terutama yang dapat diterapkan. untuk seluruh masyarakat.⁶

Proporsi pasar atau persentase pasar adalah skala komponen atau seluruh wilayah pasar yang dapat dikendalikan melalui perusahaan yang dinyatakan dalam persentase (%). Persentase pasar ini dapat dirinci berdasarkan tempat politik, tempat geografis yang luas, panjang, pelanggan, bentuk

⁶ Akhmad Mujahidin, “ Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara Dan Pasar “, Cet.3:-Jakarta : Rajawali Pers, 2014, Hal.154-155.

pembeli, dan zaman. Marketshare biasanya digunakan sebagai menentukan besarnya elemen pendapatan perusahaan di suatu pasar, serta besarnya elemen organisasi dengan berdasarkan simbol yang dipilih.⁷ Mungkin ada aturan dalam Islam yang menyatakan pasar adalah hukum alam yang tidak dapat dilanggar yang harus dipatuhi. Karena pasar adalah kekuatan kolektif yang didirikan dengan pertolongan Allah, tidak ada karakter yang dapat mempengaruhinya. Di antara pelaku moneter seperti pemasok, penjual, pembeli, klien, institusi, dan agen, pasar akan tetap stabil. Vendor menjual barang dengan harga yang wajar, tidak mendapatkan keuntungan lebih dari yang seharusnya, menghindari kesalahpahaman, dan transaksi biasanya disarankan secara tertulis, sementara pembeli menerima barang yang layak dan tidak rusak.⁸

Tujuan/motivasi perusahaan adalah proporsi pasar dalam menjalankan perusahaan komersial. Peningkatan pendapatan produk dan proporsi harga akan menguntungkan organisasi dengan pangsa pasar yang lebih besar. Selain faktor bentuk pasar lainnya, pangsa pasar berfungsi sebagai sumber pendapatan bagi perusahaan. Oleh karena itu, dapat dilihat bahwa pangsa pasar telah menjadi indikator kesehatan pasar

⁷ Aloysius Bagas Pradipta Irianto, "Pemanfaatan Sosial Media Untuk Meningkatkan Market Share UKM", *Jurnal TEKNOLOGI*, Vol. 8, No.1, 2015, hal.7.

⁸ Isnaini Harahap, Yenni Samri Julianti Nasution, Marliyah, Rahmi Syahriza, "Hadis-hadis Ekonomi", Penerbit Kencana, Edisi Pertama 2015, Jakarta perpustakaan nasional catalog dalam terbitan (KDT), hal.165-167.

yang andal. Pangsa pasar produk atau layanan agen di pasar sasaran dikaitkan dengan proporsi kuantitas penjualan pemberi kerja di pasar sasaran. pertumbuhan proporsi pasar salah satu tujuan terpenting perusahaan adalah memperluas pasarnya. Manfaat menggunakan proporsi pasar adalah bahwa proporsi tersebut digunakan untuk dapat mengukur bagaimana kinerja suatu perusahaan secara keseluruhan. Persentase pasar yang dikendalikan oleh agen, atau persentase pasar adalah rasio pendapatan organisasi terhadap total penjualan pesaing utamanya pada periode dan lokasi tertentu.⁹

Bagian dari proses penjualan adalah proporsi pasar, dimanabarang atau jasa bisnis yang dikuasai oleh korporasi. evaluasi proporsi pasar menampilkan keseluruhan kinerja periklanan yang terkait dengan fungsi agresif organisasi. Dalam hal proporsi pasar, ada dua teori utama: SCP dan SCP (bentuk perilaku kinerja keseluruhan) dan ide kinerja. Persentase pasar dapat diartikan sebagai pangsa pasar yang dikelola dengan bantuan perusahaan bisnis, atau bagian dari penjualan perusahaan terhadap penjualan penuh dari pesaing terbesarnya pada waktu dan lingkungan yang positif. Pangsa pasar yang kecil menunjukkan organisasi yang tidak mampu menghadapi oposisi. Rasio yang mewakili kekuatan bank mana pun di pasar dikenal sebagai pangsa pasar. Semakin tinggi persentase biaya pasar, semakin baik dimiliki dengan

⁹ Octavina, “ Formulasi Strategi Bisnis PT. Bukit Asam Tbk Dalam Rangka Meningkatkan Pangsa Pasar (Market Share) “, hal.39.

bantuan lembaga keuangan, semakin besar kekuatan pasarnya. Jika biaya pasar rendah, lembaga keuangan mungkin tidak dapat bersaing dengan bank lain karena mereka kekurangan sumber daya untuk mengendalikan pasar yang ada.¹⁰ Dalam praktik bisnis, tujuan/motivasi organisasi adalah pangsa pasar. Peran pangsa pasar dan berbagai elemen struktur pasar berfungsi sebagai sumber pendapatan bagi pengusaha. Pada intinya, mekanisme pasar sistem moneter Islam didasarkan pada adanya kebebasan, khususnya kebebasan masyarakat untuk memperdagangkan barang dan jasa. Metode ekonomi Islam mengutamakan kebebasan daripada kepentingan moneter, meskipun kebebasan itu tidak mutlak dalam arti didukung oleh pengetahuan kapitalisme. Namun, dengan bantuan peraturan, kebebasan terjamin. Khususnya sekarang tidak melakukan olahraga keuangan yang mungkin bertentangan dengan aturan hukum Islam dan dapat memahami berkah, tidak lagi merugikan pihak-pihak yang bertransaksi dan melakukan transaksi ekonomi secara rutin., menyebabkan distorsi di pasar dan mengilhami pasar untuk memahami keuntungan orang dan masyarakat membutuhkan aturan dan kebijakan umum yang dapat digunakan sebagai

¹⁰ Imbuh Ludirman, Kurniawati Mutmainah, “ Analisis Determinan Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Yang Terdaftar Di OJK Periode Maret 2017 Sampai September 2019) “, *Journal of Economic, management, accounting and technology (JEMATech)*, Vol.3, No.2, 2020, Hal.171.

sandaran.¹¹ Di pasar, etika transaksi melindungi hak-hak kontributor pasar (dealer dan klien), hindari jual beli yang akan mengakibatkan distorsi pada pasar, dan dorong pasar upaya bekerja demi kepentingan manusia dan masyarakat.¹²

Produk ini adalah produk yang menarik untuk segala usia, dari muda hingga orang tua. Lauk yang renyah dan istimewa, produk kami cocok untuk segala usia. Jadi pemasaran dan prosedur transaksi sangat efektif untuk mengejar gaya dan arah pelanggan yang direncanakan. Kami akan mencapai lebih banyak kemajuan melalui media berbasis web untuk menarik perhatian pembeli kami. Mengingat jumlah yang banyak, kami akan dinamis menghadirkan nugget jamur grigit baru yang memiliki cita rasa dan cita rasa yang khas. Selain itu, kami akan membuat nugget jamur grigit kami dengan cara yang sederhana dan menarik sehingga dapat tersampaikan secara efektif.

C. Lokasi Bisnis

Lokasi adalah suatu daerah atau sekitar dan daerah bisnis cara wilayah fisik. Area promosi adalah tempat di mana produsendapatmemperdagangkan tenaga kerja dan produk.

¹¹Rozalinda,“ Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi”, Jakarta Perpustakaan nasional catalog dalam terbitan (KDT), 2014, Hal.148.

¹² Ikhwani Abidin Basri,“Ekonomi Islam Ditegah Krisis Ekonomi Global“,Cet.3-Jakarta : Zikrul Hakim, Perpustakaan nasional catalog dalam terbitan (KDT), 2007, hal.89.

Karena memiliki arti yang sama yaitu sebagai tempat usaha maka lokasi penjualannya juga merupakan jalan kawasan usaha tersebut dilihat dari jaraknya ditegaskan bahwa tempat kerja digunakan untuk merubah atau menjual sesuatu. Situasi agresif dan sifat lokasi mungkin menjadi elemen kunci dalam kepentingannya. Beban investasi dan biaya operasional akan berkurang dengan memilih lingkungan yang optimal (jangka waktu singkat dan lama) hal ini dapat meningkatkan daya saing organisasi.¹³

wilayah bisnis adalah jenis penggerak biaya yang besar, lokasi perusahaan komersial sepenuhnya memiliki energi untuk membuat (atau merusak) metode bisnis. Sementara pemilik perusahaan komersial telah memilih lokasi bisnis dan beroperasi di area , banyaknya biaya menjadi tetap dan tidak mungkin dikurangi.¹⁴ Penentuansitus atau lingkungan perusahaan memerlukan pemikiranyang cermat dari elemen-elemen berikut: akses masuk, Visibilitas, pengunjung situs, Tempat parkir, perluasan, lingkungan, persaingan, dan pedoman otoritas. memberikan penjelasan bahwa lokasi atau pasar pembeli, pasokan bahan mentah, sumber daya tenaga

¹³ Ni Made Dwi Maharani Putri, “ Pengaruh Modal Sendiri Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman Sebagai Variabel Intervening) “, *Jurnal ekonomi kuantitatif terapan*, Vol.9, No.2, 2016, Hal.144.

¹⁴ Sri Zuliarni , Relon Taufik Hidayat, “Analisis Faktor Pertimbangan Pebisnis Restoran Kelas Kecil Di Lingkungan Kampus Universitas Riau Dalam Pemilihan Lokasi Usaha “, *Jurnal aplikasi bisnis*, Vol.3, No.2, 2013, Hal.104.

kejadian personel semuanya mempengaruhi lokasi perusahaan.¹⁵

Tempat mengacu pada beragam variasi periklanan yang berusaha untuk mempercepat dan memfasilitasi pengiriman atau distribusi produk atau penawaran dari produsen ke klien. Sementara itu, salah satu kunci pemenuhannya, menurut Kotler, adalah lingkungan yang dapat dicapai melalui pemilihan komunitas. Kemungkinan untuk perbaikan dan keseimbangan keuangan, persaingan, cuaca politik, dan faktor-faktor lain semuanya berperan dalam keputusan ini. Tempat adalah perusahaan yang beroperasi atau berlokasi untuk menyediakan barang dan jasa yang signifikan secara ekonomi. Memilih area yang tepat untuk bisnis Anda akan menentukan keberhasilan dan kegagalan bisnis Anda di masa depan¹⁶.

Sebagai awal berdirinya sebuah bisnis, hal utama yang harus dilakukan adalah menyebutkan fakta-fakta yang dapat diamati langsung dari iklim umum. Motivasi di balik memperhatikan iklim umum adalah untuk mencari bukan usaha di daerah-daerah sekitarnya yang dapat berkembang dengan baik di kemudian hari. Tempat pembuatan nugget

¹⁵ Ariffa Tio Hanggita, "Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada Umkm Di Kecamatan Paciran", *Jurnal manajemen bisnis*, Vol.8, No.2, 2018, hal.169.

¹⁶ Nur Syamsu Ummi Batubara, Ade Parlaungan Nasution, Yudi Prayoga, "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualita Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulangtabung Gas Lpg 12 Kg Padapt.Jalanan Arta Primarantauprapat", *Jurnal manajemen akuntansi*, Vol.1, No.1, 2018, Hal.88.

jamur grigit terletak di Prum Bentiring Indah, RT.18 RW.01 Kel. Bentaring, Kec. Muara Bangkahulu, Kota Bengkulu.

D. Analisis Kelayakan Bisnis/Program

Analisis kelayakan usaha adalah metode untuk menentukan apakah suatu perusahaan komersial dapat dibuktikan layak atau tidak. hal ini sangat bermanfaat dalam menjaga kelangsungan dan memajukan usahanya.¹⁷ Analisis kelayakan adalah hobi yang mempelajari peralatan secara intensif tentang minat atau perusahaan yang akan diselesaikan, untuk menentukan apakah suatu perusahaan mungkin atau tidak.¹⁸

Dalam analisis kelayakan usaha komersial, yaitu hal pasar yang memeriksa ukuran pasar prospektif untuk barang yang ditawarkan, serta persentase pasar yang sekarang dikelola oleh pesaing, aspek kejahatan dan lingkungan bertujuan untuk mempelajari validitas, kesempurnaan, dan keaslian produk. file yang dimiliki.¹⁹ Aspek pasar merupakan hal yang dapat dikatakan paling diprioritaskan dalam uji

¹⁷ Rosyida Fajarini, “ Analisis Kelayakan Usaha Ternak Kelinci (Kelompok Ternak Kelinci “ sumber lestari” Desa Sumber Kecamatan Sanan Kulon Kabupaten Blitar)”, *Jurnal Aves*, Vol.10 , No. 1, 2016, Hal.12.

¹⁸ Rangga Herbowoh Putra, Endang Chumaidiyah, Meldi Rendra, “ Analisis Kelayakan Usaha Streetfood Untuk Pemanfaatan Lahan Parkir Pasar Modern”, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*”, Vol. 10, No. 2, 2019, Hal. 182.

¹⁹ Reva Fiqih Lauzuardi, Lisy Fitria, Abu Bakar, 2014, “ Kelayakan Usaha Mobiele Carwash Kota Bandung”, *Jurnal Online Institut* , Vol, 01, No. 3, Hal. 48.

kelayakan usaha komersial, yaitu karena hal pasar melakukan fungsi penting yang terkait dengan produk atau jasa yang dapat kita promosikan. Unsur ini nantinya akan berperan dalam menentukan rencana pendanaan karena perlunya melihat berbagai macam dan jenis pasar yang akan diambil dari hasil jasa atau produk yang kita buat, meskipun masalah pasar juga tergantung pada aspek lain termasuk aspek teknis, jika nanti ditinjau melalui faktor teknis tidak dapat menghasilkan produk, itu juga akan mempengaruhi faktor pasar, dan sebaliknya.²⁰

Dilihat dari pemeriksaan pasar, nugget jamur grigit memiliki peluang besar untuk menyaingi nugget lain yang dicari. Nugget jamur dikonsumsi sebagai makanan atau lauk pauk. Dengan pemanfaatan jamur grigit yang memiliki rasa alternatif dari nugget yang dijual di awas dan membuat produk tersebut menarik dan memiliki cita rasa yang tinggi. Sehingga banyak pembeli akan tertarik atau bahkan mencoba dan membeli barang kami.

Bisnis ini juga merupakan usaha yang berkepanjangan. Karena produk ini juga bisa dijadikan camilan saat sedang kumpul keluarga, menghabiskan waktu bersama teman dan menjadi pendamping lauk.

²⁰ Ranga Herbowoh Putra, Endang Chumaidiyah, Melda Rendra, “ Analisis Kelayakan Usaha Streetfood Untuk Pemanfaatan Lahan Parkir Pasar Modal”, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*”, Vol. 10, No. 2, 2019, Hal.182.

E. Analisa Keuntungan

Tabel 4.1
Jadwal Kegiatan

HPP NUGGET JAMUR GRIGIT

No	Item	Satuan	Harga	Jumlah	Total
A	Biaya Bahan Baku				
1	Jamur Grigit	Gram	20000	500	20000
2	Daging ayam	Gram	40000	1000	40000
3	Telur Ayam	Butir	5000	3	5000
4	Keju Chadder	Gram	30000	165	30000
5	Tepung Tapioka	Gram	4000	250	4000
6	Tepung Terigu	Gram	3000	250	3000
7	Tepung Roti	Gram	20000	500	20000
8	Bawang Merah	Gram	5000	100	5000
9	Bawang Putih	Gram	5000	100	5000
Subtotal					132000
B	Biaya Bahan Pendukung				
1	Penyedap Rasa	Gram	4000	88	4000
2	Garam halus	Gram	1000	25	1000
3	Merica	Gram	2000	8	2000
4	Thinwall Kotak	Pcs	10000	10	10000
5	Stiker	Lembar	10000	10	10000
Subtotal					27000
C	Biaya Tenaga Kerja				
	Bagian	Jumlah Orang	Gaji Per sekali produksi		Total
1	Produksi	1	20000		20000
2	Packing	1	20000		20000
Subtotal					40000
D	Biaya Overhead				
1	Listrik		100000		100
2	Panci Kukus		60000		60
3	Baskom		10000		10
4	Timbangan		50000		50
5	Pisau		10000		10
6	Loyang		20000		20
7	Sendok Cabe		2000		2
8	Blender		500000		500
9	Kompor Gas		265000		265
Subtotal					1017
Biaya (A+B+C)					200017
Biaya Kemasan (Biaya Bungkus)					10
HPP					20,002

F. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program

Program kreativitas mahasiswa ini dilakukan dari bulan oktober 2021 hingga bulan febuari 2022 baik dari mulai perencanaan, produksi hingga pemasaran. Pada perencanaan hasil yang dicapai merupakan wacana produk yaitu nugget jamur grigit yang pada awalnya mempunyai tiga tahap produksi yang akan dilakukan. Dengan adanya produk nugget jamur grigit untuk melakukan produksi tahap awal dirincikan bahan dan alat yang digunakan untuk produksi. Setelah merincikan alat dan bahan tahap selanjutnya yaitu menentukan lokasi produksi sekaigus pemasaran. Lokasi yang ditentukan yaitu Prum Bentiring Indah RT.18 RW.01 Kota Bengkulu.

1. Kegiatan Pelatihan PIRT

PIRT adalah singkatan daripangan industry rumah tangga dimana saat ini permintaannya sedang meningkat dikarenakan pada saat ini bisnis rumahan sedang sangat menjamur dimasyarakat Indonesia, khususnya di industry pangan. Bisnis dengan sekala 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 industry 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 industry olahan pangan dapat memulai bisnisnya, mereka harus terlebih dahulu mengurus sertifikat perizinan panganindustri rumah tangga (PIRT)

Adapun kegiatan yang diadakan oleh dinas kesehatan dilakukan pada tanggal 16 desember 2021 Di Hotel Adeva Pantai Panjang Kota Bengkulu. Yang mana dikegiatan ini diikuti oleh Mutya Qarunia Sari sebagai peserta penyuluhan keamanan pangan dengan narasumber dari kepala dinas kesehatan. Sumber dana pelatihan ini diperoleh dari iuran perkelompok nugget jamur grigit dengan materi yang disampaikan sebagai berikut.

Cara mendapatkan izin PIRT

Para pelaku usaha diindustri ini juga harus memenuhi beberapa kualifikasi dasar sebagai berikut :

- a. Telah mengikuti, dan memiliki sertifikat penyuluhan keamanan pangan.
- b. Lolos uji pemeriksaan sarana uji produk pangan.
- c. Memenuhi peraturan perundang-undangan label pangan.

Persyaratan PIRT

Untuk melakukan pembuatan izin PIRT, diperlukan beberapa persyaratan antara lain:

- a. FC KTP pemilik usaha.
- b. Past foto 2x3 pemilik usaha rumahan (2 Lember).
- c. Pas foto 4x6 pemilik usaha ruhaman (2 lembar).
- d. Surat keterangan domisili usaha (dari kantor camat).
- e. Dena lokasi bangunan.
- f. Surat izin produski makanan atau minuman kepada dinas kesehatan.
- g. Data produk makanan atau minuman yang diproduksi.
- h. Sampel hasil produksi makanan atau minuman yang diproduksi.
- i. Label produk makanan atau minuman yang diproduksi hasil uji laboraturium yang disarankan oleh dinas kesehatan.
- j. Mengikuti penyuluhan keamanan pangan untuk mendapatkan SPP-IRT.

Cara mengurus PIRT

Setelah memenuhi semua persyaratan yang ada, barulah pelaku industry bisa memulai proses pembuatan izin PIRT yang meliputi bebrapa tahapan, antara lain:

- a. Daftar ke dinas kesehatan untuk melakukan pengecekan dan konsultasi mengenai produk pangan yang akan disertifikasi.

- b. Melakukan tes penyuluhan keamanan pangan (PKP).
- c. Setelah melakukan tes PKP aka nada dua kemungkinan, bila lolos maka akan dilakukan kunjungan ketempat produksi pangan, apabila tidak lolos maka akan diarahkan ke BPOM.
- d. Survey kunjungan akan meliputi bebrapa aspek, seperti pemeriksaan sarana lingkungan, dan hasil sampel pangan.
- e. Apabila lolos, maka izin PIRT akan diterbitkan oleh dinas kesehatan.

G. Potensi Keberlanjutan Program

1. Aspek Masa Depan

Berdasarkan pemasaran yang dituju merupakan makanan yang dapat dikonsumsi semua kalangan dengan respon yang sangat bagus dilakangan masyarakat. Usaha ini dapat bersaing dengan produk lainnya pada masa yang akan datang. Selain itu produk ini akan dipasarkan didaerah kota Bengkulu, sehingga dapat dipasarkan di daerah perumahan serta pasar tradisional yang ada di kota Bengkulu.

2. Potensi Bekelanjutan Dilingkugan

Dari lokasi hasil produksi ini merupakan nugget jamur grigit yang memiliki cita rasa nugget yang

berbeda dari biasanya, dengan campuran dari jamur grigit. Didalam lingkungan masyarakat makanan nugget jamur grigit ini terbilang baru dan belum dikenal banyak masyarakat namun dengan adanya interaksi sosial mereka dapat menyadari dengan mudah untuk mengenal produk ini dengan cepat. Program PKM ini dapat bertahan dan dapat dilakukan seterusnya karena nugget jamur grigit sudah memiliki izin usaha, dimana izin usaha ini sangat penting dalam sebuah makanan karena dengan adanya izin usaha sebagai jaminan bagi para konsumennya mengenai produk yang ditawarkan pelaku industry. Dari program kreativitas mahasiswa (PKM) diharapkan dapat mengelola makanan baru dari nugget jamur grigit dengan memiliki varian rasa dan kandungan yang sebelumnya kurang diketahui sehingga mampu menjadi alternative makanan baru dilakalangan masyarakat kota Bengkulu.

BAB V

PENUTUP

A. Evaluasi

Evaluasi yang kami lakukan yakni menemui beberapa kendala dalam memproduksi nugget jamur grigit ini, salah satunya yaitu waktu produksi yang terbatas karena bersamaan dengan jadwal kuliah. Kemudian kendala yang dihadapi yakni jamur grigit yang merupakan spesies jamur yang ditemukan pada saat musim hujan, sehingga harga jual pada cuaca panas harganya sedikit lebih mahal. Berdasarkan dari proses produksi nugget jamur grigit ini mendapatkan respon yang bagus dari konsumen sehingga produk nugget jamur grigit kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi.

B. Kesimpulan

Kegiatan kewirausahaan adalah suatu kegiatan yang memerlukan sikap dan mental yang kuat serta keberanian untuk menawarkan produk yang telah diolah kepada pembeli atau konsumen serta berani untuk mengambil resiko seperti adanya hal yang tidak terduga. Nugget jamur grigit merupakan terobosan makanan sehat dalam bentuk frozen food yang diharapkan dapat memudahkan masyarakat untuk memperoleh makanan sehat dan terjangkau. Adanya program kreativitas mahasiswa kewirausahaan nugget jamur grigit

dapat membuka peluang bisnis bagi mahasiswa dan masyarakat. Dengan berjalannya proses pembuatan nugget jamur gigit ini membuktikan bahwa berbisnis dapat kita lakukan atau kita produksi dimana saja. Dengan berbisnis seperti ini kita juga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat, nugget jamur gigit merupakan inovasi baru dalam dunia frozen food karena memiliki komposisi nugget yang berbeda dari biasanya yang aman dan sehat untuk dikonsumsi. Rasa yang lezat dan begizi membuat makanan nugget ini cocok untuk waktu santai pada saat berkumpul bersama keluarga dan teman. Pemasaran nugget jamur gigit ini dilakukan secara langsung dari mulut ke mulut serta menggunakan media sosial seperti whatsapp, facebook dan instagram.

C. Saran

Penyusunan laporan ini memerlukan perbaikan dan kritik serta saran yang sifatnya membangun dan menyempurnakan laporan ini. Sehingga dalam penyusunan laporan ini dapat menjadi lebih baik lagi dan dapat menjadi contoh untuk generasi selanjutnya, serta diharapkan dengan disusunnya laporan ini dapat menjadikan panduan untuk membuat laporan usaha serta dapat menambah lapangan kerja yang baru yang bisa mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- 5 Tahap Proses Pemasaran (Marketing Proses) Menurut Philip Kotler.
- Abu Bashar, Irshad Ahmad, Mohammad Wasiq, "Effectiveness Of Social Media As A Marketing Tool: An Empirical Study", *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*, Vol.1, No.11, 2012, Hal.88.
- Adebayo-Tayo, Ogunjobi and Afolabi, "Physicochemical Studies ONsCHIZOPHYLLUM Commune (fries) a Nigerian Edible Fungus", *World applied sciences journal*, Vol.2, No.1 Hal.73.
- Akhmad Mujahidin, "Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara Dan Pasar", Cet.3:- Jakarta : Rajawali Pers, 2014, Hal.154-155.
- Al-Arif, Nurianto "Dasar-dasar Pemasaran Perbankan Syariah, (Bandung: Alfabed, 2012), Hal.5.
- Aloysius Bagas Pradipta Irianto, "Pemanfaatan Sosial Media Untuk Meningkatkan Market Share UKM ", *Jurnal TEKNOMATIKA*, Vol. 8, No.1, 2015, hal.7
- Ana Widya Puspita Sari, Renni Oktavia, "Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif pada UD. Sumber Abadi Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo ", *Jurnal ekonomi islam*, Vol.11, No.2, 2020, Hal.141.
- Ana Widya Puspita Sari, Renni Oktavia, "Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif pada UD. Sumber Abadi Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo " *Jurnal ekonomi islam*, Vol.11, No.2, 2020, Hal.150.

- Anna Matuszewska, Dawid Stefaniuk, Magdalena Jaszek, Mateusz Piet, Adrian Zajac, Tukasz Matuszewski, Iga Cios, Marcin Graz, Roman Paduch, Renata Bancierz, “Antitumor Potential Of New Low Molecular Weight Antioxidative Preparations From The White Rot Fungus *Cerren Unicolor* Against Human Colon Cancer Cells”, Vol.2, No.1,2019, Hal. 2.
- Ariffa Tio Hanggita,”Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada Umkm Di Kecamatan Paciran “, *Jurnal manajemen bisnis*, Vol.8, No.2, 2018, hal.169.
- Arlina Nurbaity Lubis, “*Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*”, 2014, Hal.6.
- Arlina Nurbaity Lubis,“ *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*”, 2004, Hal.7.
- Burhanuddin Abdullah, Suroso Imam Jazuli, Syaflı Antonio, Mustafa Edwin Nasution, Dumairy, “ *Ekonomi Islam* “, Cet.6- Jakarta : Rajawali Pers, 2014, Perpustakaan nasional catalog dalam terbitan (KDT), Hal.260-261.
- Chelsea Regina Pitoly, Arizal Bin Hasan Jan, Merlyn mourah Karuntu, “Perencanaan Kualitas Pada Produksi Ikan Asap (Studi Kasus Di Desa Minaesa Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara)”, *Jurnal EMBA*, Vol. 5, No. 2, 2017, Hal 829.
- Chelsea Regina Pitoly, Arizal Bin Hasan Jan, Merlyn mourah Karuntu, “ Perencanaan Kualitas Pada Produksi Ikan Asap (Studi Kasus Di Desa Minaesa Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara)”, *Jurnal EMBA*, Vol. 5, No. 2, 2017, Hal 829.
- Goi, Chai Protection,“Tampilan lain dari Merchandising Mix: 4P atau Lebih? ”,bungkus ikan internasional dari studi merchandising, vol .1, No .1, 2009, Hal.2.

- Hamidah Siti, Desi Anita, “ Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Prmbelian Produk Handpone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Pelita Indonesia)”, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 21, No. 4, 2013, Hal.3.
- Hanggita, Ariffa Tio, ”Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada Umkm Di Kecamatan Paciran “, *Jurnal manajemen bisnis*, Vol.8, No.2, 2018, Hal.169.
- Hijriah, Hanifiyah Yuliatul”Spritualitas Islam Dalam Kewirausahaan”, *Jurnal peradaban islam*, vol.12, No.1, Mei 2016, Hal.9.
- Husnul Khatimah, Marhawati Mappatoba, Rustam Abd. Rauf, “ Strategi Pengembangan Usaha Abon Ikan Melalui Pendekatan Marketing Mix Pada Industri ‘Raja Bawang’ Di Kota Palu “, *e-jurnal. Agrotekbis 1* (5), 2013, Hal.466.
- Idri, “ Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam perspektif hadis nabi) “, Edisi Pertama, Perpustakaan nasional catalog dalam terbitan (KDT), 2015, Hal.263.
- Ikhwan Abidin Basri, “Ekonomi Islam Ditegah Krisis Ekonomi Global“, Cet.3-Jakarta : Zikrul Hakim, Perpustakaan nasional catalog dalam terbitan (KDT), 2007, hal.89.
- Imbuh Ludirman, Kurniawati Mutmainah, “ Analisis Determinan Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Yang Terdaftar Di OJK Periode Maret 2017 Sampai September 2019) “, *Journal of Economic, management, accounting and technology (JEMATech)*, Vol.3, No.2, 2020, Hal.171.
- Isnaini Harahap, Yenni Samri Julianti Nasution, Marliyah, Rahmi Syahriza, “Hadis-hadis Ekonomi”, Penerbit Kencana, Edisi Pertama 2015, Jakarta perpustakaan nasional catalog dalam terbitan (KDT), hal.165-167.

- Khomariyah Siti “Penentuan Kadar Protein Pada Jamur Grigit”,
analisis obat pembungkus ikan, Vol. 3, No. 4, 2018,
Hal.283.
- Khomariyah Siti, “ Penetapan Kadar Protein Pada Jamur Grigit”,
Jurnal analisis farmasi, Vol. 3, No.4, 2018,
Hal. 281
- Khomariyah, Siti, “Penetapan Kadar Protein pada Jamur
Grigit”, *Jurnal analisis farmasi*, Vol.3, No.4, 2018,
Hal.281.
- Leli Maisarah, “ Strategi Pemasaran Dalam Persepektif Islam “,
Jurnal At-tasyri’iy, Vol.2, No.1, 2019, Hal.32.
- Leli, Maisarah, “Strategi Pemasaran Dalam Persepektif Islam“,
Jurnal At-tasyri’iy, Vol.2, No.1, 2019, Hal.30.
- Maisarah Leli,” Strategi Pemasaran Dalam Perspektif
Islam”,*Jurnal At-tasyri’iy*, vol.2, No.1, 2019, Hal.8.
- Maisarah Leli, “Strategi Pemasaran Dalam Persepektif Islam “,
Jurnal At-tasyri’iy, Vol.2, No.1, 2019, Hal.32
- Maskarto Lucky Nara Rosmadi,” Penerapan Strategi Bisnis Di
Masa Pandemi Covid-19”, *Jurnal IKRA-
ITH Ekonomika*, Vol.4, No.1, 2021, Hal.123
- Moh Rusdi, “*Prosedur pemasaran untuk meningkatkan publikasi
penjualan di Genting Ud. Perusahaan Berkah
Jaya*”Vol.6, No.2, 2019, Hal.51.
- Muharam, Ashari Satrio, “*psikoanalisis reaksi berantai
konsekuensi publisitas representasi dan iklan Daya tarik
pada kesadaran stigma dan Konsekuensinya pada
Konsumen berinvestasi dalam daya tarik*”, 2011,
Hal.1.
- Musfar Tengku Firli, “Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran
Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran”,
(Bandung:2020), Hal.9.

- Ni Made Dwi Maharani Putri, “ Pengaruh Modal Sendiri Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman Sebagai Variabel Intervening) “, *Jurnal ekonomi kuantitatif terapan*, Vol.9, No.2, 2016, Hal.144.
- Noventi Ersara Putri, Dadang Iskandar, “Analisis Referensi Konsumen Dalam Penggunaan Social Messenger Di Kota Bandung (Studi Kasus Line, Kakaotalk, Wechat, Whatsapp)”, *Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol.14, No. 2, 2014, Hal. 114.
- Noventi Ersara Putri, Dadang Iskandar, "Analisis Referensi Konsumen Dalam Penggunaan Social Messenger Di Kota Bandung (Studi Kasus Line, Kakaotalk, Wechat, Whatsapp)”, *Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol.14, No. 2, 2014, hal. 114.
- Nur Naninsih, “ Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (UKM) 310 Di Makassar”, *Jurnal aplikasi manajemen & kewirausahaan*, Vol.1, No.1, 2019, Hal.49.
- Nur Naninsih, “ Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (UKM) 310 Di Makassar”, *Jurnal aplikasi manajemen & kewirausahaan*, Vol.1, No.1, 2019, Hal.50.
- Nur Syamsu Ummi Batubara Ade Parlaungan Nasution, Yudi Prayoga, “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualita Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulangtabung Gas Lpg 12 Kg Padapt.Jalahan Arta Primarantauprapat”, *Jurnal manajemen akuntansi*, Vol.1, No.1,2021, Hal.88.
- Nur Syamsu Ummi Batubara, Ade Parlaungan Nasution, Yudi Prayoga, “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualita Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulangtabung Gas Lpg 12 Kg Padapt.Jalahan Arta

- Primarantauprapat”, *Jurnal manajemen akuntansi*, Vol.1, No.1 , 2018, Hal.88.
- Nurafrina Siregar, Fadillah, “Pengaruh Pencitraan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada rumah Makan Kampung Deli Medan”, Vol. 8, No. 2, 2017, Hal. 89.
- Nurafrina Siregar, Fadillah,“ Pengaruh Pencitraan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada rumah Makan Kampung Deli Medan”, Vol. 8, No. 2, 2017, Hal. 89.
- Octavina, “ Formulasi Strategi Bisnis PT. Bukit Asam Tbk Dalam Rangka Meningkatkan Pangsa Pasar (Market Share)“, hal.39.
- Ogunmokun, O Gabriel,“ The Effect of Strategic Marketing Planning Behaviour on the Performance Of Small-to Medium-Sized Firms “,*International Journal of Management*, Vol.29, No.1, 2012, Hal.159.
- Ogy Irvanto, Sujana, “Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam Di Kota Bogor)”, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 8, No. 2, 2020, Hal. 106.
- Ogy Irvanto, Sujana,“ Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam Di Kota Bogor)”, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 8, No. 2, 2020, Hal. 106.
- Putra Bayudi, “ *Analisis Kelayakan Agroindustri Nugget Jamur Tiram (Pleurotus Ostreatus)*”, 2015, Hal.4.
- Putri, Novia Ayu,“Desain Strategi Pemasaran Online Pada Fullus Fashion Melalui

Evaluasi Benchmarking“, *Jurnal manajemen dan start-up bisnis*, Vol.1, No.1, Hal.122.

Rangga Herbowoh Putra, Endang Chumaidiyah, Melda Rendra, “ Analisis Kelayakan Usaha Streetfood Untuk Pemanfaatan Lahan Parkir Pasar Modal”, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*”, Vol. 10, No. 2, 2019, Hal.182

Rangga Herbowoh Putra, Endang Chumaidiyah, Meldi Rendra, “ Analisis Kelayakan Usaha Streetfood Untuk Pemanfaatan Lahan Parkir Pasar Moderen”, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*”, Vol. 10, No. 2, 2019, Hal. 182.

Reva Fiqih Lauzuardi, Lisy Fitria, Abu Bakar, 2014, “ Kelayakan Usaha Mobiele Carwash Kota Bandung”, *Jurnal Online Institut* , Vol, 01, No. 3, Hal. 48.

Rosyida Fajarini,“ Analisis Kelayakan Usaha Ternak Kelinci (Kelompok Ternak Kelinci “ sumber lestari” Desa Sumber Kecamatan Sanan Kulon Kabupaten Blitar)”, *Jurnal Aves*, Vol.10 , No. 1, 2016, Hal.12.

Rozalinda, “Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi”, 2014, Jakarta Perpustakaan nasional catalog dalam terbitan (KDT), Hal.148.

Rozalinda,“ Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi”, Jakarta Perpustakaan nasional catalog dalam terbitan (KDT), 2014, Hal.148.

Siti Masitoh, “ *Karakterisasi Dan Uji Potensi Jamur Grigit (Schizophyllum commune Fr)*, 2021, S1 thesis”, Universitas Jambi, Hal.1.

Sri Zuliarni , Relon Taufik Hidayat, “Analisis Faktor Pertimbangan Pebisnis Restoran Kelas Kecil Di Lingkungan Kampus Universitas Riau Dalam Pemilihan Lokasi Usaha “,*Jurnal aplikasi bisnis*, Vol.3, No.2, 2013, Hal.104.

- Sri Zuliarni , Relon Taufik Hidayat, “Analisis Faktor Pertimbangan Pebisnis Kecil Di Lingkungan Kampus Universitas Riau Dalam Pemilihan Lokasi Usaha “, *Jurnal aplikasi bisnis*, Vol.3, No.2, 2013, Hal.104.
- Wibowo Mohamad Amir, Arief Daryanto, Amzul zrifin, "Prosedur Pemasaran Produk Airship Siap Makan", pembungkus ikan Manajemen IKM, Vol. 13, No. 1, 2018, Hal.31
- Wibowo, Dimas Hendika,”psikoanalisis prosedur merchandising untuk menghadapi Daya Saing UMKM” , *Jurnal administrasi patronase*,Vol.29, No.1, 2015, Hal.60.
- Yesi Elsandra, Ardhian Agung Yulianto,” Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Usaha Kecil Menengah Berbasis Industri Kreatif Melalui ICT “, *Jurnal kajian manajemen bisnis*, Vol.2, No.1, 2013, Hal.36.
- Yesi Elsandra,Ardhian Agung Yulianto,” Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Usaha Kecil Menengah Berbasis Industri Kreatif Melalui ICT“*Jurnal kajian manajemen bisnis*, Vol.2, No.1, 2013, Hal.40.
- Yi Peng Teoh Mahitah Mat Don, “Nutrient Improvement Using Stastitical Optimazation For Growth Of Schizophyllum Commune and Its Antifungional Activity Againts Wood Degrading Fungi Of Rubberwoo”, Vol. 28, No. 1, 2012, Hal. 232.

L

A

M

P

I

R

A

N



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

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

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 1646 /In.11/ F.IV/PP.00.9/11/2021

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

1. N A M A : Dra. Fatimah Yunus, M.A
NIP : 19630319200032003
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir
2. N A M A : Debby Arisandi, MBA
NIP : 198609192019032012
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir

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

N A M A : Antry Jana Lestari

NIM : 1811140037

N A M A : Mutya Qarunia Sari

NIM : 1811140223

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : **Pengelolaan Nugget Jamur Grigit dalam Upaya Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa**

Keterangan : Program Kreativitas Mahasiswa

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

Ditetapkan di : Bengkulu

Pada Tanggal : 23 November 2021

Plt. Dekan,



Man :

Rektor I
yang bersangkutan;
siswa yang bersangkutan;

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

Identitas Mahasiswa

Nama : Mutya Qarunia Sari
NIM : 1811140223
Program Studi : Perbankan Syariah
Anggota : 1. Antry Jana Lestari (1811140237)

Pilihan Tugas Akhir:

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

Judul Tugas Akhir:

Nugget Jamur Grigit / Pengelolaan Nugget Jamur Gerigit dalam Upaya
Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa

Proses Validasi:

A. Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Catatan:

Revisi Judul Pengelolaan Nugget Jamur Gerigit dalam Upaya
Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa

Bengkulu, 8 Nov 2021

Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

[Signature]
Fahwal

B. Ketua Jurusan

Judul yang disetujui:

.....
.....

Penunjukkan Dosen Pembimbing:

.....

Mengesahkan

Kajur Ekis/Manajemen

[Signature]

Bengkulu, 16 November 2021

Ketua Tim

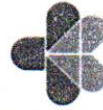
Mahasiswa

[Signature]
Antry Jana Lestari



PEMERINTAH KOTA BENGKULU
DINAS KESEHATAN

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



Sertifikat

PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN

NOMOR : 1541/1771/21

Diberikan kepada :

Nama : **Mutya Qarunia Sari**
Jabatan : Pemilik
Alamat : Perum Bentiring Indah Rt/Rw 018/001 Bentiring
Kec. Muara Bangkahulu

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

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



Bengkulu, 16 Desember 2021
KEPALA DINAS KESEHATAN
KOTA BENGKULU


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



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 1201220021803**

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

Nama Pelaku Usaha	: MUTYA QARUNIA SARI
Alamat	: PRUM BENTIRING INDAH BLOG G, Desa/Kelurahan Bentiring, Kec. Muara Bangka Hulu, Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu
Nomor Telepon Seluler	: +6289524413308
Email	: mutyaqaruniasari2000@gmail.com
Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	: Lihat Lampiran
Skala Usaha	: Usaha Mikro

Perizinan ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai Angka Pengenal Import (API-P), hak akses kepastian, serta pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial tenaga kerja.

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

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 12 Januari 2022

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



Ditandatangani secara elektronik

Diterbitkan tanggal: 12 Januari 2022





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
SERTIFIKAT STANDAR : 12012200218030001

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Sertifikat Standar, kepada Pelaku Usaha berikut ini:

Nama Pelaku Usaha	: MUTYA QARUNIA SARI
Nomor Induk Berusaha (NIB)	: 1201220021803
Alamat Kantor	: PRUM BENTIRING INDAH BLOG G, Desa/Kelurahan Bentiring, Kec. Muara Bangka Hulu, Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu
Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	: 10216 - Industri Berbasis Daging Lumatan Dan Surimi
Kategori Usaha	: prum bentiring indah blog g, Desa/Kelurahan Bentiring, Kec. Muara Bangka Hulu, Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu,
Jenis Usaha	: Usaha Mikro

Sertifikat Standar ini memuat daftar persyaratan dan/atau kewajiban sesuai dengan kode KBLI Pelaku Usaha dan merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen Sertifikat Standar yang dimaksud. Pelaku Usaha dengan Sertifikat Standar wajib di atas wajib menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan tanggal: 12 Januari 2022

a.n. Wali Kota Bengkulu
Kepala DPMPSTP Kota Bengkulu,



Ditandatangani secara elektronik

Ditandatangani tanggal: 12 Januari 2022



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 1201220021803

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Klasifikasi Risiko	Perizinan Berusaha	
					Jenis	Legalitas
1	10216	Industri Berbasis Daging Lumatan Dan Surimi	prum bentiring indah blog g, Desa/Kelurahan Bentiring, Kec. Muara Bangka Hulu, Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu Kode Pos: 38126	Menengah Rendah	NIB dan Sertifikat Standar	Untuk persiapan, operasional, dan/atau komersial kegiatan usaha

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

Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.

Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR-E-BSSN.
Data lampiran Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menaouankan hak akses.



Balai
Sertifikasi
Elektronik



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.iaibengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

Nama Mahasiswa : 1. Mutya Qarunia Sari (1811140223) Program Studi : Perbankan syariah
2. Antry Jana Lestari (1811140237) Pembimbing I : Dr. Fatimah Yunus, M.A
Judul Skripsi : Pengelolaan Jamur Grigit Dalam Upaya Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	7/2-22	pedoman	poli pedoman FEB	
2		lengkapi TA -	- daftar 15 - halam - lampiran 2	
3	9/2-2	hal	pro	

Bengkulu, 30 November 2021 M
25 Zulhijah 1441 H
Pembimbing I

Dr. Fatimah Yunus, M.A
NIP. 196303192000322003



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
SERTIFIKAT STANDAR : 12012200218030001

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha, persyaratan dan/atau kewajiban:

Kode KBLI	Judul KBLI	Klasifikasi Risiko	Persyaratan dan/atau Kewajiban	Bukti Pemenuhan	Lembaga Pengawas	Masa Berlaku
216	Industri Berbasis Daging Lumatan Dan Surimi	Menengah Rendah	Persyaratan: Kewajiban: - Memenuhi SNI, Spesifikasi Teknis, dan/atau Pedoman Tata Cara yang diberlakukan secara wajib (bagi produk yang telah diberlakukan SNI, Spesifikasi Teknis, dan/atau Pedoman Tata Cara secara wajib). - Laporan Kegiatan Usaha. - Memiliki Akun Sistem Informasi Industri Nasional; - Menyampaikan data industri yang akurat, lengkap, dan tepat waktu secara berkala yang disampaikan melalui Sistem Informasi Industri Nasional; - Memenuhi Standar Industri Berbasis Daging Lumatan dan Surimi; - Memiliki Sertifikat Kelayakan Pengolahan; - Memiliki Sertifikat Penerapan Program Manajemen Mutu Terpadu/Hazard Analysis and Critical Control Point sepanjang dipersyaratkan di negara tujuan ekspor; dan	Pernyataan Mandiri	Pemerintah Kota Bengkulu	Selama Pelaku Usaha menjalankan kegiatan usaha

Dengan ketentuan bahwa Sertifikat Standar tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.

Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).

Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.

Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen Sertifikat Standar tersebut.



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.iaibengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

Nama Mahasiswa : 1. Antry Jana Lestari (1811140237) Program Studi : Perbankan syariah
2. Mutya Qarunia Sari (1811140223) Pembimbing II: Debby Arisandi, MBA

Judul Skripsi :

Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
30-11-2021	Bimbingan bab I dan II	• Menambahkan 10 Jurnal nasional dan 5 Jurnal Internasional • Menambahkan harga pokok produksi menggunakan excel	
10-12-2021	• Bimbingan bab I, II, III • Acc bab I	• Menambahkan 5 Jurnal pada setiap pembahasan bab II dan III	
23-12-2021	• Bimbingan bab II dan III • Rev	Revisi Penulisan catatan kaki dan Memparaphrase kalimat yg masih Plagiat	
27-01-2022	• Bimbingan bab II, III, IV, V • Acc bab II dan III	Revisi bab IV dan V	
28-01-2022	Bimbingan bab IV, V, VI	• Acc bab IV, V, VI • Lanjut ke Pembimbing I	

Bengkulu, 30 November 2021 M

25 Zulhijah 1441H

Pembimbing II

Debby Arisandi, MBA
NIP. 198609192019032012



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

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

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor: 0274/SKBP-FEBI/2/2022

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

Nama : ANTRY JANA LESTARI
NIM : 1811140237
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenis Tugas : SKRIPSI
Akhir
Judul Tugas :
Akhir **PENGELOLAAN JAMUR GRIGIT DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KREATIVITAS MAHASISWA**

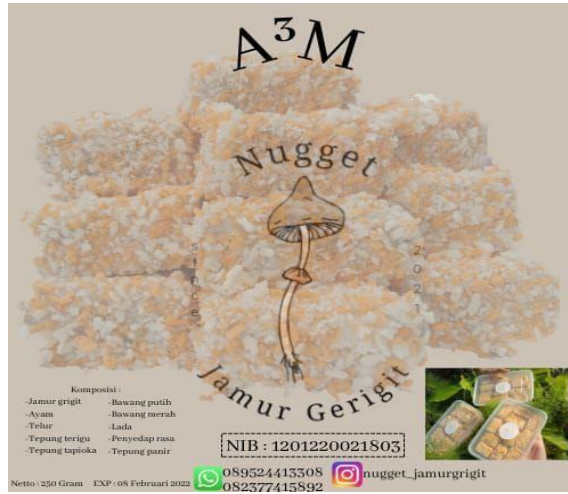
Dinyatakan lolos uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 23 %. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

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

Bengkulu, 11 Februari 2022
Ketua/Wakil Dekan I

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

LOGO DAN KEMASAN



**PELATIHAN KEAMANAN DAN KESEHATAN PANGAN
MAKANAN BAGI PEMILIK IRTP DALAM RANGKA
SPPIRT**





**EXPO DAN WORKSHOP DENGAN TEMA “ BENGKULU
ENTREPRENEUR MENUJU GENERASI EMAS 2024 “**



BAHAN-BAHAN PEMBUATAN NUGGET JAMUR GRIGIT









PEMASARAN

















PROMOSI MENGGUNAKAN WHATSAPP



PROMOSI MENGGUNAKAN INSTAGRAM



AKUN INSTAGRAM NUGGET JAMUR GRIGIT

