

**ORIENTASI PASAR PRODUK SELAI  
KOPI (BOGAFEEL) MENJADI  
PRODUK UNGGULAN**



**SKRIPSI**

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

**OLEH:**

**NISI PERMATA SARI**

**NIM. 1711130116**

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

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Nisi Permata Sari, NIM.

1711130116 dengan Judul **“Orientasi Pasar Produk Selai Kopi**

**(Bogafeel) Menjadi Produk Unggulan”,** Program Studi

Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan

disetujui 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 Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno

Bengkulu.

Bengkulu, 07 Januari 2022 M

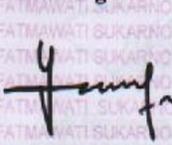
05 Jumadil Akhir 1443 H

**Pembimbing I**



**Dr. Fatimah Yunus, MA**  
**NIP. 196303192000032003**

**Pembimbing II**



**Yenti Sumarni, M.M**  
**NIP.197904162007012020**



**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, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171  
Website: [www.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul **“Orientasi Pasar Produk Selai Kopi (BogaFee) menjadi Produk Unggulan”**, oleh Nisi Permata Sari NIM. 1711130116, 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 Bengkulu pada:

Hari : **Jum'at**

Tanggal : **18 Februari 2022 M / 17 Rajab 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, 04 Maret 2022 M**

**01 Sya'ban 1443 H**

**Tim Sidang Munaqasyah**

**Ketua**

**Sekretaris**

**Andang Sunarto, Ph.D**  
NIP.197611242006041002

**Yenti Sumarni, M.M**  
NIP.197904162007012020

**Penguji I**

**Penguji II**

**Andang Sunarto, Ph.D**  
NIP.197611242006041002

**Andi Harpepen, M.Kom**  
NIDN.2014128401

**Mengetahui,  
Dekan**

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

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Orientasi Produk Selai Kopi (Bogafeel) Menjadi Produk Unggulan” Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno 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 tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hariterdapat penyimpanan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuanyang berlaku.

Bengkulu, 17 Februari 2022 M

16 Rajab 1443 H

Mahasiswa Yang Menyatakan,



**NISI PERMATA SARI**  
**NIM. 1711130116**

**MOTTO**

**فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ**

**Barang siapa mengerjakan kebaikan seberat zarah, niscaya dia akan melihat (balasan) nya.**

**(QS. Az-zalzalah Ayat 7)**

**Jadilah seperti bunga yang memberikan keharuman bahkan kepada tangan yang telah merusaknya.**

**(Ali bin Abi Thalib)**

**Ketika Allah memberimu nikmat finansial (harta kekayaan), jangan tingkatan standar hidupmu, akan tetapi tingkatan standar sedekahmu.**

**(Nisi Permata Sari)**

## PERSEMBAHAN

Sujud syukur kepada Allah SWT, yang Maha Esa, Dzat yang Maha Agung dan Maha pengasih lagi Maha Penyayang. Shalawat dan salam kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, yang telah mengenalkan Tuhan yang Maha Esa sebagai kebenaran sejati pada jiwa-jiwa ciptaan-Nya, dengan segenap Esa sebagai kebenaran sejati pada jiwa-jiwa ciptaan-Nya, untuk jiwa-jiwa suci yang sentiasa menghembuskan nafas-Nya, menuliskan keberkahan nama-Nya.. Dengan segenap rasa cinta dan kasih, ku persembahkan karya kecil ini untuk orang-orang terkasih :

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya Bapak (Amru Zahri) dan Ibu (Yunarti) yang telah mengislahi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya. Terimakasih atas semua cinta kasih sayang, doa, dan semangat yang telah ibu dan bapak berikan kepada saya.
2. Terima kasih untuk kakak saya Ovi Rjandi Plisia dan adek Teren Sri Walanda yang telah memberikan semangat, dan motivasi dari awal kuliah sampai saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Keluarga besar ibu dan bapak saya yang telah memberikan dukungan dan semangat sampai saat ini.
4. Pembimbing saya ibu Dr. Fatimah Yunus, MA Pembimbing I dan ibu Yenti Sumarni, M.M selaku Pembimbing II terimakasih yang sebesar-besarnya karna sudah meluangkan waktunya membimbing

saya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Untuk sahabat saya Lidia Trisnawati, Ila Mopi Satri, Rahma Putri Suslanti, Widya Mardiana Kurnia, Alize Agnes yang selalu mendukung dan mensupport saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Untuk patner tugas akhir saya Sholikul Nidom dan Isti Puspita Sari yang telah berjuang bersama dan selalu memberikan semangat untuk selalu maju kedepan.
7. Teman-teman squad Ekis kelas D yang selalu bersama dari semester satu sampai akhir, yang telah membuat cerita bersama terimakasih atas supportnya.
8. Teman-teman squad rumah sakit jlwa Erwin Saputra, Maswiranto, Rani Helvina, Beni Gunawan, terima kasih untuk canda, tawa dan kebersamaan selama inserta terima kasih atas supportnya.
9. Bapak dan Ibu guruku dari sekolah dasar sampai perguruan tinggi yang telah memberikan pendidikan kepada ku.

## **RINGKASAN EKSEKUTIF**

### **Orientasi Pasar Produk Selai Kopi (Bogafeel) Menjadi Produk Unggulan**

Oleh Nisi Permata Sari, NIM. 1711130116

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana orientasi pasar produk selai kopi agar menjadi produk unggulan. Dengan menggunakan metode teknik penelitian yang bersifat khusus pada pokoknya. Dengan cara kerja untuk memahami objek suatu penelitian. Penulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif yang disajikan secara deskriptif. Strategi pemasaran menggunakan 4P, yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*. Dengan memberikan inovasi baru produk kopi biasa, menjadi selai kopi yang diberi nama BogaFeel dengan tiga macam varian rasa seperti, original, susu, dan aren. Anggaran biaya produksi mencapai Rp2.409.400, dengan menghasilkan selai kopi BogaFeel menggunakan botol kemasan 200 gram yang dijual dengan harga Rp 25.000/botol.

***Kata Kunci: Orientasi Pasar, Selai Kopi, Produk Unggulan***

## ***EXECUTIVE SUMMARY***

### ***Market Orientation for Coffee Jam Products (Bogafeel) To Be Superior Products***

by Nisi Permata Sari, NIM. 1711130116

*The purpose of this research is to find out how the market orientation of coffee jam products is to become a superior product. By using the method of research techniques that are specific in essence. By working to understand the object of a study. This writing uses a qualitative approach which is presented descriptively. The marketing strategy uses the 4Ps, namely product, price, place, promotion. By providing new innovations for ordinary coffee products, it becomes coffee jam which is named BogaFeel with three different flavors, namely, original, milk, and sugar palm. The production cost budget reaches IDR 2,409,400, by producing BogaFeel coffee jam using 200 gram bottles which are sold at IDR 25,000/bottle.*

***Keywords: Market Orientation, Coffee Jam, Featured Products***

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karuniannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya yang berjudul “Orientasi Pasar Produk Selai Kopi (BogaFeel) Menjadi Produk Unggulan” Shalawat serta salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik didunia maupun di akhirat. penyusunan Skripsi ini bertujuan untuk mengungkap masalah Bagaimana Orientasi Pasar Produk Selai Kopi (BogaFeel) Menjadi Produk Unggulan dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan Skripsi 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 Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk membina ilmu di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
2. Dr. H Supardi, M.A, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan kemudahan kepada kami selama masa perkuliahan.
3. Dr. Fatimah Yunus, MA Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.

4. Yenti Sumarni, M.M selaku Pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan bimbingan pada penulisan tugas akhir ini.
5. Kedua orang tuaku yang tercinta yang selalu memberikan do'a dan semangat dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno 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 (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal adminitrasi.
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 depannya.

Bengkulu, Februari 2022 M  
Rajab 1443 H

Penulis,

**Nisi Permata Sari**  
**NIM.1711130116**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN EKSEKUTIF .....</b>	<b>viii</b>
<b><i>EXECUTIVE SUMMARY</i>.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1. Latar Belakang .....	1
2. Perumusan Masalah .....	7
3. Tujuan Program.....	8
4. Manfaat Program.....	8
5. Luaran yang Diharapkan .....	9

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

1. Analisa Produk .....	10
2. Pangsa Pasar	
A. Pengertian Orientasi Pasar .....	13
B. Pangsa Pasar .....	16
3. Lokasi Usaha/Program .....	25
4. Analisa Kelayakan Usaha/Program.....	27
5. Analisa Keuntungan .....	29

### **BAB III METODE PELAKSANAAN**

1. Alat dan Bahan .....	35
2. Proses Pembuatan.....	36
3. Proses Pemasaran .....	38

**BAB IV ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN**

- 1. Anggaran Biaya.....41
- 2. Jadwal Kegiatan .....43

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

- 1. Hasil yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program .....44
- 2. Potensi Keberlanjutan Program.....48

**BAB VI PENUTUP**

- 1. Evaluasi .....51
- 2. Kesimpulan dan Saran.....52

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Alat yang Digunakan Pada Proses Produksi .....	35
Tabel 3.2 Bahan yang Digunakan Pada Proses Produksi.....	36
Tabel 4.1 Anggaran Biaya PKM_Kewirausahaan .....	41
Tabel 4.42 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan .....	43

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Denah Lokasi Produksi.....	26
---------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Surat Penunjukkan Dosen Pembimbing
- Lampiran 2 : Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing I
- Lampiran 3 : Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing II
- Lampiran 4 : Lembar Nilai Dosen Pembimbing I
- Lampiran 5 : Lembar Nilai Dosen Pembimbing II
- Lampiran 7 : Lembar Nilai Ujian Komprehensif
- Lampiran 8 : Lembar Daftar Hadir Ujian Komprehensif
- Lampiran 9 : Surat Keterangan Bebas Plagiarisme
- Lampiran 10 : Surat Keterangan SKPI
- Lampiran 11 : Daftar Hadir Sidang Munaqasah
- Lampiran 12 : Daftar Nilai PKM Penguji 1 dan II
- Lampiran 13 : Rekap Nilai Skripsi
- Lampiran 14 : Surat Perizinan Berusaha Berbasis Risiko
- Lampiran 15 : Surat Pernyataan Mandiri Menjaga K3L
- Lampiran 16 : Surat Pernyataan Kesediaan Memenuhi Kewajiban
- Lampiran 17 : SPP-IRT
- Lampiran 18 : Label Produk
- Lampiran 19 : Dokumentasi Hasil Produk
- Lampiran 20 : Dokumentasi Kegiatan

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada program kreativitas mahasiswa dilaksanakan pertama kali tahun 2011 yaitu setelah dilaksanakannya program restrukturisasi di lingkungan Dirjen Dikti. Kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang selama ini untuk syarat dengan partisipasi aktif mahasiswa, diintegrasikan ke dalam satu wahana yaitu Program Kreativitas Mahasiswa (PKM). Pada awalnya dikenal lima jenis kegiatan yang ditawarkan dalam Program Kreativitas Mahasiswa yaitu: PKM–Penelitian (PKM-P), PKM-Kewirausahaan (PKM-K), PKM-Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM-M), PKM–Penerapan Teknologi (PKM-T) dan PKM-Penulisan Ilmiah (PKM–I).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Ambarwati, T. (2017). Pendampingan Penyusunan Proposal Mahasiswa Dalam Skim Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (Pkmk) Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2014–2015. *Research Report*, 788-795.

Program kreativitas mahasiswa kewirausahaan (PKM-K) merupakan program pengembangan keterampilan mahasiswa dalam berwirausaha dan berorientasi pada laba (*profit*). Komoditas usaha yang dihasilkan oleh mahasiswa dapat berupa barang atau jasa yang selanjutnya merupakan salah satu modal dasar mahasiswa dalam berwirausaha dan memasuki pasar. Program kreativitas mahasiswa kewirausahaan merupakan program yang diharapkan mampu menjawab berbagai macam permasalahan yang berkaitan dengan perkembangan usaha atau bisnis terkini, misalnya berpikir perubahan, berpikir kreatif dan inovatif, berorientasi pada tindakan, mengidentifikasi karakter kewirausahaan, mengubah hobi menjadi ide bisnis, motivasi menjadi pengusaha sukses dan menyusun *business concept*.<sup>2</sup>

Pasar merupakan salah satu jenis penggunaan lahan yang mempunyai daya tarik yang cukup besar bagi masyarakat, karena erat kaitannya dengan proses pemenuhan kebutuhan harian. Pasar secara fisik sebagai tempat pemusatan beberapa pedagang tetap

---

<sup>2</sup>Ambarwati, T. (2017). Pendampingan Penyusunan Proposal Mahasiswa Dalam Skim Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (Pkmk) Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2014–2015. *Research Report*, 788-795.

dan tidak tetap yang terdapat pada suatu ruangan terbuka atau ruangan tertutup atau suatu bagaian jalan.<sup>3</sup>

Selanjutnya pengelompokan para pedagang eceran tersebut menempati bangunan-bangunan dengan kondisi bangunan temporer, semi permanen ataupun permanen. Kegiatan pasar merupakan kegiatan perekonomian tradisional yang mempunyai ciri khas adanya tawar menawar antara penjual dan pembeli.

Orientasi pasar merupakan hal urgen bagi perusahaan seiring semakin ketatnya persaingan bisnis dan kebutuhan pelanggan yang dinamis sehingga perusahaan harus secara sadar selalu dekat dengan pasar. Orientasi pasar merupakan budaya bisnis dimana perusahaan mempunyai komitmen untuk terus berkreasi dalam menciptakan nilai unggul bagi pelanggan.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Gemina, D., Silaningsih, E., & Nisa, K. (2019). Kinerja Pemasaran Berbassis Orientasi Pasar Serta Inovasi Produk Pada Industri Mikro, Kecil Dan Menengah Makanan Ringan Kabupaten Subang. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 251-264.

<sup>4</sup>Gemina, D., Silaningsih, E., & Nisa, K. (2019). Kinerja Pemasaran Berbassis Orientasi Pasar Serta Inovasi Produk Pada Industri Mikro, Kecil Dan Menengah Makanan Ringan Kabupaten Subang. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 251-264.

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) kemudian dikembangkan untuk mengantarkan mahasiswa mencapai taraf pencerahan kreativitas dan inovasi berdasarkan penguasaan sains dan teknologi serta keimanan yang tinggi pada bidang kewirausahaan. Dalam rangka menjadi pemimpin yang cendekiawan, wirausahawan harus berjiwa mandiri. Oleh karena itu, 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.<sup>5</sup>

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau Industri Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM atau IMKM) merupakan sektor yang cukup penting dalam memerankan berbagai kepentingan ekonomi dalam pembangunan nasional, terutama bagi penciptaan usaha dan lapangan pekerjaan baru. UMKM atau IMKM sebagai basis ekonomi rakyat memiliki dampak langsung

---

<sup>5</sup>Setyawati, H. A. (2013). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing Dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey Pada UMKM Perdagangan Di Kabupaten Kebumen). *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2).

dalam memperkuat fundamental ekonomi, karena sebagian besar aktivitas ekonomi rakyat Indonesia lebih banyak diperankan dalam unit-unit ekonomi dalam skala UMKM atau IMKM hampir di semua sektor.<sup>6</sup>

Kontribusi strategis sektor UMKM atau IMKM membuat pemerintah terus mengembangkan pertumbuhan UMKM atau IMKM Indonesia agar terciptanya kemandirian ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Bentuk upaya pemerintah salah satunya dengan program *one village, one product* yang dirintis pada tahun 2007, bertujuan untuk membangun kemandirian dan kesejahteraan ekonomi lokal dengan mengandalkan khas dan kebudayaan lokal memiliki potensi.<sup>7</sup>

Produk kebanggaan lokal yang mendominasi program ini adalah kerajinan dan makanan. Industri pengolahan menjadi penggerak perekonomian, dan memiliki kemampuan untuk

---

<sup>6</sup>Widodo, S. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *JEpa*, 4(1), 84-90.

<sup>7</sup>Widodo, S. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *JEpa*, 4(1), 84-90.

menghasilkan nilai tambah barang serta terciptanya lapangan kerja. IMKM makanan ringan termasuk kelompok industri yang cukup progresif perkembangannya di Indonesia. Meningkatnya persaingan memperebutkan pasar menyebabkan setiap industri menetapkan strategi yang tepat dalam memasarkan produknya.<sup>8</sup> Apabila industri tidak mampu bertahan dalam persaingan, maka mengalami kerugian dalam *market sharing*. Keterbatasan teknologi yang digunakan untuk proses produksi, lemahnya manajemen finansial, sumber daya manusia kurang trampil menjadi masalah dihadapi oleh para pemilik IMKM di Bengkulu.

Oleh karena itu, disini penulis menghasilkan kreativitas baru dari bahan utama kopi menjadi inovasi produk kopi dalam bentuk selai untuk menjadi produk unggulan yang akan memberikan nilai lebih dan khas dari hasil kopi Bengkulu. Produk selai kopi ini akan diberi nama BogaFeel, agar menarik

---

<sup>8</sup>Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal administrasi bisnis*, 29(1), 59-66.

para konsumen kopi di Bengkulu. Dengan memanfaatkan ramainya para konsumen kopi di pasar Bengkulu, akan memberikan dampak yang positif untuk bisa dimenangkan di pasar konsumen kopi Bengkulu.

## **B. Perumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam program ini adalah bagaimana orientasi pasar produk selai kopi (BogaFeel) menjadi produk unggulan?

## **C. Tujuan Program**

Adapun tujuan program ini adalah untuk mengetahui orientasi pasar produk selai kopi (BogaFeel) menjadi produk unggulan.

## **D. Manfaat Program**

### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini bermanfaat Sebagai proses pembelajaran dan mempraktikkan metode yang dipelajari di bangku perkuliahan untuk menghadapi

masalah di dunia nyata dalam masalah orientasi pemasaran produk.

## **2. Bagi Pembaca**

Penelitian ini berguna Sebagai referensi bagi orang yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

## **E. Luaran yang Diharapkan**

Luaran yang diharapkan dari program kreatifitas mahasiswa dengan produk olahan selai kopi adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam memanfaatkan bubuk kopi menjadi produk olahan pangan.
2. Terciptanya inovasi baru selai yang berbahan dasar dari bubuk kopi.
3. Mengoptimalkan potensi lokal yaitu penggunaan bubuk kopi menjadi selai yang memiliki varian rasa yaitu original, kopi susu dan gula aren.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA**

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

Konsep tentang potensi unggulan daerah sudah lama muncul dan banyak dilakukan oleh pemerintah daerah dengan tujuan untuk lebih menggali potensi daerah sekaligus mengoptimalkan seluruh potensi yang ada, sehingga tidak jarang beberapa kabupaten/kota memiliki beberapa potensi unggulan. Pemerintah daerah akan senantiasa menampilkan ciri khas dan keunggulan yang tidak dimiliki oleh kabupaten/kota yang lain.

Pengembangan produk unggulan daerah diharapkan mampu membangun citra positif sebuah kabupaten/kota sehingga perlahan-lahan dapat menjadi ikon/ simbol daerah dan secara tidak langsung dapat mempromosikan keunggulan-keunggulan lain yang belum terekspos. Produk unggulan daerah dapat dihasilkan melalui serangkaian proses mulai dari penciptaan nilai, pemanfaatan seluruh potensi sumber daya secara optimal, menghasilkan nilai lebih bagi peningkatan perekonomian daerah

dan masyarakat serta memiliki peluang yang luas terhadap masuknya investasi dari luar daerah.

Proses penciptaan produk unggulan daerah dapat dimulai dengan melakukan identifikasi produk-produk yang berasal dari sektor usaha kecil dan menengah sehingga hal ini dapat menjadi sebuah upaya untuk mengembangkan sumber daya lokal dan optimalisasi seluruh potensi daerah. Sebuah produk dapat dikatakan unggulan jika memiliki daya saing yang tinggi di pasaran dan harus memiliki banyak keunggulan yang menyebabkan perbedaan dengan produk lainnya. Produk unggulan daerah adalah unggulan daerah yang memiliki ciri khas dan keunikan yang tidak dimiliki daerah lain serta berdaya saing handal dan dapat memberikan peluang kesempatan kerja kepada masyarakat lokal.

Produk unggulan apapun yang ada tentunya diperlukan pengelolaan dan pengembangan serta pemasaran yang sinergis. Agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Produk unggulan daerah menggambarkan kemampuan daerah

menghasilkan produk, menciptakan nilai, memanfaatkan sumberdaya secara nyata, memberi kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Sebuah produk dikatakan unggul jika memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkan produk pesaing di pasar domestic dan/atau menembus pasar ekspor.

Produk unggulan adalah produk yang potensial dikembangkan pada suatu wilayah dengan memanfaatkan SDA dan SDM lokal yang berorientasi pasar dan ramah lingkungan, sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan siap menghadapi persaingan global (Kementerian Koperasi & UKM).  
Produk Unggulan atau Komoditi unggulan:

1. Mempunyai daya saing yang tinggi di pasaran (keunikan/ciri spesifik, kualitas bagus, harga murah);
2. Memanfaatkan potensi sumberdaya lokal yang potensial dapat dikembangkan;

3. Mempunyai nilai tambah tinggi bagi masyarakat perdesaan;
4. Secara ekonomi menguntungkan dan bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan dan kemampuan sumberdaya manusia;

Layak didukung oleh modal bantuan atau kredit

## **B. Pangsa Pasar**

### 1. Pengertian Orientasi Pasar

Orientasi pasar merupakan hal urgen bagi perusahaan seiring semakin ketatnya persaingan bisnis dan kebutuhan pelanggan yang dinamis sehingga perusahaan harus secara sadar selalu dekat dengan pasar. Orientasi pasar juga dikatakan sebagai budaya dikarenakan adanya berbagai nilai, keyakinan dan aturan. Orientasi pasar merupakan budaya bisnis dimana perusahaan mempunyai komitmen untuk terus berkreasi dalam menciptakan nilai unggul bagi pelanggan.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>Sari, L. F. (2013). Pengaruh orientasi pasar dan kreativitas terhadap kinerja pemasaran pedagang pakaian jadi di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. *Management Analysis Journal*, 2(1).

Orientasi pasar dapat dikatakan sebagai implementasi budaya organisasi yang ada diperusahaan dengan melakukan strategi pasar dalam mencapai apa yang menjadi tujuan perusahaan guna mencapai tingkat kemajuan untuk bersaing secara unggul dengan perusahaan lainnya. Konsep dari orientasi pasar terdiri dari: orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi antarfungsi. Konsep-konsep ini menggambarkan suatu strategi pemasaran dengan memfokuskan perhatiannya bukan hanya pada satu sisi orientasi saja tetapi selalu menyeimbangkan antara orientasi pelanggan dengan orientasi pesaing.<sup>10</sup>

Orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku-perilaku yang dibutuhkan untuk menciptakan *superior value* bagi pembeli dan

---

<sup>10</sup>Sari, L. F. (2013). Pengaruh orientasi pasar dan kreativitas terhadap kinerja pemasaran pedagang pakaian jadi di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. *Management Analysis Journal*, 2(1).

menghasilkan *superior performance* bagi perusahaan, apalagi dalam lingkungan yang bersaing ketat.<sup>11</sup>

Orientasi pasar adalah suatu konsep yang sangat penting dalam bidang manajemen strategi sebagai bentuk nyata dalam ilmu pemasaran. Perusahaan yang berorientasi menunjukkan perilaku perusahaan yang menekankan secara kuat pada kebutuhan dan kepuasan atas barang dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan serta selalu memonitor tindakan pesaing sehingga dapat merespon dengan cepat strategi pesaing yang ada, Perusahaan yang berorientasi meliputi orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsi. Perusahaan juga mengkoordinasikan informasi didalam pasar pada fungsi-fungsi dalam perusahaan dapat fokus untuk memberikan nilai pelanggan yang terbaik.

---

<sup>11</sup>Sari, L. F. (2013). Pengaruh orientasi pasar dan kreativitas terhadap kinerja pemasaran pedagang pakaian jadi di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. *Management Analysis Journal*, 2(1).

## 2. Pangsa Pasar

Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu. pasar dapat dalam arti ekonomi yaitu untuk transaksi jual dan beli. Pada prinsipnya, aktivitas perekonomian yang terjadi di pasar didasarkan dengan adanya kebebasan dalam bersaing, baik itu pembeli maupun penjual.<sup>12</sup>

Penjual mempunyai kebebasan untuk memutuskan barang atau jasa apa yang harus diproduksi serta yang akan di distribusikan. Sedangkan pembeli atau konsumen mempunyai kebebasan untuk membeli dan memilih barang atau jasa yang dibutuhkan.<sup>13</sup>Pasar menurut kajian ilmu ekonomi adalah suatu tempat atau proses interaksi antarpembeli dan penjual dari suatu barang atau jasa, sehingga dapat menetapkan harga keseimbangan atau harga pasar dan jumlah yang akan diperdagangkan.

Pemasaran dikenal dengan istilah dalam bahasa Inggris yaitu *marketing* yang artinya adalah aktivitas menciptakan dan

---

<sup>12</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jl.H Baping Raya No.100 Ciracas, Jakarta 13740 : Penerbit Erlangga ) , Hal 5.

<sup>13</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jl.H Baping Raya No.100 Ciracas, Jakarta 13740 : Penerbit Erlangga ) , Hal 7.

memasarkan produk baik itu barang ataupun jasa kepada pelanggan atau masyarakat umum. Pemasaran itu bermula dari adanya kebutuhan yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses pemenuhan kebutuhan dan keinginan itulah yang menjadi konsep pemasaran.<sup>14</sup>

*American Marketing Association* (AMA) menawarkan definisi formal Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan. Manajemen pemasaran terjadi ketika satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berpikir tentang cara-cara untuk mencapai respon yang diinginkan pihak lain.<sup>15</sup> Tugas pemasaran bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk produk anda, melainkan menemukan produk yang tepat untuk untuk pelanggan.

---

<sup>14</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jl.H Baping Raya No.100 Ciracas, Jakarta 13740 : Penerbit Erlangga ) , Hal 12.

<sup>15</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jl.H Baping Raya No.100 Ciracas, Jakarta 13740 : Penerbit Erlangga ) , Hal 13.

Adapun definisi pemasaran dalam perspektif Islam Menurut Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, pemasaran islami adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Al-Qur'an dan Hadits.<sup>16</sup>

Menurut Kertajaya sebagaimana dikutip Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, bahwa secara umum pemasaran islami adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.

Pemasaran menurut persepektif syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang

---

<sup>16</sup>Irawan, D. (2019). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu)* (Doctoral Dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

memungkinkan siapapun melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanafaatannya yang dilandasikejujuran, keadilan, dan keikhlasan yang sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad muamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis islami.<sup>17</sup>

Jadi secara umum strategi pemasaran islami adalah strategi pemasaran yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Al-Qur'an dan Hadis. Dalam menjalankan usaha produk selai kopi BogaFeel ini pada dasarnya agama islam menetapkan target-target bisnis dalam perluasan pangsa pasar yang harus dicapai yaitu:<sup>18</sup>

1. Hasil (*profit*), Usaha Selai Kopi BogaFeel ini tentunya dengan cara yang halal, dimana bahan bakunya halal, bersih, sehat tanpa menggunakan bahan pengawet ataupun zat kimia yang bisa mengandung unsur haram.

---

<sup>17</sup>Irawan, D. (2019). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu)* (Doctoral Dissertation, UIN Raden Intan Lampung).p.65.

<sup>18</sup>Irawan, D. (2019). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu)* (Doctoral Dissertation, UIN Raden Intan Lampung).p.68.

2. Pertumbuhan (*growth*), pertumbuhan Selai Kopi BogaFeel tentunya akan meningkat dengan baik dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dimulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas, yaitu bubuk kopi terbaik untuk digunakan.

3. Keberlangsungan (*sustainable*), keberlangsungan usaha Selai Kopi BogaFeel ini tentunya dengan cara bisnis jangka panjang. Adapun kekuatan dan kelemahan dari produk Selai Kopi BogaFeel adalah sebagai berikut :

a. Kekuatan Selai Kopi BogaFeel sebagai berikut :

1. Harga produk terjangkau dan memiliki pelanggan yang tetap.
2. Produk telah memiliki merek, sertifikat aman dari Dinas Kesehatan.
3. Produk telah memiliki sertifikat PIRT.

b. Kelemahan Selai Kopi BogaFeel sebagai berikut:

1. Peralatan pengolahan masih menggunakan peralatan secara manual.

4. Keberkahan, bisnis usahaSelai Kopi BogaFeel ini pastinya mengedepankan prinsip-prinsip syariah dimana dari bahan bakunya, penjualannya, produksinya selalu menomor satukan larangan-larangan yang ditetapkan dalam Islam. Selain itu produkSelai Kopi BogaFeel ini selalu dalam hal keberkahan. Dimana, penulis tidak melakukan kecurangan dari segi penimbangan dalam proses pengemasannya, dan menjauhi perbuatan riba terhadap produk penulis ataupun dalam segi memakai pelaris karena itu merupakan larangan yang tidak disukai oleh Islam. Seperti yang ditegaskan dalam firman Allah SWT QS Al-Baqarah: 279 yang memiliki arti: “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”.

Dalam ayat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam hal bisnis atau perniagaan, setiap pelaku bisnis harus berpegang teguh dengan prinsip-prinsip syariah, dan menjauhi segala bentuk kecurangan dalam berbisnis. Dan tetap berlandaskan atas suka sama suka tanpa adanya unsur pemaksaan.

Strategi pemasaran adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh usaha untuk mempertahankan kelangsungan usaha, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba.<sup>19</sup> Proses pemasaran itu dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan.<sup>20</sup> Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel yang disebut “4P” yaitu;

---

<sup>19</sup>Irawan, D. (2019). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu)* (Doctoral Dissertation, UIN Raden Intan Lampung).p.72.

<sup>20</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jl.H Baping Raya No.100 Ciracas, Jakarta 13740 : Penerbit Erlangga ) , Hal 16.

1. *Product/Produk*, berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Dari Produk selai kopi (BogaFeel) ini memiliki kelebihan tersendiri dikarenakan bahan utamanya yaitu dari bubuk kopi.
2. *Price/Harga*, Penetapan harga merupakan salah satu elemen penting bagi manajemen perusahaan. Harga ditetapkan berdasarkan perhitungan besarnya biaya yang dibutuhkan. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Disini harga dari selai kopi (BogaFeel) ini yaitu dengan harga Rp.25.000/ botolnya.
3. *Place/Tempat*, Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Strategi pemasaran yang penulis tuju yaitu warung-warung, pasar tradisional, area kampus, dan di lingkungan masyarakat sekitar.
4. *Promotion/Promosi*, Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk

membelinya. Disini penulis menggunakan dua strategi alam mempromosikan selai kopi BogaFeel yaitu pertama secara langsung dan *online* dengan menyebar brosur ke media sosial seperti *whatsapp, facebook, dan instagram*.

Dari strategi 4P dapat disimpulkan strategi yang paling dominan yaitu strategi *promotion* karena strategi ini menggunakan sosial media dan berkomunikasi secara langsung dengan konsumen/pembeli. Target konsumen penulis dari berbagai umur, mulai dari kalangan anak-anak, remaja, dan orang dewasa.

Strategi pemasaran ada tiga elemen yaitu *segmentation, targeting* dan *positioning*.<sup>21</sup>

1. *Segmentation* adalah suatu strategi yang digunakan untuk memahami struktur pasar.
2. *Targeting* adalah persoalan memilih, menyeleksi dan menjangkau pasar.

---

<sup>21</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jl.H Baping Raya No.100 Ciracas, Jakarta 13740 : Penerbit Erlangga ) , Hal 5.

3. *Positioning* adalah suatu strategi untuk memasuki jendelaotak konsumen. *Positioning* biasanya tidak menjadi masalah dan tidak dianggap penting selama barang-barang yang tersedia tidakbanyak dan persaingan belum menjadi sesuatu yang penting. *Positioning* baru akan menjadi penting bilamana persaingan sudah sangat sengit.

### **3. Lokasi Usaha/Program**

Tempat atau lokasi produksi selai kopi “BogaFeel” dilakukan di Perum.Pondok Indah, Blok F, No. 2, RT 21, RW 05, Kec.Selebar, Kota Bengkulu, Bengkulu 38211, Indonesia. Lokasi ini berpotensi bagus dikarenakan lokasinya yang strategis, padat dengan masyarakat dan dekat dengan Pasar Tradisional sehingga memudahkan untuk mendapatkan bahan baku pembuatan selai kopi.

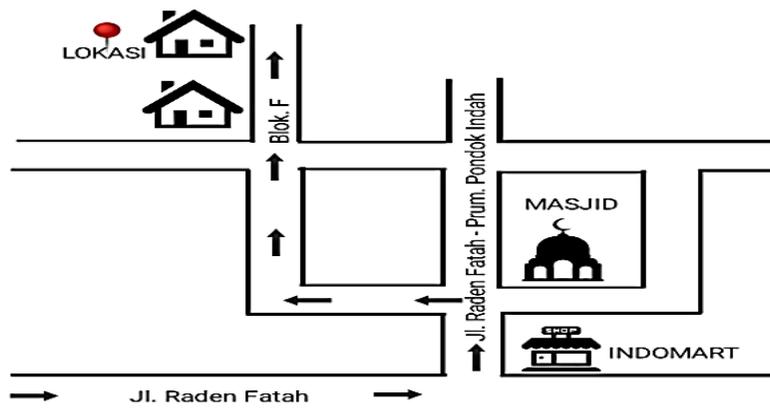
Selain itu lokasi produksi selai kopi ini berlokasi di kompleks perumahan dimana banyaknya masyarakat dan warung di kompleks, serta juga dekatnya dengan kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu sehingga bisa di

promosikan secara langsung kepada mahasiswa dan masyarakat sekitar. Lokasi ini dipilih karena belum adanya yang menjual selai kopi ini, sehingga peluang penulis untuk menjual selai kopi BogaFeel ini sangatlah besar dan tidak menimbulkan persaingan.

Adapun gambar denah lokasi program, sebagai berikut:

**Gambar 3.1 Denah Lokasi Produksi**

## DENAH LOKASI



#### 4. Analisa Kelayakan Usaha/Program

Dalam melakukan program analisis kelayakan program kami menggunakan model matrik pembobotan berskala 1-5

Keterangan :

Sangat lemah : 1

Lemah : 2

Sedang : 3

Kuat : 4

Sangat kuat : 5

**Tabel 2.1**  
**Kriteria Penilaian Kelayakan Usaha**

No	Item yang di nilai	Kriteria Penilaian				
		Sangat Lemah	Lemah	Sedang	Kuat	Sangat Kuat
1	Harga				✓	
2	Mutuproduk peraturan			✓		
3	Persaingan			✓		
4	Mode/Trend					✓
5	Penyimpanan					✓
6	SDM				✓	
7	Armada pemasaran				✓	
8	Distribusi				✓	
9	Modal		✓			
10	Margin laba				✓	
11	Pemasaran				✓	
12	Promosi				✓	

13	Manajemen pemasaran				✓	
14	Bahan baku				✓	
15	Teknologi		✓			
16	Ketersediaan			✓		
17	Pangsa pasar			✓		
Jumlah		0	4	12	36	10

*Interval*

$$= \frac{\text{nilai tertinggi dari interval} - \text{nilai terendah dari interval}}{\text{jumlah kelas}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Keterangan:

1,00 –1,80 = Sangat tidak layak

1,81–2,60 = Tidaklayak

2,61–3,40 = Sedang

3,41– 4,20 = Layak

4,21–5,00 = Sangat layak

Untuk mengetahui layak atau tidak nya dari segi pemasaran maka dapat dicari dengan rumus:

*kelayakan usaha*

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{total bobot}}{\text{jumlah item yang dinilai}} \\
 &= \frac{62}{17} \\
 &= 3,64
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil yang diperoleh sebesar **3,46** maka usaha selai kopi bogafeel dari sisi pemasaran dikatan **Layak** karena masuk pada range **3,41 – 4,20**

## 5. Analisa Keuntungan

Analisis keuntungan merupakan suatu metode yang dipakai untuk melihat secara cermat pada setiap periode apakah usaha tersebut mengalami keuntungan atau tidak dengan memperhatikan dan mempertimbangkan kebijaksanaan dari pesaing.

Berikut ini analisis keuntungan rekap biaya produk selai kopi bogafeel :

### Rekap Biaya Selai Kopi BogaFeel

Table 2.2

#### Investasi Peralatan

<b>Nama Barang</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Harga peralat</b>	<b>Total harga</b>
Mixer	1	Rp. 94.000	Rp. 94.000
Mangkok	6	Rp. 6.500	Rp. 39.000
Sendok Makan	1	Rp. 10.000	Rp.10.000
Sptula	3	Rp. 3.500	Rp. 10.000
Kompor gas	1	Rp. 99.000	Rp.99.000
Tabung gas	1	Rp. 130.000	Rp. 130.000
Sarung tanganplastic	1	Rp. 14.000	Rp. 14.000
Timbangan	1	Rp. 32.000	Rp. 32.000
Gelas takar	3	Rp. 4.000	Rp. 12.000
Panci	3	Rp. 26.000	Rp. 78.000
<b>Total Investasi Peralatan</b>			<b>Rp. 518.000</b>

Tabel 2.3

#### Investasi Modal Kerja

<b>Nama Barang</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Harga Satuan</b>	<b>Total Harga</b>
Kopi bubuk	2 kg	Rp. 75.000	Rp. 150.000
Gula pasir	2 kg	Rp. 14.000	Rp. 28.000
Susu bubuk	1 kg	Rp. 46.000	Rp. 46.000
Rasa aren	1 kg	Rp. 20.000	Rp. 20.000
Margarin	2 pcs	Rp. 5.000	Rp. 10.000
Tepung terigu	2 kg	Rp. 12.000	Rp. 24.000
Toples mini	18 pcs	Rp. 1.300	Rp. 23.400
Stiker	100 buah	Rp.30.000	Rp. 30.000
<b>Total Investasi Modal Kerja</b>			<b>RP. 331.400</b>

Jadi total biaya mendirikan usaha kecil untuk produk selai kopi bogafeel dalam satu paket adalah Rp. 518.000 + Rp. 331.400 = Rp. 849.400

Hitung biaya produksi:

Beberapa asumsi dalam perhitungan untuk merancang adalah:

1. Kecilkan
2. Umur peralatan 1 tahun
3. Peralatan Akhir Rp. 0
4. Produk yang dijual menjual segala sesuatu yang dibeli konsumen.
5. Biaya bensin sudah termasuk flat rate.
6. Variasi rasa original, variasi selai kopi bogarfil dengan susu adalah :
7. Setiap bulan selai kopi bogafeel menghasilkan 36 botol/botol semua rasa, setiap varian rasa terdiri dari 12 varian rasa original, 12 varian rasa susu, dan 12 varian rasa palm, sehingga kopi bogafeel 432 botol

selama satu tahun akan menghasilkan selai produk.  
stoples.

**a. Biaya tetap Per Bulan Selama 1 Tahun<sup>22</sup>**

Penyusutan Rp. 849.400 /12 = Rp. 70.783

Telepon, Dll = Rp. 100.000 +

**Total** **Rp. 170.783**

**b. Biaya Variabel**

Untuk memproduksi 1 botol/toples selai kopi bogafeel  
dg ukuran 200 gram diperlukan komponen biaya sebagai  
berikut :

Bubuk kopi = Rp. 2.000

Gula pasir = Rp. 2.000

Susu bubuk = Rp. 5.000

Margarin = Rp. 1.000

Tepung terigu = Rp. 2.000

Varian rasa = Rp. 5.000+

**Total** = **Rp. 17.000**

Biaya Produksi untuk setiap botol/toples 200gr adalah :

---

<sup>22</sup>Arif Sugiono, manajemen,(PT Grasindo: Jakarta,2009), hal 95.

$$\text{Biaya tetap} = \text{Rp. } 849.400 / 432 = \text{Rp. } 1.966$$

$$\text{Biaya variable} = \text{Rp. } 17.000 \text{ per kemasan} = \text{Rp. } 17.000 +$$

$$\text{Biaya produksi per botol/Toples} = \text{Rp. } 18.966$$

### c. Perhitungan Titik Impas

Analisis titik impas atau titik impas, atau kadang disebut juga titik impas, ditentukan dengan mempelajari hubungan antara biaya, laba, dan volume/output penjualan, atau menggunakan metode yang dikenal sebagai cost-benefit-volume (CPV). analisis. Tingkat minimum aktivitas yang harus dicapai. , pada tingkat itu perusahaan tidak untung atau rugi.

Perhitungan produk Bogarfil Coffee Jam adalah dalam perhitungan titik impas atau BEP (Break Occasion Point).Perhitungan produksi per kemasan = Rp. 18.966

$$\text{Harga jual di pasarkan rata-rata} = \text{Rp. } 25.000$$

$$\text{BEP ( Break event Point)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual} - \text{biaya}}$$

*variable*

$$= \underline{\text{Rp. 849.400}}$$

$$\text{Rp. 25.000} - \text{Rp. 18.966}$$

$$= \mathbf{140 \text{ Botol/toples}}$$

Oleh karena itu, kami menghitung titik impas sebagai harga jual Rp. 25.000, perusahaan dapat menjual 140 botol/botol produk selai kopi bogafeel. Jika perusahaan tidak mampu menjual 140 botol/botol, perusahaan mengalami kerugian yang tidak dapat menutupi biaya produksi.

## **BAB III**

### **METODE PELAKSANAAN**

Motode pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) penulis meliputi kegiatan pemasaran, lokasi program, alat dan bahan untuk memproduksi produk, uraian proses pembuatan, anggaran biaya, dan jadwal kegiatan yang penulis lampirkan sebagai berikut :

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

- a. Alat yang di gunakan

**Tabel 3.1**  
**Alat yang Digunakan pada Proses Produksi**

Mikser	1 unit
Mangkok	6 buah
Sendok Makan	1 lusin
Spatula	3 buah
Kompor Gas	1 buah
Tabung Gas	1 buah
Sarung Tangan Plastik	1 pcs

Timbangan	1 buah
Gelas takar	3 buah
Panci	3 buah
Toples Mini	18 buah

Sumber: Data diolah, 2021

b. Bahan yang digunakan

**Tabel 3.2**  
**Bahan yang Digunakan dalam Proses Produksi**

Kopi bubuk	2 kg
Gula pasir	2 kg
Susu bubuk	1 kg
Rasa aren	1 kg
Margarin / salted butter	2 bks
Tepung terigu	2 kg

Sumber: Data diolah, 2021

## **B. Proses Pembuatan**

Beberapa langkah pembuatan selai kopi bogafeel sebagai berikut :

- a. Terlebih dahulu siapkan bahan-bahan untuk membuat selai kopi
  - 1) Air
  - 2) Kopi bubuk
  - 3) Susu bubuk
  - 4) Perasa yang akan di gunakan dimasing-masing varian selai kopi
  - 5) Gula pasir
  - 6) Aren
  - 7) Tepung terigu
  - 8) Margarin atau salted butter
- b. Panaskan air terlebih dahulu hingga mendidih, jika suda mendidih, seduh kopi dengan air panas, tunggu hingga kopi mengendap dan ambil airnya dan saring kewadah lain. Jika sudah, biarkan kembali hingga air saringan tersebut benar-benar mengendap.
- c. Masukkan air kopi yang sudah disaring ke *wadah mixer*, lalu masukkan susu bubuk, tepung terigu, mentega atau salted butter, perasa (jika digunakan untuk varian kopi

dengan selai kopi varian rasa), untuk rasa aren larutkan bersamaan dengan menyeduh kopi. Jika rasa original maka tidak menggunakan perasa.

- d. *Mixer* semua adonan hingga tercampur merata.
- e. Panaskan panci, lalu masukkan semua adonan yang sudah di *mixer*. Masak dengan api kecil dan sambil diaduk hingga adonan mengental dan sudah menjadi selai.
- f. Angkat dan diamkan hingga panasnya berkurang (jangan sampai terlalu dingin)
- g. Tuang selai ke dalam toples, diamkan beberapa menit, jika sudah dingin ditutup (biarkan 12-24 jam)
- h. Disajikan lebih nikmat menggunakan sepotong roti atau menjadi topping untuk sajian lain.

### **C. Proses Pemasaran**

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran penulis melakukan strategi pemasaran selai kopi (BogaFeel) ini biasanya menawarkan langsung kepada masyarakat sekitar hingga menitipkan produk ke warung-warung yang terdekat, dari produk yang telah dihasilkan kelompok program kreativitas mahasiswa

yaitu selai kopi (BogaFeel) penulis melakukan promosi melalui sosial media seperti *whatsapp*, *facebook*, dan *Instagram* supaya lebih di kenal oleh masyarakat luas.

Karena strategi pemasaran *online* ini memiliki banyak keuntungan seperti media iklan, dengan target yang lebih luas, spesifik, terukur dan biaya yang minim. Adapun tahap-tahap pemasaran seperti melakukan segmentasi pasar (pembagian kelompok para pembeli yang memiliki perbedaan kebutuhan, karakteristik, serta perilaku yang berbeda dalam suatu pasar tertentu. Adapun segmentasi pasar produk ini mengidentifikasi usia dan selera pembeli apakah pembeli di pasar cenderung lebih banyak usia anak-anak, remaja atau orang dewasa.

Langkah selanjutnya penulis menentukan target pasar (sekelompok orang yang akan menjadi target dalam pemasaran produk). Target pasar dalam usaha penulis ini adalah masyarakat umum terutama remaja dan mahasiswa pencinta kopi. Dalam melakukan pemasaran penulis menggunakan strategi langsung yaitu turun untuk memasarkan langsung ketempat-tempat yang

manjadi tujuan seperti dipasar, disekitar kampus, masyarakat sekitar tempat penulis produksi, serta disalah satu tempat wisata yaitu Pantai Panjang.

Banyak yang menggemari selai kopi (BogaFeel) ini bahkan ada juga yang menjadi pelanggan tetap selai kopi (BogaFeel), baik itu teman, sahabat, keluarga dan masyarakat sekitar. Selain itu sambil mengisi waktu kosong pada hari Sabtu dan Minggu penulis menjual selai kopi (BogaFeel) ini di Pantai Panjang, tepatnya didepan *Sport Center*. Adapun berbagai macam varian rasa dari selai kopi (BogaFeel) sebagai berikut :

- a. Varian Rasa Selai Kopi BogaFeel.
  1. Selai Kopi BogaFeel Original.
  2. Selai Kopi BogaFeel Susu.
  3. Selai Kopi BogaFeel Aren.
- b. Ukuran dan Kemasan Selai Kopi BogaFeel

Selai Kopi BogaFeel menggunakan toples kemasan 200gram, selai kopi ini dijual dengan harga Rp. 25.000/botol dengan berat bersih 200 gram.

## BAB IV

### JADWAL KEGIATAN

#### a. Anggaran Biaya

Hal-hal yang dibutuhkan sebelum melaksanakan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) Kewirausahaan yaitu mempersiapkan anggaran atau jumlah biaya yang di perlukan untuk memulai sebuah wirausaha dan membuat jadwal kegiatan yang dilampiran di bawah ini :

**Tabel 4.1**  
**Anggaran Biaya PKM-Kewirausahaan**

No	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga	
A.	Tahap Pelaksanaan			
1.	Bahan Habis Pakai			
	Kopi	2kg	Rp. 75.000	Rp. 150.000
	Margarin	2 pcs	Rp. 5.000	Rp. 10.000
	Susu bubuk	1 kg	Rp. 46.000	Rp. 46.000
	Tepung terigu	2 kg	Rp. 12.000	Rp. 24.000
	Gula pasir	2 kg	Rp. 14.000	Rp. 28.000
	Aren	1 kg	Rp. 20.000	Rp. 20.000
	Toples kecil 200 gr	18 pcs	Rp. 1.300	Rp. 23.400
	Stiker	100 buah	Rp. 30.000	Rp. 30.000
	Jumlah			Rp. 331.400
2.	Peralatan Tetap			
	Mixer	1 unit	Rp. 94.000	Rp. 94.000
	Mangkok	6 buah	Rp. 6.500	Rp. 39.000
	Sendok makan	1 lusin	Rp. 10.000	Rp. 10.000

	Spatula	3 buah	Rp. 3.500	Rp. 10.000
	Kompore gas	1 unit	Rp. 99.000	Rp. 99.000
	Tabung gas	1 unit	Rp. 130.000	Rp. 130.000
	Sarung tangan plastic	1 pcs	Rp. 14.000	Rp. 14.000
	Timbangan	1 unit	Rp. 32.000	Rp. 32.000
	Gelas Takar	3 unit	Rp. 12.000	Rp. 12.000
	Panci	3 unit	Rp. 26.000	Rp. 78.000
	Jumlah			Rp. 518.000
B.	Pelaporan			
	Proposal	4 buah	Rp. 25.000	Rp. 100.000
	Laporan	4 buah	Rp. 25.000	Rp. 100.000
	Fotocopy	3 buah	Rp. 15.000	Rp. 45.000
	Jumlah			Rp. 245.000
C.	Dokumentasi			
	Print warna	21 lembar	Rp. 1.000	Rp. 21.000
	Jumlah			Rp. 21.000
D.	Transportasi			
	Biaya transport	1 orang	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Distribusi produk	3 orang x 14 hari	Rp. 200.000	Rp. 600.000
	Jumlah			Rp. 650.000
E.	Promosi			
	Cetak lebel produk	100 buah	Rp. 30.000	Rp. 30.000
	Paket data internet	1.5 GB	Rp. 14.000	Rp. 14.000
	Jumlah			Rp. 44.000
F.	Tahap pelatihan			
	Achievement Motivation Training			
	Pelatihan Sertifikasi Pangan		Rp. 400.000	Rp. 400.000
	Jumlah			Rp. 400.000
G.	Biaya lainnya			
	Biaya pengurusan pelengkapan laporan dinkes			Rp. 200.000
	Jumlah			Rp. 200.000

Total biaya	Rp. 2.409.400
-------------	---------------

Sumber: Data diolah, 2021.

## b. Jadwal Kegiatan

Tabel 4.2

Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No	Pelaksanaan Kegiatan	Bulan Ke I				Bulan Ke II				Bulan Ke III				Bulan Ke IV				Bulan Ke V			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Perencanaan	■	■	■																	
2	Survey Bahan Baku			■	■	■															
3	Pelatihan Penyuluhan Pangan									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4	Mengurus PIRT dan Penyuluhan																				
5	Publikasi dan Promosi									■	■	■	■	■	■	■	■				
6	Produksi				■				■				■								
7	Pemasaran				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
8	Evaluasi				■				■				■				■				
9	Pembuatan Laporan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Sumber: Data diolah, 2021.

## **BAB V**

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

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

Dengan adanya potensi bahan baku yang mudah di dapatkan di kota Bengkulu karena banyak di temui di Bengkulu penjual yang menjual bubuk kopi, bisa di dapatkan dipasaran. Selain itu adanya minat dari konsumen terhadap produk selai kopi (BogaFeel) karena merupakan produk yang baru dan belum di temui di daerah Bengkulu. Sehingga banyak pembeli yang penasaran dengan produk selai kopi (BogaFeel) yang penulis jual, maka dengan adanya potensi yang dimiliki keberlanjutan usaha ini berpeluang tinggi sehingga mampu bersaing dipasaran.

Dalam kegiatan produksi, mampu menghasilkan 432 botol selai kopi (BogaFeel) untuk dipasarkan, namun untuk mendapatkan keuntungan dari hasil memproduksi selai kopi (BogaFeel) dengan segala macam biaya yang telah dikeluarkan,

target penjualan harus mampu menjual 140 botol dalam waktu 1 tahun. Hal ini karena, agar biaya produksi dapat tertutupi dan mendapatkan laba dari pendapatan tersebut.

Pada penjualan minggu pertama, pemasaran yang dilakukan melalui media sosial dengan memposting hasil produk kami ke *whatsapp*, *instagram*, dan *facebook*. Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan memberikan harga promosi Rp 24.000/botol dalam bentuk per paket terdapat 3 botol, tujuannya untuk mengenalkan kepada konsumen kopi mengenai inovasi kopi menjadi selai kopi. Sedangkan untuk harga jual normal Rp 25.000/botol. Dengan menerapkan harga promosi tersebut, untuk penjualan minggu pertama menghabiskan 18 botol atau 6 paket dalam waktu 3 sampai 4 hari.

Penjualan minggu kedua pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial *whatsapp*, *instagram* dan *facebook* dengan memposting slogan yang berisikan produk selai kopi (BogaFeel) pada beranda dan *story* atau cerita *facebook*, *instagram* dengan menggunakan strategi pemasaran balik kepada harga normal yang telah ditetapkan yaitu Rp 25.000/botol. Untuk

menjual 18 botol selai kopi (BogaFeel) dengan 3 varian rasa penulis membutuhkan waktu 6 hari.

Penjualan pada minggu ketiga pemasaran yang dilakukan dengan cara menawarkan secara langsung kepada konsumen, seperti di Pantai Panjang dengan tujuan dapat secara langsung memberikan penjelasan mengenai inovasi produk kopi yang telah diolah menjadi selai kopi, untuk harga produk selai kopi (BogaFeel) dijual dengan harga Rp25.000/botol. Dengan strategi pemasaran ini, mampu menghasilkan 18 botol selai kopi (BogaFeel) terjual dalam waktu 3 hari.

Pada penjualan minggu keempat, strategi pemasaran dengan mempromosikan secara langsung kepada konsumen kembali diterapkan. Karena mengingat, dengan strategi ini proses penjualannya menjadi lebih cepat laku terjual. Untuk minggu keempat, produk yang berhasil terjual 18 botol selai kopi (BogaFeel) hanya membutuhkan 2 hari dengan harga jual normal Rp 25.000/botol.

Penjualan pada bulan pertama setelah produksi menghasilkan 72 botol selai kopi (BogaFeel) yang telah terjual. Dengan sisa 68

botol lagi yang harus dipasarkan, dengan demikian strategi pemasaran agar 68 botol ini terjual habis. Penulis melakukan strategi penjualan dengan langsung mempromosikan produk selai kopi (BogaFeel) ke kalangan mahasiswa pencinta kopi di lingkungan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dengan harga jual normal Rp 25.000/botol. Untuk menghabiskan 68 botol tersebut, membutuhkan waktu 6 bulan, agar 68 botol selai kopi (BogaFeel) habis terjual.

Dengan demikian, membutuhkan waktu 7 bulan untuk menghabiskan 140 botol selai kopi (BogaFeel) agar memperoleh keuntungan. Dari hasil produksi selai kopi (BogaFeel) yang berjumlah 432 botol, telah laku terjual 140 botol dalam waktu 7 bulan menyisakan 292 botol lagi yang harus dipasarkan. Dengan demikian, penulis melakukan strategi menitipkan 292 botol tersebut ke beberapa minimarket yang biasa dikunjungi oleh konsumen pencinta kopi.

## **B. Potensi Keberlanjutan Program**

Meskipun tugas akhir Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan ini telah selesai. Produk yang telah ada akan terus penulis kembangkan, dengan langkah awal yang akan penulis mulai yaitu mengembangkan modal yang ada secara perlahan untuk terus memproduksi produk Selai Kopi (BogaFeel) serta langkah selanjutnya memberi peluang bagi investor yang akan berinvestasi pada produk penulis yaitu Selai Kopi (BogaFeel) sehingga penulis dapat melakukan produksi dalam skala yang lebih besar lagi.

Produk Selai Kopi (BogaFeel) ini di pasarkan awalnya melalui media sosial seperti *whatsapp*, dengan cara memposting slogan yang berisikan tentang produk Selai Kopi (BogaFeel) pada *story whatsapp*, *Facebook* yaitu dengan cara memposting slogan Selai Kopi (BogaFeel) ke beranda *facebook* serta *story facebook*. *Instagram* dengan cara memposting slogan Selai Kopi (BogaFeel) ke beranda serta cerita di *instagram*. Sehingga terjadinya pembelian melalui media sosial dengan cara pembeli

menggambil langsung produk ketempat produksi atau antar ke tempat pembeli atau konsumen. Dan juga telah penulis pasarkan dengan cara turun langsung ke lapangan seperti ditempat wisata pantai panjang dan pasar- pasar terdekat.

Disini yang menjadi segmen pasar dari produk Selai Kopi (BogaFeel) yang dibuat yaitu masyarakat sekitar tempat penulis produksi yang memiliki tingkat ekonomi menengah, atau mampu memenuhi kebutuhan sandang pangan. Dan tempat lokasi usaha berada tidak jauh dari wilayah Kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu yang memungkinkan penjualan produk ini akan lebih mudah dikenal di segmen pasar, seperti Mahasiswa/i Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu serta anak-anak kos-kosan yang dihuni oleh mahasiswa wilayah kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Sehingga bisa di katakan usaha bisnis yang sangat strategis, dengan pemasaran yang dilakukan melalui media sosial yaitu dengan memposting slogan pada *whatsapp* yang berisikan

tentang produk selai kopi (BogaFeel) ke *story whatsapp*, dan memposting ke beranda *facebook* serta *story* atau cerita *facebook*. Terakhir memposting di *instagram* baik di beranda maupun di cerita *instagram* tersebut.

Usaha produk ini akan dikembangkan dalam jangka 1 tahun ke depan hingga untuk beberapa tahun kemudian, modal awal pasti akan kembali karena usaha ini akan terus dijalankan hingga berkembang dan bisa mendapat keuntungan dengan adanya bahan baku yang mudah di dapat di pasaran.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Evaluasi**

Dengan adanya potensi bahan baku yang mudah di dapatkan di kota Bengkulu karena banyak di temui di Bengkulu penjual bubuk kopi, bisa di dapatkan di pasaran. Selain itu adanya minat dari konsumen terhadap produk sela kopi (BogaFeel) yang merupakan produk baru dan belum di temui di hampir daerah Bengkulu, sehingga banyak pembeli yang ikut memasarkan produk selai kopi (BogaFeel) yang penulis jual.

Dengan membutuhkan waktu 7 bulan untuk menghabiskan 140 botol selai kopi (BogaFeel) agar memperoleh keuntungan. Dari hasil produksi selai kopi (BogaFeel) yang berjumlah 432 botol, telah laku terjual 140 botol dalam waktu 7 bulan menyisakan 292 botol lagi yang harus dipasarkan. Dengan demikian, penulis melakukan strategi menitipkan 292 botol tersebut ke beberapa minimarket yang biasa dikunjungi oleh konsumen pencinta kopi.

## **B. Kesimpulan dan Saran**

1. Penyusunan laporan ini memerlukan perbaikan dan kritik serta saran yang bersifat membangun sehingga penyusunan laporan dimasa mendatang akan lebih baik lagi. Untuk itu penyusun mohon saran dalam melengkapi laporan ini dapat menjadi panduan untuk membuat laporan usaha serta dapat menambah lapangan kerja baru yang bisa mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia terutama di provinsi Bengkulu.
2. Kelompok PKM (Program Kreativitas Mahasiswa) berharap agar kegiatan ini tetap diadakan dalam memilih kegiatan tugas akhir di perkuliahan karena sangat bermanfaat bagi mahasiswa untuk melatih skill dan mendapat bekal pengalaman dimasa yang mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, T. (2017). *Pendampingan Penyusunan Proposal Mahasiswa Dalam Skim Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (Pkmk) Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2014–2015*. Research Report, 788-795.
- Gemina, D., Silaningsih, E., & Nisa, K. (2019). *Kinerja Pemasaran Berbasis Orientasi Pasar serta Inovasi Produk pada Industri Mikro, Kecil dan Menengah Makanan Ringan Kabupaten Subang*. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 251-264.
- Irawan, D. (2019). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung)*.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jl.H Baping Raya No.100 Ciracas, Jakarta 13740 : Penerbit Erlangga ) , Hal 5.

Setyawati, H. A. (2013). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey pada UMKM Perdagangan di Kabupaten Kebumen). Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi, 12(2).*

Sari, L. F. (2013). *Pengaruh orientasi pasar dan kreativitas terhadap kinerja pemasaran pedagang pakaian jadi di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. Management Analysis Journal, 2(1).*

Widodo, S. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). JEpa, 4(1), 84-90.*

Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). *Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*. *Jurnal administrasi bisnis*, 29(1), 59-66.

**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: 1457/In.11/F.IV/PP.00.9/10/2021

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 : Dra. Fatimah Yunus, MA  
N I P. : 196303192000032003  
TUGAS : Pembimbing I
2. N A M A : Yenti Sumarni, MM  
N I P. : 197904162007012020  
TUGAS : Pembimbing II

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

1. N a m a : Sholikul Nidom  
Nim : 1711130121  
Prodi : Ekonomi Syariah
2. N a m a : Nisi Permata Sari  
Nim : 1711130116  
Prodi : Ekonomi Syariah
3. N a m a : Isti Puspita Sari  
Nim : 1711130033  
Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Tugas Akhir : ANALISIS ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK, DAN USAHA PRODUK SELAI KOPI (BOGA FEEL).

Keterangan : JURNAL ILMIAH

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

Ditetapkan di : Bengkulu  
Pada Tanggal : 14 Oktober 2021  
Plt. Dekan  
  
Dr. Asnani, MA  
NIP. 197304121998032003

Tembusan :

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



**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.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

**LEMBAR BIMBINGAN**

Nama : Nisi Permata Sari  
NIM : 1711130116  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Tugas Akhir/Skripsi : Orientasi Pasar Produk Selai Kopi (BogaFeel)  
Menjadi Produk Unggulan  
Keterangan : Program Kreativitas Mahasiswa  
Pembimbing I : Dr. Fatimah Yunus, MA.

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1.	10/12/2021	Gunakan Pedoman FEBI Jumlah halaman Lampirkan dokumentasi kegiatan PKM- Kewirausahaannya	<i>[Signature]</i>
2.	28/01/2022	Perbaiki hasil yang dicapai pada Bab V	<i>[Signature]</i>
3.	31/1 - 2022	KB Strah Perbaik.	<i>[Signature]</i>
4.	7/2-2022	Ace	<i>[Signature]</i>

Mengetahui,

Ketua Jurusan

*[Signature]*

**Yenti Sumarni, M.M**

NIP.197904162007012020

Bengkulu, 7 Januari 2021

Pembimbing I

*[Signature]*

**Dr. Fatimah Yunus, MA**

NIP.196303192000032003



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.uinfatbengkulu.ac.id](http://www.uinfatbengkulu.ac.id)

LEMBAR BIMBINGAN

Nama : Nisi Permata Sari  
NIM : 1711130116  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Tugas Akhir/Skripsi : Orientasi Pasar Produk Selai Kopi (BogaFeel)  
Menjadi Produk Unggulan  
Keterangan : Program Kreativitas Mahasiswa  
Pembimbing II : Yenti Sumarni, M.M

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1.	Senin/06-12-2021	Penjelasan Orientasi Latar Belakang Jurnal Orientasi di print	Y
2.	Kamis/06-01-2022	Perbaikan BAB II tentang teori BAB IV menjelaskan hasil	Y
3.	Senin/10-01-2022	Sesuaikan rumusan masalah dengan tema	Y
4.	Rabu/12-01-2022	Jelaskan kegiatan sesuai tanggung jawab dalam kelompok	Y
5.	Jumat/14-01-2022	Uraikan kembali teori yang berkaitan dengan orientasi pasar	Y
6.	Senin/17-01-2022	Jelaskan hasil kegiatan	Y
7.	Rabu/19-01-2022	Apa yang didapatkan dalam kegiatan	Y
8.			

Mengetahui,  
Ketua Jurusan

Yenti Sumarni, M.M  
NIP.197904162007012020

Bengkulu, November 2021  
Pembimbing II

Yenti Sumarni, M.M  
NIP.197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon(0736)51276-51172-53879 Faksimili (0736)5117151172

**DAFTAR NILAI PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA (PKM)**

Nama/NIM/Prodi : Nisi Permata Sari/1711130116/Ekonomi Syariah  
Status Dalam Tim : Anggota  
Bidang Usaha : selai Kopi (BogaFeel)  
Lokasi : Jl.Raden Fatah.Prum pondok indah  
kel.Sukarami,kec.Selebar,kota Bengkulu  
Waktu : 4 ( Empat ) bulan, mulai September s.d Januari 2022  
Anggaran Biaya : Rp.2.409.400,00  
Nilai

No	Kriteria	Bobot (%)	Skor	Nilai (bobot x Skor)
1	Kreativitas: d. Gagasan e. Perumusan masalah f. Ketepatan usaha/program			
2	Metode pelaksanaan : c. Kesesuaian metode d. Kerjasama			
3	Manfaat bagi masyarakat: c. Kontribusi untuk masyarakat d. Potensi keberlanjutan (sustainability)			
4	Penjadwalan kegiatan Lengkap, jelas, dan waktunya sesuai			
5	Penyusunan anggaran biaya lengkap. Rinci, wajar dan jelas peruntukannya.			
6	Laporan kegiatan: d. Kelengkapan e. Bahasa f. Sistematika penulisannya			
TOTAL				

Bengkulu, 7 Februari 2022

Pembimbing I

Dr. Fatimah Yunus, MA  
NIP.196303192000032003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon(0736)51276-51172-53879 Faksimili (0736)5117151172

**DAFTAR NILAI PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA (PKM)**

Nama/NIM/Prodi : Nisi Permata Sari/1711130116/Ekonomi Syariah  
Status Dalam Tim : Anggota  
Bidang Usaha : selai Kopi (BogaFeel)  
Lokasi : Jl.Raden Fatah.Prum pondok indah  
kel.Sukarami,kec.Selebar.kota Bengkulu  
Waktu : 4 ( Empat ) bulan, mulai September s.d Januari 2022  
Anggaran Biaya : Rp.2.409.400,00  
Nilai

No	Kriteria	Bobot (%)	Skor	Nilai (bobot x Skor)
1	Kreativitas: a. Gagasan b. Perumusan masalah c. Ketepatan usaha/program			30
2	Metode pelaksanaan : a. Kesesuaian metode b. Kerjasama			20
3	Manfaat bagi masyarakat: a. Kontribusi untuk masyarakat b. Potensi keberlanjutan (sustainability)			15
4	Penjadwalan kegiatan Lengkap, jelas, dan waktunya sesuai			10
5	Penyusunan anggaran biaya lengkap. Rinci, wajar dan jelas peruntukannya.			5
6	Laporan kegiatan: a. Kelengkapan b. Bahasa c. Sistematika penulisannya			5
TOTAL				85

Bengkulu, 19 Januari 2022

Pembimbing II

Yenti Sumarni, M.M  
NIP.197904162007012020



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

Jalan Rinder Futah Pagur Dewa Bengkulu  
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

**BLANKO NILAI UJIAN KOMPREHENSIF**  
**KOMPONEN FAKULTAS FEBUPRODI**

NAMA MAHASISWA : NISI PERMATA SARI  
NIM : 1711130116  
JURUSAN/PRODI : EKONOMI SYARIAH

NO	ASPEK PENILAIAN	NILAI	KETERANGAN
1	Pemahaman terhadap materi yang diujikan	85	
2	Analisis terhadap materi yang diujikan	85	
3	Wawasan tentang materi yang diujikan	85	
	Jumlah	255	

Nilai yang tidak sesuai

Ketentuan :

1. Mahasiswa/i dinyatakan lulus jika mencapai nilai minimal 60
2. Keterangan nilai :
  - a. 80 - 100 = A
  - b. 70 - 79 = B
  - c. 60 - 69 = C

Bengkulu, 16 Desember 2021

Drs. M. Syakroni, M.Ag  
NIP. 195707061987031003

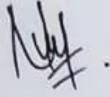
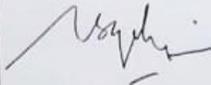


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagardewa Kota Bengkulu 38211  
Telpon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172  
website: [www.iainbengkulu.ac.id](http://www.iainbengkulu.ac.id)

DAFTAR HADIR UJIAN KOMPREHENSIF ONLINE  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN BENGKULU

HARI/TANGGAL : Kamis, 16 Desember 2021  
PRODI/SEMESTER : Ekonomi Syariah / 9

MAHASISWA	DOSEN PENGUJI
 <b>Nisi Permata Sari</b> NIM. 1711130116	 <b>Drs. M. Syakroni, M.Ag</b> NIP. 195707061987031003

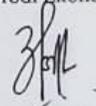
Catatan dari Penguji (Jika Ada):

---

---

---

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ekonomi Syariah



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



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

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimil (0736) 51171-51172  
Website [www.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME**

**Nomor: 0263/SKBP-FEBI/2/2022**

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

Nama : Nisi Permata Sari  
NIM : 1711130116  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Jenis Tugas Akhir : SKRIPSI /Program Kreativitas Mahasiswa  
Judul Tugas Akhir : **ANALISIS ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK,  
DAN USAHA PRODUK SELAI KOPI (BogaFeel)**

Dinyatakan lolos uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 18 %. 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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu  
Telepon(0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

### SURAT KETERANGAN

Dengan ini memberikan keterangan bahwa :

Nama : NISI PERMATA SARI

NIM : 1711130116

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah Memiliki Sertifikat **LENGKAP** Sesuai Dengan Persyaratan **SKPI** Sehingga Dapat Mengikuti Ujian Munaqosah.

Demikian surat keterangan ini dibuat, atas perkenannya diucapkan terimakasih.

Bengkulu, Februari 2022  
Ka. Prodi Ekonomi Syariah

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Herlina Yustati'.

Herlina Yustati, MA, EK  
NIP.19850522019032004



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

**DAFTAR HADIR SIDANG MUNAQASAH/SKRIPSI**

Hari/Tanggal : Jumat, 18 Februari 2022  
WAKTU : 13.30 - 14.30  
TEMPAT : R 1

I. MAHASISWA YANG MUNAQASAH

NAMA/NIM	PRODI	TANDA TANGAN
MSI Permata Sari	Ekonomi Syariah	

II.. TIM PENGUJI

NO	TIM PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Andang Sumarto, Ph.D	Ketua	1
2	Yanti Sumarni, M.M.	Sekretaris	2
3	Andang Sumarto, Ph.D	Penguji 1	3
4	Andi Harpepen, M.Kom	Penguji 2	4

Bengkulu, 18 Februari 2022

SIDANG TERBUKA MUNAQASAH/SKRIPSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

KETUA,

Andang Sumarto, Ph.D  
NIP

SEKRETARIS,

Yanti Sumarni, M.M  
NIP



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

DAFTAR NILAI PKM

Nama/NIM/Prodi : Misi Permata Jain / Ekonomi Syariah / 171130116  
Status Dalam Tim : Ketua/Anggota (coret yang tidak perlu)  
Bidang Usaha : Selain KAP  
Lokasi :  
Waktu :  
Anggaran Biaya : Rp. 2.400.400,-  
Luaran :  
Nilai :

No	Kriteria	Bobot	Skor	Nilai (Bobot x Skor)
1	Kreativitas: a. Gagasan b. Perumusan Masalah c. Ketepatan usaha/Program	30		
2	Metode Pelaksanaan: a. Kesesuaian Metode b. Kerjasama	20		
3	Manfaat bagi Masyarakat: a. Kontribusi untuk masyarakat b. Potensi berkelanjutan (Sustainability)	20		
4	Penjadwalan kegiatan Lengkap, jelas, dan waktunya sesuai	5		
5	Penyusunan Anggaran Biaya Lengkap, rinci, wajar dan jelas peruntukannya	5		
6	Laporan Kegiatan a. Kelengkapan b. Bahasa c. Sistematika Penulisan	20		
TOTAL		100		

Bengkulu, 18 Februari 2022  
Pembimbing/Penguji 1

  
Andang Sunarto, Ph.D  
NIP



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

**DAFTAR NILAI PKM**

Nama/NIM/Prodi : Misi Permata Juni / 191130116 / Ekonomi Syariah  
Status Dalam Tim : Ketua/Anggota (coret yang tidak perlu)  
Bidang Usaha : Solusi Keagamaan  
Lokasi : .....  
Waktu : .....  
Anggaran Biaya : Rp. 2.400.400,-  
Luaran : .....  
Nilai : .....

No	Kriteria	Bobot	Skor	Nilai (Bobot x Skor)
1	Kreativitas: a. Gagasan b. Perumusan Masalah c. Ketepatan usaha/Program	30		
2	Metode Pelaksanaan: a. Kesesuaian Metode b. Kerjasama	20		
3	Manfaat bagi Masyarakat: a. Kontribusi untuk masyarakat b. Potensi berkelanjutan (Sustainability)	20		
4	Penjadwalan kegiatan Lengkap, jelas, dan waktunya sesuai	5		
5	Penyusunan Anggaran Biaya Lengkap, rinci, wajar dan jelas peruntukannya	5		
6	Laporan Kegiatan a. Kelengkapan b. Bahasa c. Sistematika Penulisan	20		
TOTAL		100		

Bengkulu, 13 Februari 2022  
Rambimbing/Penguji

  
Andi Hargopen M.kom  
NIP



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

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

REKAP NILAI SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : Nisi Permatasari  
NIM : 17.111.30.116  
JURUSAN : Ekonomi Islam

PENILAIAN	Nilai	Keterangan
1. Pembimbing I (N1)	80	
2. Pembimbing II (N2)	85	
3. Penguji I (N3)	75	
4. Penguji II (N4)	75	
NILAI AKHIR (ANGKA)	78,75	
NILAI AKHIR (HURUF)		
LULUS/TIDAK LULUS*		

Keterangan

Nilai Akhir	Huruf	Bobot	RUMUS
80-100	A	4	Nilai Akhir = $\frac{N1+N2+N3+N4}{4}$
70-79	B	3	
60-69	C	2	
50-59	D	1	
0-49	E	0	

Nilai lulus Ujian Skripsi minimal = 60/C

Bengkulu, 18 Februari 2022  
Ketua Sidang

Andang Junarto, Ph.D  
NIP

\*Coret salah satu



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA UNTUK MENUNJANG KEGIATAN USAHA  
SERTIFIKAT PEMENUHAN KOMITMEN PRODUKSI PANGAN OLAHAN  
INDUSTRI RUMAH TANGGA (SPP-IRT)  
LAMPIRAN PB-UMKU: 101221003256700000001

1. No. Pendaftaran	: P-IRT-2071771010011-26
2. Nama IRTP	: SELAI KOPI BOGAFEEL
3. Nama Pemilik	: SHOLIKUL NIDOM
4. Alamat	: DESA MANGGUL
5. Provinsi	: BENGKULU
6. Kabupten/Kota	: KOTA BENGKULU
7. Jenis Pangan	: Gula, Kembang Gula/ permen dan coklat
8. Nama Produk Pangan	: Saus/Topping/Olesan Manis
9. Branding Produk	: Selai Kopi Bogafeel
10. Komposisi	: Kopi, Gula, Mentega, Tepung Terigu, Susu.
11. Kemasan Primer	: Plastik
12. Masa Berlaku Sertifikat	: 10-12-2026
13. Komitmen	:
a.	Mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan.
b.	Memenuhi persyaratan Cara Produksi Pangan yang Baik untuk Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT) atau hygiene sanitasi dan dokumentasi.
c.	Memenuhi ketentuan label dan iklan pangan olahan.

Akan dipenuhi dalam waktu 3 bulan

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.

**PERNYATAAN MANDIRI**  
**Kesediaan Memenuhi Kewajiban**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pelaku Usaha dengan identitas sebagai berikut:

Nama Pelaku Usaha : SHOLIKUL NIDOM  
Nomor Induk Berusaha (NIB): 1012210032567  
KBLI : 10734 - Industri Kembang Gula

Menyatakan:

1. Bersedia memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban Perizinan Berusaha berikut ini:
  - a. Persyaratan:
    1. -
  - b. Kewajiban:
    1. 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).
    2. Memiliki Akun Sistem Informasi Industri Nasional;
    3. Menyampaikan data industri yang akurat, lengkap, dan tepat waktu secara berkala yang disampaikan melalui Sistem Informasi Industri Nasional;
2. Bersedia mengikuti pembinaan yang dilakukan dalam rangka memenuhi ketentuan terkait pelaksanaan kegiatan usaha tersebut.
3. Bersedia menerima sanksi terhadap pelanggaran pemenuhan kewajiban tersebut.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan ataupun ketidakakuratan dalam pernyataan ini, maka Pelaku Usaha bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Bengkulu Selatan, 10  
Desember 2021  
ttd.  
(SHOLIKUL NIDOM)

Surat pernyataan ini tersimpan secara elektronik di dalam sistem OSS sebagai bagian tidak terpisahkan dari Perizinan Berusaha untuk Nomor Induk Berusaha yang dimaksud.

## SURAT PERNYATAAN USAHA MIKRO ATAU USAHA KECIL TERKAIT TATA RUANG

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pelaku Usaha : SHOLIKUL NIDOM  
Tempat, Tanggal Lahir : 30 Januari 1999  
No. Identitas (KTP/Paspor) : 3317043001990005  
No. Telepon : +6282175715640  
Email : sholikuln14@gmail.com  
Alamat : DESA MANGGUL, Kel. Manggul, Kec. Manna, Kab. Bengkulu Selatan, Provinsi Bengkulu  
Lokasi Usaha : JL. RADEN FATAH. PRUM. PONDOK INDAH., Kel. Sukarami, Kec. Selebar, Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu  
Kegiatan Usaha : 10734-Industri Kembang Gula

Dalam rangka pemeriksaan kesesuaian kegiatan pemanfaatan ruang untuk Perizinan Berusaha berbasis risiko, dengan ini menyatakan bahwa:

1. Kegiatan usaha dan lokasi usaha kami telah sesuai dengan rencana tata ruang; dan
2. Skala usaha kami adalah Usaha Mikro atau Usaha Kecil sesuai dengan jumlah isian total modal usaha yang tidak lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan ataupun ketidakakuratan dalam pernyataan ini, maka Pelaku Usaha bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Bengkulu Selatan, 10  
Desember 2021  
ttd.  
(SHOLIKUL NIDOM)

Surat pernyataan ini tersimpan secara elektronik di dalam sistem OSS sebagai bagian tidak terpisahkan dari Perizinan Berusaha untuk Nomor Induk Berusaha yang dimaksud.

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

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pelaku Usaha : SHOLIKUL NIDOM  
Nomor Induk Berusaha (NIB) : 1012210032567  
Nama Penanggung Jawab : SHOLIKUL NIDOM  
Jabatan :  
Alamat : DESA MANGGUL, Kel. Manggul, Kec. Manna, Kab. Bengkulu Selatan, Provinsi Bengkulu  
No. Telepon : +6282175715640

No	Kode KBLI	Bidang Usaha / Kegiatan	Lokasi Usaha
1	10734	Industri Kembang Gula	JL. RADEN FATAH. PRUM. PONDOK INDAH.

Menyatakan kesanggupan:

1. Mematuhi dan melaksanakan usaha dan/atau kegiatan pada lokasi yang sesuai dengan peruntukan rencana tata ruang;
2. Mematuhi dan melaksanakan usaha dan/atau kegiatan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup;
3. Mematuhi ketentuan persyaratan pemenuhan parameter baku mutu lingkungan sesuai dengan kegiatan yang dilakukan serta limbah yang dihasilkan;
4. Mematuhi ketentuan dan menyediakan fasilitas penyimpanan limbah sementara dan sampah domestik sesuai dengan kegiatan serta limbah dan sampah yang dihasilkan;
5. Mematuhi ketentuan dan menyediakan fasilitas pengelolaan limbah cair untuk usaha dan/atau kegiatan yang dilakukan sesuai dengan jumlah limbah yang dihasilkan dan jumlah tenaga kerjanya;
6. Bersedia untuk memenuhi pengaturan dan pengelolaan dampak usaha dan/atau kegiatan terhadap aspek transportasi;
7. Bersedia dilakukan pemeriksaan/pengawasan terhadap usaha dan/atau kegiatan yang dilakukan untuk memastikan pemenuhan persyaratan lingkungan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup;
8. Bersedia memproses persetujuan lingkungan dalam hal akan menyediakan sarana dan prasarana dengan menyusun dokumen lingkungan sesuai dengan kewajiban dalam peraturan yang mengatur daftar usaha dan/atau kegiatan wajib Amdal, UKL-UPL dan SPPL; dan
9. Bersedia dihentikan usaha dan/atau kegiatannya dan diproses hukum sesuai dengan peraturan perundang-undangan apabila melanggar atau tidak memenuhi ketentuan persyaratan yang telah ditetapkan sebagaimana butir 1 sampai 8.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan ataupun ketidakakuratan dalam pernyataan ini, maka Pelaku Usaha bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Bengkulu Selatan, 10  
Desember 2021  
ttd.  
(SHOLIKUL NIDOM)

Surat pernyataan ini tersimpan secara elektronik di dalam sistem OSS sebagai bagian tidak terpisahkan dari Perizinan Berusaha untuk Nomor Induk Berusaha yang dimaksud.

Selai Kopi



netto :  
200 g

**SUSU**  
100 % kopi asli

**KOPI ASLI BENGKULU**

P-IRT NO.  
Kode produksi

Exp. 120522

Komposisi :  
Kopi, susu, gula,  
mentega, tepung terigu  
Alamat produksi :  
Jl. Raden Fatah, Prum, pondok  
indah, Selebar, Bengkulu

Selai Kopi



netto :  
200 g

**AREN**  
100 % kopi asli

**KOPI ASLI BENGKULU**

P-IRT NO.  
Kode produksi

Exp. 120522

Komposisi :  
Kopi, susu, mentega,  
tepung terigu, gula aren  
Alamat produksi :  
Jl. Raden Fatah, Prum, pondok  
indah, Selebar, Bengkulu

Selai Kopi



netto :  
200 g

**ORIGINAL**  
100 % kopi asli

**KOPI ASLI BENGKULU**

P-IRT NO.  
Kode produksi

Exp. 120522

Komposisi :  
Kopi, susu, gula, mentega  
Alamat produksi :  
Jl. Raden Fatah, Prum, pondok indah,  
Selebar, Bengkulu



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



## Sertifikat

### PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN

**NOMOR : 1386/1771/20**

Diberikan kepada :

Nama : **SHOLIKUL NIDOM**  
Jabatan : **Pemilik**  
Alamat : **DESA MANGGUL MANNA KABUPATEN BENGKULU SELATAN.**

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

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

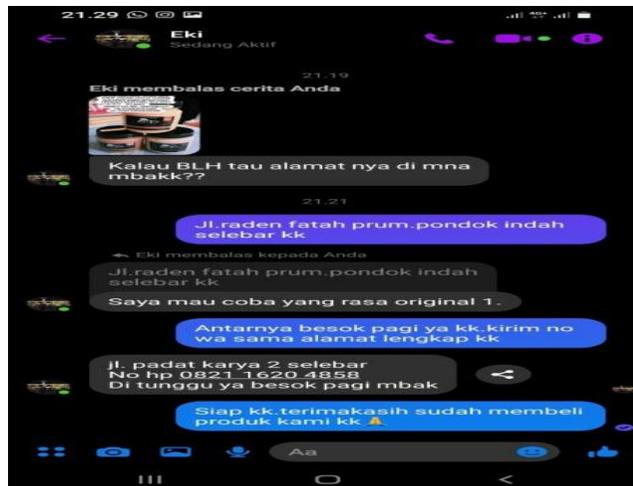


Bengkulu, 06 November 2020  
KEPALA DINAS KESEHATAN  
KOTA BENGKULU

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









# ANALISIS ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK, DAN USAHA PRODUK SELAI KOPI (BogaFeel)

*by* Nisi Permatasari, Dkk

---

**Submission date:** 10-Feb-2022 11:42AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1759044421

**File name:** 1711130116\_Nisi\_Permata\_Sari\_Ekonomi\_Syariah\_1.docx (783.27K)

**Word count:** 11097

**Character count:** 69976

# ANALISIS ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK, DAN USAHA PRODUK SELAI KOPI (BogaFeel)

## ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[repository.iainbengkulu.ac.id](https://repository.iainbengkulu.ac.id)

Internet Source

4%

2

Submitted to IAIN Bengkulu

Student Paper

2%

3

[ereport.ipb.ac.id](https://ereport.ipb.ac.id)

Internet Source

1%

4

[inobis.org](https://inobis.org)

Internet Source

1%

5

[repository.ub.ac.id](https://repository.ub.ac.id)

Internet Source

1%

6

[es.scribd.com](https://es.scribd.com)

Internet Source

1%

7

[repository.radenintan.ac.id](https://repository.radenintan.ac.id)

Internet Source

<1%

8

[elibrary.almaata.ac.id](https://elibrary.almaata.ac.id)

Internet Source

<1%

9

[jimutuntad.com](https://jimutuntad.com)

Internet Source

<1%

10	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1 %
11	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
12	123dok.com Internet Source	<1 %
13	media.neliti.com Internet Source	<1 %
14	core.ac.uk Internet Source	<1 %
15	Rahayu Permana. "Topi Bambu Tangerang (Kearifan Lokal Berbasis Ekonomi Kreatif)", Tsaqofah, 2019 Publication	<1 %
16	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
17	id.123dok.com Internet Source	<1 %
18	sispacunikalpbsi.blogspot.com Internet Source	<1 %
19	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
20	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
21	docplayer.info Internet Source	<1 %

		<1 %
22	<a href="http://jurnal.pancabudi.ac.id">jurnal.pancabudi.ac.id</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
24	Elvan Yuniarti, Ambran Hartono, Adelia Citra Hasanah. "Design and Build Automatic Measuring Equipment using Mini Water Pump based on Android Control", 2021 9th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM), 2021 Publication	<1 %
25	Submitted to IAIN Kudus Student Paper	<1 %
26	Submitted to Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Student Paper	<1 %
27	<a href="http://adoc.pub">adoc.pub</a> Internet Source	<1 %
28	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1 %
29	<a href="http://repository.atmaluhur.ac.id">repository.atmaluhur.ac.id</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://www.matabaraja.com">www.matabaraja.com</a> Internet Source	<1 %

31	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
32	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	<1 %
33	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1 %
34	repository.wima.ac.id Internet Source	<1 %
35	republika.co.id Internet Source	<1 %
36	Nurhayati Nurhayati, Asmawati Asmawati, Syirril Ihromi, Marianah Marianah, Adi Saputrayadi. "PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI APLIKASI TEKNOLOGI PENGOLAHAN DODOL NANGKA DAN SUSU BIJI NANGKA DI KABUPATEN LOMBOK BARAT", SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 2020 Publication	<1 %
37	borobudur-training.com Internet Source	<1 %
38	inandriani.blogspot.com Internet Source	<1 %
39	kimiadisekitarkita.blogspot.com Internet Source	<1 %

40	<a href="https://repository.uib.ac.id">repository.uib.ac.id</a> Internet Source	<1 %
41	<a href="https://widuri.raharja.info">widuri.raharja.info</a> Internet Source	<1 %
42	<a href="https://www.legalitascepat.id">www.legalitascepat.id</a> Internet Source	<1 %
43	Submitted to Bellevue Public School Student Paper	<1 %
44	<a href="https://destavantyca-chemistry2013.blogspot.com">destavantyca-chemistry2013.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
45	<a href="https://it.maranatha.edu">it.maranatha.edu</a> Internet Source	<1 %
46	<a href="https://cheapoakleysunglasses.com.co">cheapoakleysunglasses.com.co</a> Internet Source	<1 %
47	<a href="https://digilib.iain-palangkaraya.ac.id">digilib.iain-palangkaraya.ac.id</a> Internet Source	<1 %
48	<a href="https://iccri.net">iccri.net</a> Internet Source	<1 %
49	<a href="https://kkn.unram.ac.id">kkn.unram.ac.id</a> Internet Source	<1 %
50	<a href="https://muhammadbayuanggara.wordpress.com">muhammadbayuanggara.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
51	<a href="https://perizinan.kotabogor.go.id">perizinan.kotabogor.go.id</a> Internet Source	<1 %
52	Submitted to Lee County High School Student Paper	<1 %

53	<a href="https://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	<1 %
54	<a href="http://www.me.polban.ac.id">www.me.polban.ac.id</a> Internet Source	<1 %
55	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
56	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
57	<a href="http://etheses.iainponorogo.ac.id">etheses.iainponorogo.ac.id</a> Internet Source	<1 %
58	<a href="http://letihjadikaryawan.wordpress.com">letihjadikaryawan.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
59	<a href="http://sumberdaya.web.id">sumberdaya.web.id</a> Internet Source	<1 %
60	<a href="http://vennababysoraya.wordpress.com">vennababysoraya.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
61	<a href="http://www.jurnalekonomi.unisla.ac.id">www.jurnalekonomi.unisla.ac.id</a> Internet Source	<1 %
62	<a href="http://www.maxmanroe.com">www.maxmanroe.com</a> Internet Source	<1 %
63	Santi Riana Dewi, Andari Andari, Martina Rahmawati Masitoh, Santi Octaviani. "Financial Book Keeping, And Online Marketing Training For Micro, Small And Medium Enterprises", KAIBON ABHINAYA : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT, 2021 Publication	<1 %

---

64

[johannessimatupang.wordpress.com](http://johannessimatupang.wordpress.com)

Internet Source

<1 %

---

65

[muslimnotebook.blogspot.com](http://muslimnotebook.blogspot.com)

Internet Source

<1 %

---

66

[thefourmanagement.blogspot.com](http://thefourmanagement.blogspot.com)

Internet Source

<1 %

---

Exclude quotes  On

Exclude matches  Off

Exclude bibliography  On