

**PROSES PEMASARAN PEMANFAATAN
POTENSI BUAH PEPAYA**



SKRIPSI

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

OLEH:

**CITRI PORNIA
NIM. 1711130134**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU (UIN FSB)
BENGKULU, 2022 M/1443 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Citri Pornia NIM. 1711130134 yang berjudul “Proses Pemasaran Pemanfaatan Potensi Buah Pepaya”. Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 18 Agustus 2021 M

09 Muharam 1443 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Miti Yarmunida, M.A.g
NIP.197705052007102002


Kustin Hartini, M.M
NIDN. 2002038102



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon (0736) 51171

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Proses Pemasaran Pemanfaatan Potensi Buah Pepaya", oleh Citri Pornia NIM. 1711130134, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 07 Januari 2022 M / 05 Jumadil Akhir 1443 H

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

Bengkulu, 07 Januari 2022 M
05 Jumadil Akhir 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Dr. Desi Isnaini, MA
NIP. 197304121998032003

Penguji I

Dr. Desi Isnaini, MA
NIP. 197304121998032003

Sekretaris

Kustin Hartini, M.M
NIDN. 2002038102

Penguji II

Yetti Afrida Indra, M.A.K
NIDN. 0214048401

Mengetahui

Dekan

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

iii

MOTTO

” Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah” (*Thomas Alva Edison*)”

“Informasi bukanlah pengetahuan. Satu-satunya sumber pengetahuan adalah pengalaman” (*Albert Einstein*)“

PERSEMBAHAN

Puji Syukur dan terima kasih kepada Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan kepadaku karunia serta kasih sayang yang melimpah sehingga saya mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan semuanya tidak terlepas dari bantuan banyak pihak maka saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua ku, Bapak Drs Herwan Sayadi dan ibu Susti yang menjadi sumber motivasi dan semangatku untuk menggapai kesuksesan dan keberhasilan ini. Cucuran Keringat dan air mata kalian mendorong semangatku dengan segala upaya menjadikan aku untuk bisa menjadi orang yang lebih baik serta tidak mudah menyerah dengan keadaan dan segala cobaan yang selalu datang padaku.
2. Kakak ku Heni Soneta, S.Pd dan Eed Hiduwisda, S.Hut terimakasih karena kalian selalu memberikan motivasi dan selalu memberikan semangat kepada ku, buktikan bahwa kita bertiga bisa menjadi sarjana.
3. Kakak ipar ku Tika Intan fiteri, Amd.Kep dan Abang Sarnawan terimakasih juga kalian telah memberikan semangat dan motivasi kepada ku
4. Keponakaan ku yang paling aku sayang Zhafira Rahmadani Almahyra dan Haziq faizan Edwist yang selalu membuat rindu setiap hari

5. Alm Nenek Rusia dan Alm Datuk Idun yang sudah tenang di syurga nya allah orang yang dari kecil merawat kami bertiga dengan kasih sayang , yang dulu selalu nanyakan kapan wisuda kini alhamdulillah cucu nenek dan datuk sudah jadi sarjana
6. Seseorang yang spesial Hari Aprian joze,S.Pt terimakasih karena selalu mendengarkan keluh kesah saat aku jauh dari keluarga ku, yang selalu menyemangati, memotivasi, dan memberikan dukungan untuk tidak pernah patah semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Ibu Dr. Miti Yarmunida, M.Ag dan Ibu Kustin Hartini,M.M Terimakasih yang sebesar-besarnya selaku pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberi arahan dan motivasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Sahabat Angkatan 2017 Ekis D terimakasih untuk kebersamaanya, memberikan semangat dan motivasi
9. Teman ku Lolla Anggolaria, Alm Melinda, Nila harmiyati terimakasih untuk suport nya selama ini
10. Terimakasih untuk patner Tugas Akhir Keripik Pepaya Febi Yosita Aprilina teman berjuang bersama menyelesaikan tugas akhir sampai pada akhirnya kita bisa sampai ke titik ini

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul ” PROSES PEMASARAN PEMANFAATAN POTENSI BUAH PEPAYA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT DESA KOTA AGUNG BENGKULU UTARA”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari TimPembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada 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,2021 M

Jumadil Awal 1443 H

Mahasiswa yang menyatakan



Citri Pornia

NIM. 1711130134

ABSTRAK

Proses Pemasaran Pemanfaatan Potensi Buah Pepaya

Oleh Citri Pornia, NIM. 1711130134

Tujuan Program Kreativitas Mahasiswa ini adalah menciptakan cemilan sehat dan bernutrisi dengan memanfaatkan buah pepaya masak di campur dengan tepung trigu dan tepung tapioka. Cemilan ini di namakan keripik pepaya, yang dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar sehingga dapat mengurangi pengangguran dan juga menjadi inovasi usaha baru dalam bidang kuliner. Dengan harapan menggunakan analisis *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat)*, metode ini menggunakan analisis kelayakan, untuk menyusun strategi pengembangan usaha dan menentukan seberapa layak usaha ini. Hasil dari penelitian ini sebanyak 2 kali. Percobaan pertama berhasil dengan menghasilkan 8 pcs namun ketahanan keripik nya hanya 1 jam, produksi kedua berhasil dengan inovasi baru di campur tepung trigu dan tepung tapioka menghasilkan 15 pcs siap saji, penelitian ini telah mendapatkan sertifikat PIRT (Sertifikat Produksi Industri Rumah Tangga) dari Dinas Perizinan Kota Bengkulu sehingga dalam pemasaran produk keripik pepaya dapat di lakukan secara luas.

Kata Kunci: *Analisis SWOT*, Anallisis Kelayakan, dan Pemasaran

ABSTRACT

Product feasibility Analysis Proses Pemasaran Pemanfaatan Potensi Buah Pepaya

Oleh Citri Pornia, NIM. 1711130134

The purpose of this study was to create healthy and nutritious snacks by utilizing ripe papaya fruit mixed with trigu flour and tapioca flour. This snack is called papaya chips, which can create jobs for the surrounding community so that it can reduce unemployment and also become a new business innovation in the culinary field. With the hope of using a SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat) analysis, this method uses a feasibility analysis, to formulate a business development strategy and determine how feasible this business is. The results of this study were 2 times. The first experiment was successful by producing 8 pcs but the durability of the chips was only 1 hour, the second production was successful with a new innovation mixed with trigu flour and tapioca flour to produce 15 pcs ready-to-eat, this research has received a PIRT certificate (Household Industry Production Certificate) from the Licensing Service Bengkulu City so that the marketing of papaya chips products can be done widely.

Keywords: *SWOT* Analysis, Feasibility Analysis and Marketing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Kelayakan Produk Banana Sticks Tiga Sekawan” Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupunakhirat.

Penyusunan Skripsi ini bertujuan untuk mengungkap masalah (tuliskan masalah Saudara) dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UINFAS).

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

1. Dr. H.Zulkarnain Dali,M.Pd., Rektor UINFAS Bengkulu yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk membina ilmu di UINFAS BENGKULU.
2. Dr. H. Supardi,M.A, selaku Plt, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) yang telah memberikan kemudahan kepada kami selama masa perkuliahan.

3. Dr. Miti Yarmunida, M.Ag selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuhkesabaran.
4. Kustin Hartini, M.M selaku Pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan bimbingan pada penulisan tugas akhir ini.
5. Kedua orang tua Penulis yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam universitas islam negeri fatmawati sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam haladminitrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi 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, Januari 2022 M



Citri Pornia
NIM. 1711130134

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Program	4
D. Manfaat Program	4
E. Luaran Yang Diharapkan.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	
A. Analisis Produk	6
B. Pangsa Pasar	12
C. Lokasi Program	13
D. Analisa Kelayakan Program	15
E. Jadwal Kegiatan Pemasaran.....	16
F. Rincian Bulanan.....	20
G. Analisa Keuntungan	20
H. Keberlanjutan Usaha	20
I. Estimasi Titik Impas	21
BAB III METODE PELAKSANAAN	
A. Uraian Tugas Bagian Pemasaran	23
B. Tahapan Pemasaran.....	25
C. Proses Promosi dan Pemasaran	26
D. Analisis Peluang Usaha	27
BAB IV ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	
A. Anggaran Biaya.....	28
B. Jadwal Kegiatan	31

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

- A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program32
- B. Potensi Keberlanjutan Program32

BAB VI PENUTUP

- A. Kesimpulan.....34
- B. Saran.....35

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jadwal Kegiatan Pemasaran Keripik Pepaya.....	15
Tabel 2.2 Rincian Bulanan Pemasaran.....	16
Tabel 2.3 Biaya Produksi ke-1.....	16
Tabel 2.4 Biaya Produksi ke-2.....	17
Tabel 2.5 Biaya Produksi ke-3.....	18
Tabel 2.6 Biaya Produksi ke-4.....	19
Tabel 2.7 Pendapatan Pemasaran.....	20
Tabel 3.1 Anggaran Biaya Keripik Pepaya.....	20
Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan Proses Pemasaran Keripik Pepaya.....	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pengajuan Judul

Lampiran 3 : Surat Penunjukan Pembimbing

Lampiran 4 : Surat Persetujuan SPPIRT

Lampiran 5 : Sertifikat PIRT

Lampiran 6 : Label Produk

Lampiran 7 : Biodata Penulis

Lampiran 8 : Lembar Persetujuan

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Program Kreativitas Mahasiswa di kembangkan untuk menghantarkan mahasiswa mencapai taraf pencerahan kreativitas dan inovasi berlandaskan penguasaan sains dan teknologi serta keimanan yang tinggi. Dalam rangka mempersiapkan diri menjadi pemimpin yang cendekiawan, wirausahawan serta berjiwa mandiri dan arif, mahasiswa diberi peluang untuk mengimplementasikan kemampuan ,keahlian sikap tanggung jawab, membangun kerjasama tim maupun mengembangkan kemandirian melalui kegiatan yang kreatif dalam bidang ilmu yang ditekuni.¹

Kegiatan PKM ini sangat penting karena dapat meningkatkan iklim akademik yang kreatif, inovatif, visioner, solutif, dan mandiri. Meningkatkan mutu peserta didik (mahasiswa) di perguruan tinggi agar kelak dapat menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis dan profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan teknologi dan kesenian serta memperkaya budaya nasional

¹ Malik. *Skill Mahasiswa volume 1000 dari skill mahasiswa*, (Jakarta : Indo skunder,2002),h.1

Maka jika kita ingin memulai usaha kita juga harus lebih memperhatikan pada teknik/strategi pemasaran yang kita lakukan agar kita sebagai penjual mampu mendapatkan potfit yang maksimal dan tidak mengalami kerugian. Ada banyak teknik pemasaran dalam penjualan. Seperti *segmenting*, *Targeting*, *positioning*, bauran pemasaran/ marketing mix dan lain sebagainya.

Di sini peneliti memilih program kreativitas mahasiswa di bidang kewirausahaan dan harus memilih produk apa yang bisa di pasarkan nantinya. Produk yang sudah peneliti pilih yaitu keripik pepaya. Jika memilih produk kita harus mengikuti penyuluhan keamanan pangan yaitu dengan mengikuti pelatihan. Pelatihan penyuluhan keamanan pangan yang di laksanakan pada tanggal 06 November 2020 dengan 30 peserta, panitia Reno Supardi, M. Kom. Kepala Dinas Kesehatan Susilawaty, S.Sos., SKM.,M.Kes.

Pepaya (*carica* papaya l) di kenal dengan macam-macam nama special bal, betik, pisang *pelo* (sumatera), gedang, katela gantung, kates (jawa), *hangow*, *kompaja*, ketes (nusa tenggara).²

² Kardono LBS, Artanti, ID Dewiyanti, T Basuki. Selectd Indonesian medi-cinal plants monographs and descriptions. Jakarta: P.T. GramediaWidiaSarana Indonesia.,2003. h.167-182.

Pepaya juga memiliki kandungan Gizi yaitu sebagai berikut:

1. Energi 46 kkal
2. Serat total 4,75 gram
3. Protein 0,5 gram
4. Karbohidrat 12,2 gram
5. Kalsium 23 mg
6. Fosfor 12 mg
7. Kalium 221 mg
8. Magnesium 10 gm
9. Natrium 4 mg
10. Zat besi 1,7 mg

Pepaya juga mengandung vitamin yang baik untuk tubuh, terkenal memiliki sifat *antioksidan* seperti vitamin A, vitamin E, dan vitamin C. Buah berwarna oranye ini juga memiliki vitamin B kompleks dan mineral seperti *potasium*, tembaga dan magnesium. Buah pepaya matang sangat unggul dalam *betakaroten* (276 mikrogram/100 g), *betacryptoxanthin* (761 mikrogram/100 g). *Betakaroten* merupakan *provitamin A* sekaligus *antioksidan* yang sangat ampuh untuk menangkalkan serangan *radikal* bebas.

Selain untuk kesehatan ternyata pepaya juga bisa di jadikan sebagai cemilan salah satunya adalah Keripik Pepaya. Keripik Pepaya ini juga menjadi peluang bisnis yang

menjanjikan. Tentu jika kita terjun dalam bisnis Keripik Pepaya akan sangat menguntungkan.

Kami membuka usaha kuliner dengan produk “Keripik Pepaya ” yaitu cemilan atau yang sering di sebut jajanan yang berbahan dasar pepaya, tentu nya sangat mudah di dapatkan sehingga olahan ini dapat memiliki harga jual yang cukup tinggi.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Proses Pemasaran Keripik Pepaya ?
2. Bagaimana Analisis SWOT terhadap proses pemasaran ?

C. Tujuan Program

1. Untuk mengetahui bagaimana proses pemasaran keripik pepaya sebagai salah satu inovasi cemilan yang sehat dan bernutrisi.
2. Untuk memperkenalkan produk olahan keripik pepaya kepada masyarakat serta bermanfaat untuk penulis dan masyarakat lingkungan sekitar

D. Manfaat Program

1. Dapat mengasah kreativitas, melatih kerja sama kelompok, melatih daya Analisa, melatih kemampuan dalam bereksperimen untuk mengolah suatu produk makanan yang baik untuk dikonsumsi dan mampu bersaing dipasaran

- E.** Dapat mengenalkan kepada masyarakat, selain untuk di konsumsi langsung buah pepaya yang masak juga dapat diolah menjadi makanan ringan, dan bisa di pasarkan

F. Luaran Yang Diharapkan

Dari olahan Buah pepaya yang memiliki manfaat serta kandungan gizi baik untuk Kesehatan dapat Menghasilkan suatu produk yaitu Keripik Pepaya Barokah. Bentuk dan rasa yang berbeda dari pepaya membuat masyarakat menyukai keripik pepaya dalam bentuk terbaru. Dan juga dapat memotivasi para produsen lain nya agar bisa menciptakan maknan yang lebih berinovasi lagi. Dapat membantu perekonomian keluarga.

Dalam program kreativitas ini mahasiswa bebas memilih bentuk kreativitas seperti apa yang di inginkan, ada beberapa bentuk bisa di bidang kewirausahaan pangan atau non pangan, film pendek, video dan lain sebagainya yang memilih nilai kreativitas dan inovatif .

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

A. Analisa Produk

Produk makanan yang terbuat dari buah pepaya merupakan jenis makanan ringan. Buah pepaya memiliki manfaat yang baik bagi Kesehatan. Mengandung *karbohidrat*, asam *amino*, Vitamin B1,B2,B3 Vitamin C, *Kalsium* zat besi, *magnesium fosfor*, *potassium*, *sulfur* dan *zink*. Dengan adanya manfaat buah pepaya yang baik untuk Kesehatan, menghasilkan suatu produk yaitu keripik pepaya barokah. Keripik pepaya adalah produk makanan berbahan dasar dari buah pepaya yang masak kemudian di campur dengan bahan lain yaitu terdapat tepung terigu, tepung tapioka, telur dan tambahan bumbu lainnya sebagai penyedap. Keripik pepaya bentuknya berbeda dengan keripik lainnya, yang terdapat sedikit kadar minyak didalamnya memiliki rasa yang renyah (Krispie) dan gurih.

B. Pangsa Pasar

Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan serta mengenalkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat. Tentu saja dengan menggunakan rencana dan

taktik matang, dengan begitu, jumlah penjualan dapat meningkat.³

Salah satu keunggulan bersaing yang harus di miliki oleh seorang wirausaha adalah membuat strategi pemasaran yang tepat berdasarkan kegiatan *segmenting*, *targeting* dan *positioning* dalam peningkatan penjualan produk dan dapat diterima pasar dengan baik. Kesan produk yang baik membuat citra dan kepercayaan konsumen semakin besar sehingga dapat membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ulang (*repeat order*) dan konsumen tidak akan beralih pada produk lain.

Strategi berdasarkan *segmenting*, *Targeting*, dan *positioning* di usaha keripik pepaya ini, yaitu:

a. *Segmentasi*

Segmentasi adalah suatu proses untuk membagi-bagi atau pengelompokkan konsumen ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen. Karena pasar sifatnya sangat heterogen maka akan sulit bagi produsen untuk melayani nya. Oleh karena nya pemasar harus lebih memilih segmen-segmen tertentu saja dan meninggalkan bagian pasar lainnya. Bagian atau segmen yang dipilih itu adalah bagian yang homogen yang memiliki ciri-ciri yang sama dan cocok dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi tuntutan-tuntutannya. Pengukuran dimensi strategi *segmenting* meliputi strategi

³ <https://accurate.id/marketing-manajemen/10-strategi-pemasaran/>

berdasarkan geografi, demografi, psikografi, dan behavioristik.⁴

Penulis membedakan segmentasi dari usaha ini yaitu menjadi 3 bagian, bagian yang pertama merupakan orang golongan menengah ke atas, bagian kedua merupakan mahasiswa, bagian ketiga merupakan anak sekolahan dari sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama (SMP) dan sekolah menengah atas.

b. Targeting

Targeting adalah proses mengevaluasi setiap daya setiap daya tarik segmen kemudian memilih satu atau lebih karakteristik untuk dilayani targeting adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi dan menjangkau pasar, produk dari targeting adalah target market (pasar sasaran) yaitu satu atau beberapa segmen pasar yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran.⁵ Target utama dari keripik pepaya adalah kedua dan ketiga karena memiliki nilai konsumtif yang tinggi terhadap jajanan. Produk ini dipasarkan/di tawarkan kepada mahasiswa UINFAS Bengkulu dan di outlet-outlet atau warung-warung yang ada di sekitar tempat produksi di lakukan.

c. Positioning

⁴ Rhenald, *Membidik Pasar Indonesia* (Jakarta:Gramedia Pustaka,1998),h.118

⁵ Yossie Rosanty, *Consumer Behaviour in Era Millennial* (Medan : Lembaga penelitian dan penulisan Ilmiah AQLI,2018),h.125

Positioning adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khusus dalam benak konsumen sasaran.⁶Dalam melakukan pemasaran, penulis mencoba membangun image keripik pepaya sebagai jajanan yang sehat kaya serat dan bergizi tinggi sehingga baik untuk kesehatan. Kelebihan dari keripik pepaya ini bisa di jadikan menu pilihan sebagai makanan diet, sebagai snacksehat dan juga bagi anda yang hobi ngemil tapi tetap sehat, di samping itu keripik pepaya bisa juga di jadikan sebagai cemilan yang sehat, maka keripik pepaya ini pas sekali buat makanan untuk menjaga kesehatan anda dan kelemahan dari produk ini belum memiliki outlet penjualan resmi.

d. Strategi Bauran Pasar

Pemasaran setelah melakukan STP maka perlu di selaraskan dengan kegiatan pemasaran. Salah satu strategi pemasaran adalah bauran pemasaran (*Marketing mix*). Aspek dalam bauran pemasaran harus saling mendukung agar tujuan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan pencapaian sasaran perusahaan. Ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran dapat menentukan tingkat keberhasilan pemasaran yang pada akhirnya dapat menimbulkan kepuasan

⁶ Dhian tyas Untari, *Manajemen Pemasaran Kasus dalam pengembangan pasar wisata kuliner tradisional*. (Jawa Tengah: Pena Persada,2019),h.21

konsumen. Bauran pemasaran ini yang di maksud adalah sebagai berikut:

1. Produk

Perusahaan harus mendefinisikan, memilih dan mendesain suatu produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk menurut philip kotler adalah sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk di beli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.⁷

2. Harga

Merupakan aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Harga adalah sejumlah uang yang di serahkan untuk mendapatkansuatu barang atau jasa. Penentuan harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk. Penentuan harga yang tidak tepat dapat berakibat fatal terhadap produk yang di tawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.⁸

3. Distribusi/Tempat

Kegiatan pemasaran yang ketiga adalah penentuan lokasi dan distribusi baik untuk kantor cabang, kantor pusat, pabrik, atau gudang, penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting. Halini agar

⁷ Dedi Purnomo dan NURdin Hidayat, Studi kelayakan bisnis, (Depok : Raja Grafindo Persada,2018),h.84

konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh konsumen.

4. Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Promosi adalah proses pengenalan atas produk kepada konsumen khususnya produk baru. Proses ini dilakukan berbagai cara dalam usaha meningkatkan penjualan. Promosi merupakan komponen utama, hal ini terkait dengan biaya yang harus dimasukkan dalam harga. Beberapa promosi yang dapat dilakukan melalui promosi dari mulut ke mulut (*word of the mouth*), media cetak, media elektronik maupun media promosi lainnya. Perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa baik langsung maupun tidak langsung.

Bauran pemasaran dari produk ini yaitu:

1. Produk, dalam upaya membidik pasar keripik pepaya hadir dalam kemasaneconomis 100 gram. Dikemas dengan standing pouch dan berlabel keripik pepaya.
2. Harga pemasaran keripik pepaya tidak ada *referensiasi* harga untuk menjangkau semua bagian pasar.
3. Distribusi /Tempat, pemasaran keripik pepaya akan dilakukan di tempat yang strategis sesuai dengan bagian yang ada, antara lain jangkauan bagian pertama, *outlet-*

outlet yang bersifat strategis, jangkauan bagian kedua, memasarkan langsung kepada mahasiswa dan melalui media online seperti facebook dan whatsapp.

4. Promosi, di lakukan secara *efektif* dan *intensif* untuk membangun citra keripik pepaya sebagai jajanan yang kaya nutrisi dan begizi tinggi. Usaha promosi yang penulis rencanakan antara lain yaitu , pemberian informasi secara langsung yang di lakukan oleh penulis sendiri ketika melakukan direct selling yakni dari mulut-kemulut, pemberian informasi secara tidak langsung di lakukan dengan penyebaran browsur keripik pepaya. Media promosi tersebut akan memberikan gambaran keunggulan produk keripik pepaya.

C. Lokasi Program

Sebagai awal dari pendirian usaha, hal yang pertama di lakukan adalah melakukan pengamatan langsung terhadap lingkungan sekitar. Tujuan dari di lakukannya pengamatan lingkungan sekitar adalah untuk mencari peluang usaha yang sekitarnya nanti bisa berkembang dengan baik kedepannya. Produksi di lakukan di daerah jln telaga dewa 5, NO 59 rt 15 rw 03 kec. Selebar kota bengkulu, dan dari hasil pengamatan lingkungan sekitar didapatkan bahwa memang lokasi tersebut dekat dengan gerbang belakang kampus UINFAS bengkulu dan banyak anak-anak kosan di

sekitar lokasi sehingga sangat strategis dalam pemasaran produk.

D. Analisa Kelayakan Usaha/Program

1. Aspek Pemasaran

Target pasar utama dalam usaha ini adalah mahasiswa yang ada di kmapus UINFAS Bengkulu. Pemasarannya bisa dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Adapun analisis SWOT usaha ini adalah sebagai berikut:⁹

a. *Strength*

a) Pemasaran menarik menggunakan menggunakan media social seperti: Whatshapp, Instagram, facebook dan media social lainnya. Atau bisa juga dengan mendatangi mahasiswa ke kos-kosannya.

b. *Analisis Weakness/* kelemahan usaha adalah sebagai berikut:

a) Produknya baru dan belum banyak dikenal sehingga perlu di promosikan.

b) Bahan Keripik Pepaya tidak tahan lama sehingga memproduksi tidak boleh terlalu lama jedanya.

c. *Opportunity/* atau kesempatan dalam usaha Keripik Pepaya yaitu sebagai berikut:

⁹ <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-manfaat-faktor-yang-mempengaruhi-dan-contoh-analisis-swot/>

- a) Dapat membuka cabang lain saat usaha sudah stabil.
 - b) Memperbanyak varian Keripik Pepaya jika produksi hariannya sudah banyak.
- d. *Threats/* ancaman dalam bisnis Keripik Pepaya ini sebagai berikut:
- a) Para customer yang bosan dengan rasa Keripik Pepaya itu-itu saja sedangkan sejumlah produksi masih terbatas
 - b) Adanya pedagang lain yang juga menjual makanan lain meskipun bukan dengan makanan yang serupa.

2. Aspek Teknis

Karena Keripik pepaya ini masih bersekala kecil maka sumber daya manusia yang mengelolanya tidak terlalu banyak. Bahan baku untuk membuat Keripik Pepaya dipersiapkan dengan cara membelinya secara rutin agar kesegaran bahan tetap terjaga. Pembuatan Keripik Pepaya dilakukan dipagi hari dengan memproduksi 3 kali dalam seminggu.¹⁰

¹⁰ <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-manfaat-faktor-yang-mempengaruhi-dan-contoh-analisis-swot/>

E. Jadwal Kegiatan Pemasaran

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan Pemasaran Keripik Pepaya

No	Kegiatan	Kegiatan Minggu Ke									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Riset Pasar	X	X								
2	Promosi		X	X	X						
3	Penjualan			X	X	X	X	X	X	X	X
4	Evaluasi									X	X

Studi kelayakan usaha ini sudah di laksanakan sejak bulan Februari 2021. Dimulai dengan melakukan riset pasar terlebih dahulu. Setelah beberapa waktu mengamati pola makanan konsumen, timbullah ide bisnis Keripik Pepaya ini. Riset pasar dilakukan pada minggu pertama dan ke-2 Promosi produk di mulai pada minggu ke- 2 dan 3. Setelah promosi dilakukan, minggu ke-3 sampai dengan minggu ke-5 dilakukan penjualan. Pada minggu ke-6 dilakukan evaluasi seputaran kendala apa yang dihadapi.

3. Aspek Biaya

Sumber dana usaha berasal dari pribadi masing-masing. Rincian biaya untuk bisnis ini adalah sebagai berikut:

F. Rincian bulanan

Tabel 2.2

Rincian Bulanan Produksi Dan Pemasaran

Biaya Pemasaran	Kuota	Rp. 50.000
Biaya Produksi	Biaya Bahan Baku	Rp. 70.000
	Biaya Alat Produksi	Rp. 25.000
Biaya Operasional	Listrik	Rp. 20.000
Total		Rp. 165.000

Tabel 2.3

Biaya Produksi ke-1

No	Bahan	Jumlah
1	1/2 kg Sagu	Rp. 7.000
2	1/4 kg Tepung	Rp. 2.000
3	1/2 kg Pepaya Masak	Rp.4.000
4	1/2 kg Minyak Goreng	Rp. 7.000
5	4 Bungkus Masako	Rp. 2.000
6	Bumbu Antaka	Rp. 6.000
Total		Rp. 28.000

Jadi $\frac{1}{2}$ kg sagu, $\frac{1}{4}$ tepung, $\frac{1}{2}$ pepaya masak menghasilkan 8 produk. Dengan melakukan penjualan keripik pepaya yang sudah jadi.

Pendapatan Produksi ke-1 yaitu:

Menghasilkan 32 produk x 5000 = Rp. 160.000

Biaya bahan baku pada produksi ke-1 = Rp. 28.000

Tabel 2.4
Biaya Produksi ke-2

No	Bahan	Jumlah
1	1 kg Sagu	Rp. 14.000
2	$\frac{1}{2}$ kg Tepung	Rp. 4.000
3	1 kg Pepaya masak	Rp. 7.000
4	1 kg Minyak Goreng	Rp. 12.000
5	8 Bungkus Masako	Rp. 4.000
6	2 Bungkus Bumbu Antaka	Rp. 12.000
Total		Rp. 53.000

Jadi 1 kg sagu, 1 kg tepung dan 1 kg papaya masak bias menghasilkan 16 produk. Dengan melakukan penjualan keripik jadi.

Pendapatan produksi ke-2 yaitu:

Menghasilkan 64 produk x Rp.5000 =Rp.320.000

Biaya usaha produksi ke-2 = Rp. 53.000

Tabel 2.5

Biaya Produksi ke-3

No	Bahan	Jumlah
1	2 kg Sagu	Rp. 28.000
2	1 1/2 kg Tepung	Rp. 12.000
3	2 kg Pepaya masak	Rp. 14.000
4	2 kg Minyak Goreng	Rp. 24.000
5	8 Bungkus Masako	Rp. 4.000
6	3 Bungkus Bumbu Antaka	Rp. 18.000
Total		Rp. 100.000

Jadi 2 kg sagu, 2 kg tepung dan 2 kg pepaya masak bisa menghasilkan 24 produk. Dengan melakukan penjualan keripik jadi.

Pendapatan produksi ke-2 yaitu:

Menghasilkan 96 produk x 5.000 = Rp. 480.000

Biaya usaha produksi ke-2 = Rp. 100.0000

Tabel 2.6
Biaya Produksi ke-4

No	Bahan	Jumlah
1	2 1/2 kg Sagu	Rp. 35.000
2	2 kg Tepung	Rp. 16.000
3	2 kg Pepaya masak	Rp. 14.000
4	2 kg Minyak Goreng	Rp. 24.000
5	8 Bungkus Masako	Rp. 4.000
6	4 Bungkus Bumbu Antaka	Rp. 24.000
Total		Rp. 117.000

Jadi 2 1/2 kg sagu, 2 kg tepung dan 2 kg pepaya masak bisa menghasilkan 32 produk. Dengan melakukan penjualan keripik jadi.

Pendapatan produksi ke-4 yaitu:

Menghasilkan 128 produk x 5.000 = Rp. 640.000

Biaya usaha produksi ke-4 yaitu = Rp. 117.000

Biaya bahan baku sekali produksi =Rp.70.000

Biaya tetap =Rp. 375.000

Total biaya= Rp. 70.000 x 12 minggu + Rp.375.000

= Rp. 1.215.000

G. Analisa Keuntungan

Perhitungan etimasi pendapatan dari usaha Keripik Pepaya ini sebagai berikut:

Tabel 2.7
Pendapatan Pemasaran

No	Pendapatan	Jumlah
1	Pendapatan Pemasaran k-1	Rp. 160.000
2	Pendapatan Pemasaran k-2	Rp. 320.000
3	Pendapatan Pemasaran k-3	Rp. 480.000
4	Pendapatan Pemasaran k-4	Rp. 640.000
Total		Rp. 1.302.000

H. Estimasi Titik Impas

Analisis titik impasnya dari usaha ini adalah dihitung dari pendapatan atau keuntungan dibagi dengan modal usaha yang diperlukan.

Perhitungan sederhananya sebagai berikut:

Pendapatan / modal / = Rp. 1.302.000 / Rp. 165.000 =

Selama 3 bulan¹¹

I. Keberlanjutan Usaha/Program

Keberlanjutan usaha ini akan di jalankan lebih fokus lagi untuk kedepanya, bukan hanya sekedar tugas akhir saja dengan mengikuti penyuluhan keamanan pangan,

¹¹ <http://mojokbisnis.com/ccontoh-studi-kelayakan-usaha/>

mengurus PIRT dan label halal akan menambahkan wawasan dan pengetahuan, bagaimana menciptakan keripik pepaya yang berkualitas.

Dengan mendapatkan semua itu bukanlah hal yang biasa, dengan semua itu akan membuat produk keripik pepaya yang aman dan sangat higienis untuk di konsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Keinginan saya kedepanya akan memproduksi keripik pepaya dengan jumlah yang banyak dengan menggunakan peralatan yang canggih dan bisa dititipkan di semua tempat karena sudah memiliki izin untuk beredar.

Sumber dana yang di keluarkan pada saat pelatihan Rp.350.000 dan ada beberapa materi pembelajaran yang diikuti sebagai berikut:

1. Kebijakan dan Program Nasional Keamanan Pangan IPTR
2. Peraturan Perundang-Undangan di Bidang Pangan
3. Keamanan dan Mutu Pangan
4. Cara Produksi pangan yang baik untuk Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT)
5. Bahan Tambahan Pangan (BTP)
6. *Hygiene* dan *sanitasi* Makanan
7. Label dan Iklan Pangan
8. Pengajuan SPP-IRT secara Online melalui sistem Peayanan Perizinan daerah kita

Dengan mengikuti penyuluhan keamanan pangan ini sangat menambahkan wawasan dan pengetahuan peneliti bagaimana cara membuat produk dengan baik, higienis, cara membuat label dan bahan tambahan apa saja yang di perbolehkan dan sebagainya.

BAB III

METODE PELAKSANAAN PEMASARAN

A. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Pemasaran

Seperti yang kita ketahui teknik pemasaran merupakan suatu metode untuk mempromosikan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dengan strategi-strategi yang terbaik untuk memperoleh keuntungan. Dengan adanya teknik ini diharapkan dapat membuat konsumen lebih tertarik.¹² Berikut ini adalah beberapa teknik pemasaran:

1. Melakukan Segmentasi Pasar

salah satu strategi dalam dunia bisnis dengan mengelompokkan produk yang dimiliki sesuai dengan kesamaan, kemiripan, minat serta kebutuhan pelanggan.

2. Perencanaan Produk

Adalah pemberian merek produk, pengemasan, serta persediaan produk. Dalam hal ini juga meliputi ikatan emosional antara penjual dan pembeli sehingga memungkinkan pembeli untuk membeli produk tersebut.

¹² <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-teknik-pemasaran-dan-jenisnya/>

3. Penetapan Harga Yang Sesuai

Dimana barang/jasa dengan harga yang murah memang diminati oleh konsumen, namun konsumen juga akan mempertimbangkan kualitasnya. Dengan demikian, jangan ragu menetapkan harga yang mahal selama kualitasnya terjamin.

Ada juga beberapa pemasaran online, yaitu sebagai berikut:

- a. Pasarkan produk anda melalui media social, seperti wa, instagram, facebook dll.
- b. Manfaatkan website untuk memperluas *audiens* produk anda
- c. Anda dapat menawarkan audiens sebagai *Reseller* produk.¹³

¹³ <https://www.xendit.co/id/blog/inilah-5-trik-menjalankan-strategi-pemasaran-online-yang-efektif/>

B. Tahapan Pemasaran

4 tahapan perencanaan strategi pemasaran yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan Kebutuhan Dan Keinginan Konsumen

Bahkan jauh sebelum pemasaran itu di mulai, kita wajib menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen. Caranya adalah dengan riset, cari tahu produk apa yang jadi kebutuhan serta keinginan calon pelanggan yang belum terpenuhi. Dengan mengetahui kebutuhan konsumen, kita dapat menemukan ada atau tidaknya kompetitor yang berpotensi jadi pesaing berat.

2. Memilih Sasaran Pemasaran

Sejalan dengan hasil riset dan analisis yang kalian lakukan dalam tahap menentukan pelanggan, sampai pada tahap memilih sasaran pasar (target market). Sasaran pasar yang kalian tuju yaitu sekelompok konsumen yang jadi sasaran khusus usaha pemasaran kita.

3. Menempatkan Strategi Pemasaran Dalam Persaingan

Langkah selanjutnya dalam tahapan perencanaan strategi pemasaran adalah kalian harus mengetahui dulu ada atau tidak nya persaingan di lingkungan dan cara menyikapinya. Keberadaan kompetitor bukan tak mungkin menghambat produk kita laku di pasaran.

Maka dalam strategi pemasaran kalian harus mengamati pesaing dan mempelajarinya.

4. Memilih Strategi Pemasaran

Sebagai acuan dari kinerja untuk mengenalkan produk kalian pada konsumen, maka pengujian dan penelitian menjadi tolak ukur sukses tidaknya kalian memilih strategi pemasaran. Dalam tahapan perencanaan strategi pemasaran, kalian bisa buat perkiraan ke dalam bauran pemasaran.¹⁴

C. Proses Promosi

1. Periklanan (*Advertising*)

Merupakan bentuk promosi secara tidak langsung lewat berbagai media untuk mengajak konsumen untuk membeli produk.

2. Penjualan Langsung (*Directselling*)

Merupakan langkah untuk mengenalkan produk secara langsung ke pembeli.

3. Publikasi (*Publication*)

Merupakan langkah untuk mendorong permintaan yang berupa konten komersial melalui berbagai media.

¹⁴ <https://www.trusvation.com/4-tahapan-perencanaan-strategi-pemasaran-yang-ideal/>

4. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Merupakan langkah untuk mendorong pelanggan pembelian produk.¹⁵

D. Analisa Peluang Usaha

Peluang Usaha Keripik Pepaya ini sangat besar. Bahan dan cara pembuatannya sederhana. Sehingga jika tertarik untuk membuat usaha keripik pepaya ini bisa di jadikan sebagai cemilan dan kandungan gizi yang cukup tinggi. Kandungan serat tinggi, kalsium, dan vitamin di dalamnya sangat baik untuk tubuh.¹⁶

¹⁵ <https://www.sodexo.co.id/strategi-promosi-dan-marketing-kreatif-untuk-meningkatkan-penjualan/>

¹⁶ <http://www.agrowindo.com/peluang-usaha-keripik-pepaya-dan-analisa-usahanya.htm>

BAB IV
ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

A. Anggaran Biaya

TABEL 4.1
Anggaran Biaya Keripik Pepaya

No	Kegiatan	Harga barang		Jumlah
		Unit	Harga	

A. TAHAP PELATIHAN

1	Pelatihan Penyuluhan Keamanan Pangan	1 orang	Rp. 350.000	Rp. 350.000
	Sertifikat PIRT	-	-	-
	Label Halal (Majelis Ulama Indonesia)			
	Jumlah			Rp.350.000

B. TAHAP PELAKSANAAN

1	Bahan Habis Pakai			
	Pepaya Masak	1 kg	Rp. 7.000	Rp. 7.000
	Minyak Goreng	1 kg	Rp.12.000	Rp.12.000
	Telur	1 buah	Rp. 2.000	Rp. 2.000
	Tepung Trigu	1/4 kg	Rp. 2.000	Rp. 2.000

	Sagu	½	Rp. 8.000	Rp. 8.000
	Standing Pouch	1 pcs	Rp. 18.000	Rp.18.000
	Air Bersih	150 ml	-	-
	Masako	3 Bungkus	Rp. 1.000	Rp. 3.000
	Bawang Putih	1 ons	Rp. 5.000	Rp. 5.000
	Garam	1 kg	Rp. 6.000	Rp. 6.000
	Ketumbar	1 Bungkus	Rp. 1.000	Rp. 1.000
	Antaka	1 Bungkus	Rp. 6.000	Rp. 6.000
Jumlah				Rp. 70.000

2	Peralatan Tetap			
	Kompur Gas	1 buah	Rp.150.000	Rp.150.000
	Tabung Gas	1 buah	-	-
	Wajan	1 buah	Rp.30.000	Rp.30.000
	Baskom	1 buah	Rp.15.000	Rp.15.000
	Spatula	1 buah	Rp.15.000	Rp.15.000
	Saringan pengoreng	1 buah	Rp.10.000	Rp.10.000
	Pisau	1 buah	Rp.5.000	Rp.5.000
	Belender	1 buah	Rp 150.000	Rp 150.000

	Mesin mie	1 buah	-	-
	Jumlah			Rp.375.000

C. PELAPORAN

	Proposal Keripik Pepaya	2 buah	Rp.15.000	Rp.30.000
	Jumlah			Rp.30.000

D. PROMOSI

	Kuota	20 GB	Rp.50.000	Rp.50.000
	Cetak label produk	25 lembar	Rp.15.000	Rp.15.000
	Jumlah			Rp.65.000
	TOTAL BIAYA (JUMLAH A-D)			RP. 890.000

B. Jadwal Kegiatan

TABEL 3.2
Jadwal Kegiatan Proses Pemasaran Keripik Pepaya

No	Pelaksanaan Kegiatan	Bulan ke I				Bulan ke II				Bulan ke III				Bulan ke IV			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Perencanaan																
2	Survey Bahan Baku																
3	Pelatihan dan Praktek																
4	Produksi																
5	Pemasaraan																
6	Evaluasi																
7	Pembuatan Laporan																

C. Evaluasi Terhadap pemasaran

1. Keterbatasan produk yang di hasilkan sehingga tidak bisa leluasa melakukan pemasaran
2. Alat-alat untuk pemasaran dengan seadanya

BAB V
HASIL YANG DI CAPAI DAN POTENSI
KEBERLANJUTAN

A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program

Pepaya adalah buah yang lembut dengan warna oranye kekuningan dengan berbagai macam ukuran tergantung jenisnya.¹⁷

Pepaya juga Dapat menghasilkan cemilan yang berupa keripik pepaya yang mungkin sebelumnya banyak masyarakat yang tidak menyukai pepaya tetapi dengan bentuk dan rasa yang berbeda dari pepaya bisa membuat masyarakat menyukai keripik pepaya dalam bentuk terbaru. Dengan Mengasilkan produk makanan ringan yang memiliki Bran atau nama yaitu Keripik Pepaya barokah Yang sudah memiliki No PIRT.

1. No-PIRT (Perizinan Industry Rumah Tangga)

No-PIRT : 2.06.1771.01.0311.26

B. Potensi Keberlanjutan Program

Dengan adanya potensi bahan baku yang mudah di dapatkan di kota Bengkulu usaha ini akan berlanjut. Langkah awal yang dilakukan akan terus memproduksi

¹⁷ <https://www.chilibeli.com/blog/sayur-dan-buah/kandungan-manfaat-buah-pepaya>

produk Kripik pepaya dan mengembangkan produk secara perlahan dengan modal yang ada.

Jika sudah memiliki modal dalam skala besar produk ini akan di pasarkan lebih luas lagi seperti ke luar kota ke Mini Market yang ada di Bengkulu ataupun luar kota. Dan Modal pasti akan kembali karena usaha ini akan terus dijalankan hingga berkembang. Usaha ini sangat menguntungkan dengan adanya bahan baku yang mudah di dapatkan. Produk keripik pepaya barokah di pasarkan lewat media sosial seperti whatsapp Facebook, Instagram dan Peluang usaha ini sangat menjanjikan alasanya karena banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang olahan produk keripik pepaya bisa dijadika cemilan atau makanan ringan serta memiliki banyak kandungan gizi didalamnya

1. adanya manfaat dari segi aspek ekonomi
 - a. bisa membantu keuangan yang sedang dikelola saat ini untuk produksi keripik pepaya ini,
 - b. dan selanjutnya sudah sedikit membantu petani
 - c. Harga yang ekonomis untuk mahasiswa/i.
2. segi lingkungan sosial tidak adanya limbah produksi.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Proses pemasaran dilakukan secara langsung dan tidak langsung, target utama dalam usaha ini yaitu anak kos-kosan dan mahasiswa yang ada di lingkungan kampus IAIN Bengkulu, selain itu kami juga melakukan pemasaran secara online yaitu dengan menggunakan media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Facebook. Dengan adanya Keripik pepaya yang merupakan makanan ringan yang belum banyak di kenal oleh masyarakat sekitar, akan tetapi di sini kami mencoba inspirasi baru dengan olahan buah pepaya mentah menjadi keripik pepaya dengan varian rasa yang gurih, renyah dan cocok untuk di jadikan cemilan baik dengan keluarga, sahabat, dan sebagainya.

Keripik pepaya memiliki varian rasa yaitu original dan balado, keripik pepaya barokah tidak perlu di khawatirkan bagi kesehatan karena sudah mengikuti penyuluhan keamanan pangan, memiliki sertifikat PIRT (Produksi Pangan Industri Rumah Tangga), Jadi keripik pepaya barokah ini sangat aman untuk di konsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Keripik pepaya ini juga merupakan Tugas Akhir dari Program Kreativitas

Mahasiswa untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah.

B. Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam pembuatan penelitian ini, maka ada beberapa saran yang mungkin berguna untuk penelitian selanjutnya seperti:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengikuti pedoman yang baku tentang sistematika pembuatan Studi Kelayakan Bisnis Ilmiah. Berdasarkan pengalaman saya, Usaha keripik pepaya belum mempunyai format atau sistematika pembuatan skripsi tentang Studi Kelayakan Bisnis. Sehingga mahasiswa/i yang tertarik mengambil untuk dijadikan tugas akhir tidak mengalami kesulitan dalam pembuatannya.
2. Penelitian selanjutnya mengenai Studi Kelayakan suatu bisnis diharapkan lebih fokus pada setiap aspek-aspek dalam Studi Kelayakan Bisnis. Mulai dari aspek produksi sampai dengan Pemasaran, apa saja yang menjadi indikator bahwa bisnis tersebut layak dilakukan. Dalam penelitian ini, hanya mengacu pada aspek keuangan saja yang menjadi indikator bahwa bisnis ini layak dilakukan. Seharusnya semua aspek harus mempunyai kriteria kelayakan, mulai dari pemilihan tempat usaha apakah layak untuk didirikan usaha sampai pada aspek aspek lainnya.
3. Banyak sumber-sumber pedoman pembuatan Studi Kelayakan Bisnis yang berbeda antara satu dengan yang lain contohnya seperti perbedaan bagaimana cara menganalisis persaingan bisnis dan perbedaan dalam metode analisis investasi. Penelitian selanjutnya diharuskan lebih cermat memilih buku atau sumber apa

yang cocok untuk Studi Kelayakan Bisnis yang sedang dikerjakan sesuai dengan karakteristik bisnis yang sedang direncanakan.

4. Proses pembuatan Studi Kelayakan Bisnis membutuhkan waktu yang lebih lama daripada pembuatan tugas akhir lainnya. Hal ini dikarenakan banyak aspek-aspek yang harus ditinjau secara terperinci. Sehingga penelitian selanjutnya diharapkan harus mempersiapkan mental dan fisik serta banyak mendapatkan referensi baik dari buku ataupun orang yang sudah berpengalaman dalam studi kelayakan bisnis ini.

L

A

M

P

I

R

A

N



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

I. Identitas Mahasiswa

Nama : Febi Yosita Aprillina
 NIM : 1711130137
 Program Studi : Ekonomi Syariah (NIM: 1711130134)
 Anggota : 1. Citri Pornia (NIM:)
 2. (maksimal 3 Orang)

II. Pilihan Tugas Akhir:

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

Judul Tugas Akhir: PEMANFAATAN POTENSI BUAH PEPAYA SEBAGAI PENINGKATAN
 PENDAPATAN MASYARAKAT DESA KOTA AGUNG BENGKULU UTARA

III. Proses Validasi:

A. Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Catatan:

.....

Bengkulu, 10 Maret 2021

Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Kagan Hartono, MM
 NIP 2002038102

B. Ketua Jurusan

Judul yang disetujui:

.....

Penunjukkan Dosen Pembimbing:

.....

Membina
 NPM 1711130137
 NIP 202121998420003

Bengkulu, 10 Maret 2021

Ketua Tim

Mahasiswa

Febi Yosita Aprillina
 1711130137



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736)51276-51172-53879 Faksimili (0736)5117151172
Website www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

1. Nama/NIM/Prodi : Citri Pornia/1711130134/Ekonomi Syariah
2. Status Dalam Tim : Anggota
3. Judul Kegiatan : Proses Pemasaran Pemanfaatan Potensi Buah Pepaya Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Kota Agung Bengkulu utara
4. Lokasi Kegiatan : Jln. Telaga Dewa 05 No. 59 RT. 15 RW. 03 Kel. Pagar Dewa Kec. Selebar Bengkulu, ID 38211.
5. Waktu Kegiatan : 4 (Empat) bulan, mulai Februari s.d Mei 2021
6. Biaya : Rp. 1.040.000,-

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

Bengkulu, 18 Agustus 2021 M
4 Zulhijah 1442 H

Pembimbing I

Dr. Miti Yarmunida, M. Ag
NIP. 197705052007102002

Pembimbing II

Kustin Hartini, M.M
NIP. 2002038102



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: 0524/In.11/ F.IV/PP.00.9/04/2021

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

1. N A M A : Miti Yarmunida, M.Ag
N I P. : 197705052007102002
TUGAS : Pembimbing I

2. N A M A : Kustin Hartini, MM
NIDN. : 2002038102
TUGAS : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft program Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirausahaan), kegiatan ini dilakukan sampai persiapan ujian tugas akhir bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

1. N a m a : Citri Pornia
Nim : 1711130134
Prodi : Ekonomi Syariah

2. N a m a : Febi Yosita Aprilina
Nim : 1711130137
Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Tugas Akhir : PEMANFAATAN POTENSI BUAH PEPAYA SEBAGAI PENINGKATAN
PENDAPATAN MASYARAKAT DESA KOTA AGUNG BENGKULU
UTARA.

Keterangan : Program Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirausahaan).

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

Ditandatangani di : Bengkulu
Pada Tanggal : 05 April 2021
Dekan.

Dr. Asnani, MA
NIP. 197304121998032003

Tembusan :

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



PEMERINTAH KOTA BENGKULU
DINAS KESEHATAN
Jl. Basuki Rahmat No 8 Bengkulu Kode Pos 34223
Telp (0736) 21702



Sertifikat

PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN

NOMOR : 1382/1771/20

Diberikan kepada :

Nama : FEBI YOSITA APRILLINA
Jabatan : Pemilik
Alamat : DESA KOTA AGUNG AIR BESI KABUPATEN
BENGKULU UTARA.

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

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



Bengkulu, 06 November 2020
KEPALA DINAS KESEHATAN
KOTA BENGKULU

SUSHAWATY, S.Sos., SKM., M.Kes
Pembina Tk. II/IV.b
NIP 196710021987032006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

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

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
Nomor: 202/SKBP-FEBI/12/2021

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

Nama : Citri Pornia
NIM : 1711130134
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Tugas Akhir

**PROSES PEMASARAN PEMANFAATAN POTENSI
BUAH PEPAYA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN
PENDAPATAN MASYARAKAT DESA KOTA
AGUNG BENGKULU UTARA**

Dinyatakan lolos uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 28 %. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

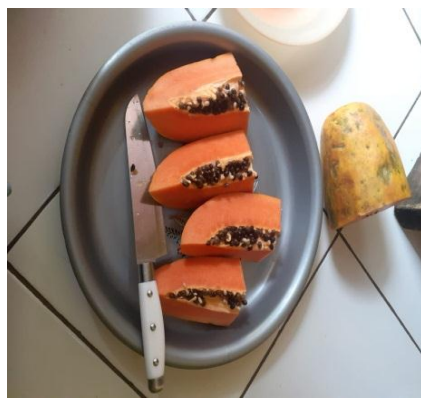
Demikian surat keterangan ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 16 Desember 2021
Ketua Pk. Wakil Dekan I

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

LAMPIRAN

PROSES PEMBUATAN KERIPIK PEPAYA



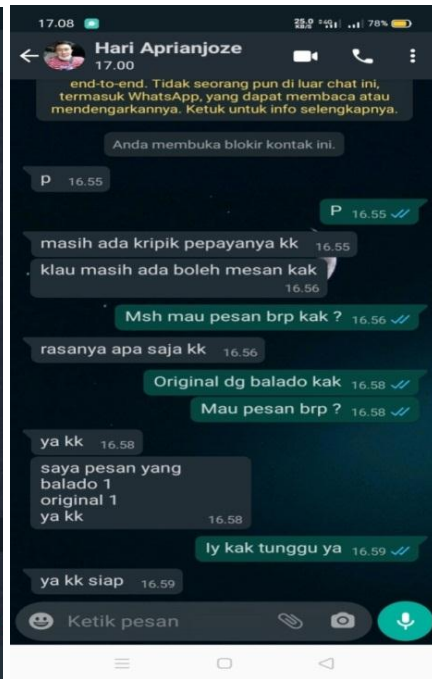
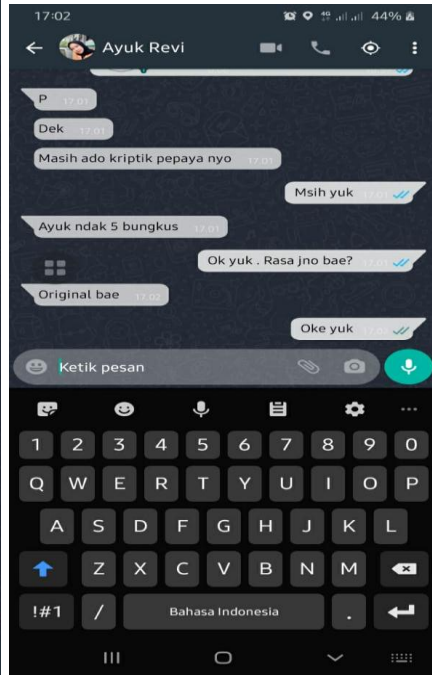


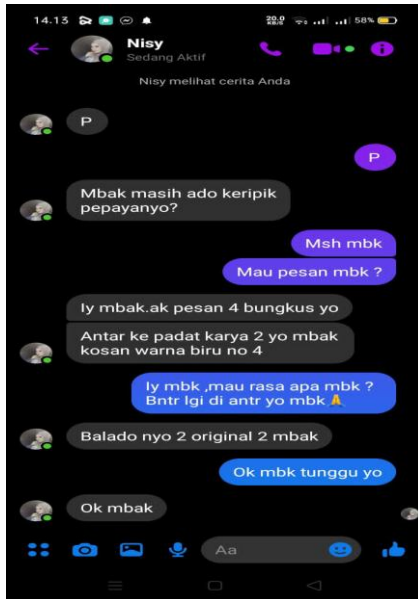


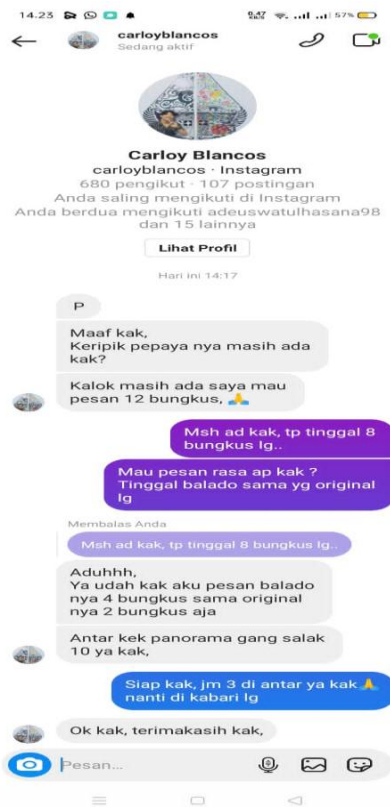












Label Produk

Keripik Pepaya Barokah



● Original ● Balado

Kiuknya Mantul Gaess.....
Lemak Tegalu.....

Info Pemesanan :
Citri Pornia : 085269618437
Febi Yosita A : 085268510358

Alamat :
Jln Telaga Dewa 5 No. 59 Rt. 15 Rw. 03 Kec. Selebar Kota Bengkulu