

**UPAYA PEMASARAN KERIPIK POHON PISANG
DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN**



SKRIPSI

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

OLEH:

DESI PUSTIKA
NIM. 1711170012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN HAJI DAN UMROH
JURUSAN MANAJEMEN SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI FATMAWATI SOEKARNO BENGKULU
TAHUN 2022 M/1443 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Desi Pustika, NIM 1711170012 dengan judul "Upaya pemasaran keripik Pohon Pisang Dalam Meningkatkan Minat Konsumen" Program Studi Manajemen Haji dan Umroh Jurusan Manajemen Syariah, telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sockarno Bengkulu.

Bengkulu, 24 februari 2022 M

23 Rajab, 1443 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Fatimah Yunus, MA


Khairiah Elwardah, M.Ag

NIP.196303192000032003

NIP.197808072005012008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
(UINFAS) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

HALAMAN PENGESAHAN

Skrripsi yang berjudul **“Upaya Pemasaran Kripik Pohon Pisang dalam Meningkatkan Minat Konsumen”** oleh Desi Pustika NIM.1711170012, Program Studi Manajemen Haji dan Umrah Jurusan Manajemen Syariah, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : **Senin**

Tanggal : **31 Januari 2022 M / 28 Jumadil Akhir 1443 H**

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Manajemen Haji dan Umrah, dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Bengkulu, **8 Februari 2022 M**

7 Rajab 1443 H

BENGKULU

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Eka Sri Wahyuni, MM

NIP. 197705092008012014

Penguji I

Eka Sri Wahyuni, MM

NIP. 197705092008012014

Sekretaris

Khairiah Elwardah, M.Ag

NIP. 197808072005012008

Penguji II

Nonie Afrianty, ME

NIP. 199304242018012002

Mengetahui,

Dekan



Dr. H. Supardi, M. Ag

NIP. 196504101993031007

MOTTO

- Berjalanlah,ambil sisa tawamu yang tertinggal di masa lalu. Semua orang berhak bahagia, termasuk kamu.
- Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar. (Q.S Al-anfaal ayat 46).

PERSEMBAHAN

Puji, Syukur atas kehadiran Allah Swt yang telah memberikan kesempatan yang tak terbatas, Sholawat dan salam tak lupa kita haturkan kepada Habibana Rasulullah Saw, dengan syukur yang mendalam dengan telah diselesaikan skripsi ini penulis mempersembahkan nya kepada:

1. Untuk kedua orang tuaku, ayahku tercinta, Junaidi dan ibuku tercinta Linarni yang selalu mendoakan dan selalu mendukung dan telah memberikan kasih sayang dan cinta yang tulus tak terbatas.
2. Adiku (Hongki Potoro) yang tersayang, tercinta yang selalu memberikan dukungan dan semangat supaya bisa menyelesaikan Skripsi ini.
3. Untuk Keluarga ku tercinta yang selalu memerikan inspirasi dan Motivasi untuk selalu menjadi lebih baik.
4. Pembimbingku ibu Dr. Fatimah Yunus, Ma dan ibu kharriah, Elwardah, M.Ag. terimakasih yang sebesar-besarnya atas kesabaran serta waktu untuk membimbing sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk sahabat awal mula kuliah dan sampai selesai menyelesaikan skripsi ini, Uci pupianti, suriski, dewi ayu lestari, aido saputra, dinda duwi Armenia adc aswatul hasana dan Helen lorenza yang tela mensupport ku tiada henti.
6. Partner Tugas akhirku Doni ardiansya yang selalu memberi semangat, arahan dan tawa dalam proses pembuatan Skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan (Kaum hawa) Lovi Sepiri mayang sari, Nilawati, Eka wahyuni terimakasih selalu memberikan support serta semangat yang tiada henti.
8. Rekan-rekan seperjuangan Manajemen haji dan umroh angkatan 2017.

9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengejar dan membimbing serta memberikan ilmunya dengan penuh keikhlasan.

10. Almamater UINFAS Bengkulu, Khusus Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

11. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini dan tidak dapat ku sebutkan satu persatu.

Terimalah ini sebagai bukti kasihku telah yang memebrikan doa, dorongan, semangat, motivasi, pengorbanan dan kesabaran dalam setiap jalanku selama menempuh pendidikan ini.



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Desi Pustika

NIM : 1711170012

Jurusan/ Program Studi : Manajemen haji dan umroh/
Manajemen Syariah

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Upaya pemasaran keripik Pohon Pisang Dalam Meningkatkan Minat Konsumen ”adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UIN 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 hari terdapat penyimpanan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 24 februari 2022 M

23 Rajab 1443 H

yang menyatakan



DESI PUSTIKA

1711170012

ABSTRAK

UPAYA PEMASARAN KERIPIK POHON PISANG DALAM MNINGKATKAN MINAT KONSUMEN

(Studi di jln. Raden Fattah No.40 RT.12 RW.02 kel. Pagar Dewa
kec. Selebar)

Oleh Desi Pustika, NIM 1711170012.

Pohon Pisang adalah barang pertanian yang banyak ditemukan di Bengkulu Kecamatan Enggano, Kabupaten Bengkulu Utara, Provinsi Bengkulu. buah pisang yang dihasilkan petani Pulau Enggano selama ini dijual dalam bentuk bahan mentah ke pasar atau keripik perajin pisang di luar desa. beradaptasiun limbah dari pohon pisang yaitu pohon pisang yang memiliki potensi ekonomi untuk dikembangkan belum optimal oleh warga. Pemanfaatan limbah usahatani pisang dengan Membuat keripik pohon pisang Belum pernah dilakukan oleh warga. Skripsi ini disusun untuk mengetahui bagaimana proses pemasaran keripik pohon pisang metode pemasaran berdasar sosial media Instagram. Metode yang dilakukan adalah survei, observasi dan pelatihan. Hasil inisiasi dari program ini pada awalnya masyarakat belum tahu cara yang mudah dan murah untuk tingkatkan ke pasar selain cara konvensional menjualnya ke pasar atau pedagang terdekat. Melalui akun instagram @Kripo_p_keripik_pohon-pisang produk keripik pohon pisang dapat dikenal tidak hanya oleh konsumen di sekitar namun oleh siapa saja yang bisa mengaksesnya sehingga sebuah akses pasar produk dapat meningkat. selain itu juga dilakukan peningkatan efisiensi produksi pisang dengan perbaikan cara produksi jadi diharapkan menurunkan harga produk dan membuat kompetitif di pasar. Dengan adanya usaha keripik pohon pisangdi harapkan dapat menamba minat orang untuk berwirausaha. Karena penggemar cemilan begitu banyak, maka hal ini bisa menjadi peluang bisnis yang baik.

Kata Kunci: Pemasaran , Keripik ,Pohon Pisang.

ABSTRACT

MARKETING EFFORT OF BANANA TREE CHIPS TO INCREASE CONSUMER INTEREST

(Study at Jln. Raden Fattah No.40 RT.12 RW.02 kel. Pagar Dewa
kec. Selebar)

By Desi Pustika, NIM 1711170012.

Banana trees are agricultural goods that are mostly found in Bengkulu, Enggano District, North Bengkulu Regency, Bengkulu Province. So far, the bananas produced by the farmers of Enggano Island are sold in the form of raw materials to the market or chips by banana craftsmen outside the village. adaptation of waste from banana trees, namely banana trees which have economic potential to be developed has not been optimal by residents. Utilization of banana farming waste by making banana tree chips has never been done by residents. This thesis was compiled to find out how the marketing process for banana tree chips is an marketing method based on Instagram social media. The methods used are survey, observation and training. The results of the initiation of this program at first the people did not know an easy and cheap way to increase it to the market other than the conventional way of selling it to the nearest market or trader. Through the Instagram account @Kripop_keripi_k_tree-pisang, banana tree chip products can be recognized not only by local consumers but by anyone who can access them so that product market access can be increased. Besides that, banana production efficiency was also carried out by improving production methods so it is expected to reduce product prices and make them competitive in the market. With the banana tree chips business, it is hoped that it will increase people's interest in entrepreneurship. Because there are so many fans of snacks, this can be a good business opportunity.

Keywords: Marketing, Chips, Banana Tree.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan laporan akhir Program Kreativitas Mahasiswa yang berjudul **“Upaya Pemasaran Keripik Pohon Pisang Dalam Meningkatkan Minat Konsumen”**. Shalawat dan salam tak lupa dipanjatkan untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju ke alam yang terang benerang yang dirasakan saat ini.

Laporan ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu. Laporan ini juga disusun untuk meningkatkan dan mengembangkan wawasan dalam teknik berwirausaha dengan baik, Karena seiring dengan perkembangan zaman saat ini seorang wirausaha dituntut untuk bisa bersaing dan menjalankan usaha baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang.

Dalam proses penyusunan Laporan ini penulis menjumpai hambatan namun berkat dukungan dari semua pihak penulis dapat menyelesaikan laporan dengan cukup baik. Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan laporan ini tidak lepas dari bantuan semua

pihak yang telah mendukung, memberi saran, dan nasihat yang bersifat membangun demi kelancaran usaha ini. Oleh karena itu melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

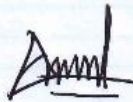
Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin iziinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain, M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UNIFAS) Bngkulu.
2. Dr. Supardi, MA selaku Dekan niversitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UNIFAS) Bngkulu
3. Dr. Fatimah Yunus, MA selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan bimbingan pada penulis tugas akhir ini.
4. Khairiah Elwardah, M. Ag selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan motivasi semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Kedua orang tua penulis yang selalu mendoakan 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 keiklasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan bisnis islam Institut Agama islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.

8. Semua rekan-rekan seperjuangan yang selalu ada dan telah memotivasi penulis dalam penulisan tugas akhir ini

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepan

Bengkulu, Agustus, 2022M
Jumadil Akhir 1443 H



DESI PUSTIKA
NIM.1711170012

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN..... | iv |
| MOTO..... | v |
| PERSEMBAHAN..... | vi |
| ABSTRAK..... | viii |
| <i>ABSTRACT</i> | x |
| KATA PENGANTAR..... | xi |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvi |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------|---|
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 6 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| E. Luaran yang diharapkan..... | 8 |
| F. Sistematika Penulisan..... | 8 |

BAB II KAJIAN TEORI

| | |
|--|----|
| A. Pengertian Pemasaran..... | 10 |
| B. Manajemen Pemasaran..... | 11 |
| C. Pemasaran keripik Pohon Pisang..... | 15 |
| D. Cara Meningkatkan Minat Konsumen..... | 19 |
| E. Inovasi Produk..... | |
| F. Promosi (Promosi Penjualan)..... | 25 |
| G. Bauran pemasaran..... | 31 |

BAB III METODE PELAKSANAAN

| | |
|------------------------------------|----|
| A. Metode Penelitian..... | 41 |
| B. Lokasi Program..... | 41 |
| C. Pangsa Pasar..... | 42 |
| D. Analisis Kelayakan Program..... | 43 |
| E. Jadwal Kegiatan Pemasaran..... | 44 |

BAB IV ANGGARAN BIAYA JADWAL KEGIATAN

| | |
|-------------------------|----|
| A. Anggaran Biaya..... | 47 |
| B. Jadwal Kegiatan..... | 50 |

BAB V HASIL YANG DICAPAI

| | |
|---|----|
| A. Hasil yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program..... | 52 |
| B. Potensi Keberlanjutan di Lingkungan | 56 |

BAB VI PENUTUP

| | |
|--------------------|----|
| a. Evaluasi..... | 60 |
| b. Kesimpulan..... | 60 |
| c. Saran..... | 61 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Daftar data pertumbuhan pohon pisang di provinsi Bengkulu.....

TABEL 1.2 Grafik pertumbuhan menurut pohon pisang di provinsi Bengkulu.....

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keterangan Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 2 : Sertifikat Penyuluh Keamanan Pangan
- Lampiran 3 : Nomor induk berusaha
- Lampiran 4 : Surat keterangan izin usaha
- Lampiran 5 : Sertifikat perizinan industry rumah tangga
- Lampiran 6 : Surat izin operasional
- Lampiran 7 : Lembar bimbingan laporan TA pembimbing 1
- Lampiran 8 : Lembar bimbingan TA pembimbing 11
- Lampiran 9 : Lembar saran Penguji
- Lampiran 10 : Lembar Persetujuan
- Lampiran 11 : Curriculum vitae
- Lampiran 12 : Dokumentasi

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Proses penebangan pohon pisang

GAMBAR 1.2 Proses pengirisan pohon pisang

GAMBAR 1.3 Proses perendaman pohon pisang

GAMBAR 1.4 Proses pengorengan kripik pohon pisang

GAMBAR 1.5 Foto kemasan kripik pohon pisang

GAMBAR 1.6 Kegiatan proses pemasaran secara online

GAMBAR 1.7 Proses Pemasaran kripik pohon pisang secara virtual

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Program kreativitas mahasiswa dikembangkan untuk menciptakan keterampilan berwirausaha dan berorientasi pada profit, umumnya didahului oleh survey pemasaran melalui media sosial, karena relevansinya yang tinggi terhadap terbukanya peluang perolehan profit bagi mahasiswa. Perlu ditegaskan disini bahwa penciptaan keterampilan berusaha yang dimaksud adalah untuk mahasiswa pengusul PKMK, begitu juga pelaku aktivitas usaha/bisnis yang didanai dalam PKMK adalah kelompok mahasiswa pengusul PKMK. Kelompok mahasiswa pengusul sebagai wirausahawan baru bisa menjalin kerjasama dengan kelompok masyarakat produktif, namun dana PKMK tidak dimaksudkan untuk membantu peningkatan ekonomi kelompok masyarakat tertentu. Dalam PKMK sama sekali tidak diizinkan dilakukannya penelitian/percobaan untuk mencari temuan.¹

Warga Pulau Enggano Kabupaten Bengkulu Utara Provinsi Bengkulu, kini menjadi sala satu daerah penghasil pisang terbesar Di Bengkulu. Selain dapat dimanfaatkan

¹https://www.academia.edu/23600693/Panduan_Pengelolaan_Program_Hibah. Diakses pada tanggal 20 maret 2021, DP2M_Ditjen_Dikti_Edisi_VII_Bab_IV_PROGRAM_PENGABDIAN KEPAD A_MASYARAKAT.

secara peribadi, tanaman pohon pisang ini juga mampu menambah penghasilan warga. Marwan (52) , warga pulau engano mengakui bahwa pengembangan potensi pohon pisang ini sudah mulai digeluti oleh warga setempat sejak tahun 2010. Warga Pulau Enggano mengembangkan tanaman pohon pisang terus dilakukan hingga saat ini. Menurut Marwan, “Budaya tanaman ini menjanjikan pendapatan tinggi”. Sejak setahun ini masyarakat di Enggano beralih menanam pisang karena hasil panennya menjanjikan dan pemasaran tidak ada hambatan, karena pembeli dari Bengkulu datang sendiri ke pulau Enggano. Lancarnya transportasi laut Bengkulu-Enggano juga mendukung penjualan. Terdapat kapal yang menghubungkan kedua wilayah dua kali dalam satu minggu sehingga tidak mempersulitkan pengeksporan pisang ke Bengkulu. Warga Pulau Enggano mengembangkan tanaman pohon pisang terus dilakukan hingga saat ini.²

Selain itu pisang tidak hanya bisa dimanfaatkan buahnya saja namun ada berbagai jenis. Bagian dari Pohon Pisang kerap dimanfaatkan adalah buah juga daunnya. Namun bagian Pohon Pisang jarang dimanfaatkan sebagai bahan makanan. Tanpa disadari nyatanya pohon pisang dapat dijadikan keripik. Keripik Pohon Pisang merupakan jenis

²<https://www.beritasatu.com/nasional/222877/enggano-penghasil-pisang-kepok-terbesar-di-bengkulu>, Diakses pada tanggal 23 maret 2021.

keripik yang sangat unik dan jarang ditemukan. Pohon Pisang mempunyai kandungan vitamin C yang tinggi, sehingga sangat cocok untuk dijadikan olahan keripik. Produk Keripik Pohon Pisang memang cukup mendapatkan antusias masyarakat yang sangat tinggi. Sehingga tak heran jika Keripik Pohon Pisang mulai meroket dipasaran. Rasa Keripik Pohon Pisang yang bertekstur renyah dan gurih, bewarna kekuning-kuningan dan memiliki khas rasa masin. Keunikannya berbeda dengan lainnya membuat bisnis keripik ini turut diperhitungkan.³ Peluang bisnis Keripik Pohon Pisang menjadi salah satu peluang bisnis yang menguntungkan dan dimodifikasi sedemikian rupa. Keripik Pohon Pisang ini juga mendapat tempat di hati masyarakat dan memiliki prospek yang cerah dengan kesempatan yang sangat luas. Usaha olahan pohon Pisang ini memang masih jarang di jalankan oleh masyarakat. Sehingga pemasarannya masih besar untuk mendapatkan keuntungan dalam jumlah besar peminat Keripik Pohon Pisang tidak hanya datang dalam negeri namun di luar negeri sangat luas sehingga kedepannya bisnis Keripik Pohon Pisang akan terus cemerlang dan tidak habis di sepanjang masa.

Riset keripik pohon pisang diawali dari upayaantisipasi krisis pangan akibat cuaca ekstrem dan pemanasan

³<http://www.pengusahasukses.com/peluang-bisnis-keripik-adebog-dan-analisa-usahanya>, Diakses pada tanggal 23 maret 2021.

global yang melanda dunia termasuk Indonesia. Penelitian tentang keripik pohon pisang sejak 2020 untuk memenuhi ketersediaan pangan yang cukup dan merata di seluruh wilayah dalam rangka mewujudkan ketahanan pangan nasional, sudah saatnya beralih penganekaragaman konsumsi pangan berbasis sumber daya lokal diantaranya pohon pisang. Indonesia memiliki kelebihan dari potensi pohon pisang mengandung nilai gizi. Menurut ahli gizi, pohon pisang mengandung berbagai nutrisi seperti tanin, gula, dan neropinefrin, pohon pisang juga bisa dipercaya melancarkan buang air kecil dan membersihkan saluran ginjal. Ada 5 manfaat luar biasa dari pohon pisang bagi kesehatan pertama mencegah batu ginjal, kedua mengontrol keasaman, ketiga mengobati diabetes, keempat membantu menyehatkan sistem pencernaan, kelima menyembuhkan anemia.⁴ Selain itu keripik pohon pisang dibuat dari pohon pisang yang dikupas dan diambil dalamnya dipotong-potong menjadi berbentuk taro, kemudian difermentasi dahulu direndam menggunakan air kapur dan dicuci dengan air mengalir setelah itu ditiriskan, kemudian dikasih tepung. Modifikasi produk keripik pohon pisang ini bisa dimanfaatkan menjadi keripik yang mana olahan dari pohon pisang ini tekstur maupun rasa dari keripiknya lebih enak dan renyah dan hilang dari rasa

⁴<http://www.tribunnews.com/kesehatan/2019/03/31/biasa-diabaikan-batang-pohon-pisang-memiliki-5-manfaat-kesehatan-bisa-obati-diabetes>. Diakses pada tanggal 28 maret 2021.

pohon pisang. Keripik dengan salah satu bahannya pohon pisang ini menarik para konsumen disegala usia. Mulai anak-anak hingga dewasa, kebanyakan dari mereka menyukai keripik ini dikarenakan rasanya yang enak dan krispy nilai tambahnya yaitu bahan dari pohon pisang yang membuat keripik ini lebih menarik dan legit sehingga membuat penikmatnya merasa kecanduan untuk mengkonsumsinya. Keripik pohon pisang adalah olahan yang sangat diminati masyarakat sebagaimana digambarkan dalam bentuk tabel dan grafik sebagai berikut.

**Daftar Data Pertumbuhan Pohon Pisang di Provinsi
Bengkulu⁵**

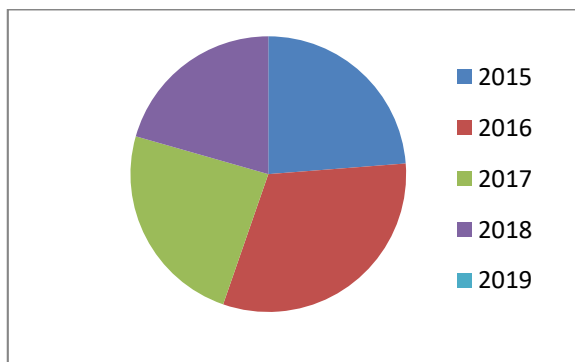
Tabel 1.1

| | Tahun | Pertumbuhan |
|----------|-------|-------------|
| Bengkulu | 2015 | 23,966 % |
| | 2016 | 31,809 % |
| | 2017 | 24,313 % |
| | 2018 | 20,744 % |
| | 2019 | 7,09 % |

⁵<https://www.pertanian.go.id/home/index.php?show=repo&fileNum=29>
6. Diakses pada tanggal 17 Mei 2021.

Grafik Pertumbuhan Menurun Pohon Pisang di Provinsi Bengkulu

Tabel 1. 2



B. Perumusan Masalah

Bagaimana upaya pemasaran kripik pohon pisang
Dalam meningkatkan minat konsumen?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tentang proses pemasaran dan cara mempromosikan kripik pohon pisang agar konsumen tetap tertarik.
2. Untuk membantu pengusaha UMKM atau pengusaha kecil bahwa pohon pisang juga dapat di gunakan sebagai makanan ringan.
3. Untuk memperbanyak minat dan meningkatkan daya tarik konsumen untuk membelinya.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Memberikan informasi kepada mahasiswa mengenai pemanfaatan pohon pisang bahwa pohon pisang bisa memiliki nilai jual yang lebih baik yakni dengan mengelolah pohon pisang menjadi suatu produk bahan pangan.

2. Bagi Masyarakat

- a. Meningkatkan ketahanan pangan masyarakat Bengkulu yang mana merupakan diversifikasi produk berbasis potensi lokal, akan mengurangi ketergantungan akan bahan pangan impor seperti keripik.
- b. Terciptanya kreativitas mahasiswa dan masyarakat dalam bereksperimen untuk menciptakan inovasi yang bermanfaat dan tepat guna.
- c. Terciptanya peluang usaha kecil masyarakat yang bergerak disektor ekonomi.

3. Bagi Peneliti

Dapat memperoleh wawasan, pengetahuan serta pengalaman langsung bagaimana cara membuat Keripik Pohon Pisang dengan bahan utama Pohon Pisang.

E. Luaran yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan didalam pelaksanaan program kreativitas ini adalah:

1. Terwujudnya suatu lahan bisnis baru yang menguntungkan berupa pohon pisang yang kreatif dan inovatif.
2. Terciptanya produk keripik pohon pisang yang memiliki kandungan nutrisi tinggi.
3. Terjalinnnya hubungan kemitraan dengan petani Pohon Pisang sehingga panen dari petani langsung terdistribusi tanpa melalui pasaran dahulu.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam mengikuti seluruh uraian dan pembahasan atas skripsi ini, dengan sistematika sebagai berikut ini :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang Latar Belakang Penelitian, rumusan Masalah, Tujuan Program, Manfaat Program, Luaran Yang Diharapkan serta sistematika Penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan Kerja Teori tentang Produksi dan Analisis Produk.

BAB III : METODE PELAKANAAN

Dalam bab ini menguraikan dimana Lokasi Penelitian dilaksanakan, apa saja Bahan dan Alat yang di perlukan untuk produksi, Proses Produksi, Anggaran Biaya, dan Jadwal Kegiatan.

BAB IV : HASIL YANG DICAPAI

Dalam bab ini berisi tentang bagaimana cara mendapatkan Serta Industri Rumah Tangga (PRT), Potensi Keberlanjutan Program, dan Evaluasi.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan Kesimpulan dan saran atas penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan penting dalam perusahaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat melalui suatu produk yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi konsumen, selain itu pemasaran ditujukan untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Kotler dan Keller⁶ Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran bertujuan untuk mencapai sasaran dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan berbagai cara yaitu dengan merancang produk, menentukan harga, melakukan promosi, membangun

⁶Philip, Kotler and Kevin Lane Keller.. *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc. Bandung:Indonesia publishing House. Desember 2016. h. 27*

hubungan dengan pelanggan, memberikan kepuasan bagi konsumen dan mendapatkan keuntungan untuk organisasi.

B. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam perusahaan. Diantaranya, merencanakan suatu produk baru dan memilih pangsa pasar yang sesuai serta memperkenalkan produk baru kepada masyarakat luas. Pengertian manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller⁷ Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Sedangkan Menurut Djaslim Saladim⁸ manajemen Pemasaran sebagai suatu analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

⁷Philip, Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran*, (Erlangga, Jakarta) , januari 2011, h 27.

⁸Djaslim Saladim., *Manajemen Pemasaran Sebagai Suatu Analisis, 2016* . hlm 13.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen pemasaran merupakan ilmu yang dapat diaplikasikan dalam suatu organisasi atau perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melalui proses merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program yang melibatkan konsep pemasaran.

C. pemasaran keripik pohon pisang

pemasaran yang bisa dilaksanakan ketika mengelola usaha keripik pisang adalah sebagai berikut:

1. Tentukan Dimana Kita Akan Menjualnya

Hal ini tentu akan berdasar pada siapa target market dari usaha yang dijalankan. Jika lokal, maka bisa menjualnya secara offline di tempat atau lokasi tertentu. Jika target marketnya adalah wisatawan, maka bisa menjual secara online juga menjualnya di tempat atau pusat oleh-oleh. Sebetulnya, jual *online* maupun *offline* bisa menyesuaikan dengan kebutuhan dan analisis pasar. Perbedaannya adalah pada media pemasarannya saja. Keduanya bisa kita pilih, tinggal memaksimalkannya saja.

2. Munculkan Keunikan Produk

Jika ingin menarik perhatian, maka harus mempunyai *value* atau keunikan hingga orang akhirnya mau mencoba. Misal, dari *packaging* yang unik ataupun berbagai varian rasa dari keripik pisang tersebut.

3. Promo Secara *Offline*

Jika membuka usaha keripik pisang ini dengan mengandalkan *offline*, maka buatlah media promosi yang bisa mencuri perhatian banyak orang. Bisa baliho, banner dan lain sebagainya. Bisa juga di awal pembukaan tempat usaha tersebut, di moment-monet khusus, ataupun untuk pembelian dalam jumlah banyak, kita bisa memberi harga spesial atau diskon.

4. Promo Secara *Online*

membuat akun media sosial khusus untuk usaha keripik pisang yang dijalankan. Dengan demikian, bisa menjangkau calon konsumen lebih luas lagi. Dengan penggunaan medsos pula, info produk dan bisnis yang dijalankan bisa lebih komunikatif. Bahkan, jika ingin menjangkau pasar yang lebih luas, kita bisa menggunakan *Ads* atau iklan berbayar di berbagai *platform* media sosial.

Itulah beberapa langkah cara memulai usaha keripik pisang dan Proses pemasarannya. Usaha keripik pisang memang sangat menjanjikan untuk dijalankan. Namun, memang membutuhkan Proses dan cara usaha yang tepat agar bisa memenangkan persaingan dan laris dipasaran usaha keripik ini agar persiapan usaha bisa lebih matang.⁹

D. Cara Meningkatkan Minat Konsumen/ Masyarakat

Sebagai penjual penting bagi untuk mengetahui bagaimana cara mengubah ketertarikan atau enagement konsumen menjadi sebuah keputusan pembelian atau purchasing decision. Agar mereka tertarik dengan produk atau jasa yang Anda tawarkan, berikut tujuh cara menarik minat konsumen untuk mau membeli:

1. Berikan Informasi secara Detail dan Lengkap

Calon konsumen tentunya akan tertarik membeli sebuah produk atau memutuskan menggunakan jasa yang ditawarkan jika terdapat informasi yang cukup jelas di dalamnya. Maka pastikan Anda memberikan informasi selengkap-lengkapny mengenai produk atau jasa Anda kepada calon konsumen. Sehingga nantinya calon

⁹ <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-diri/cara-memulai-usaha-keripik-pisang-dan-strategi-pemasarannya>. Diakses Pada tanggal 14 februari 2022.

konsumen dapat mengetahui dengan jelas manfaatnya. Dan mereka bisa cepat memutuskan untuk membeli produk atau menggunakan jasa Anda.

2. Sediakan Contoh untuk Konsumen Mencobanya Langsung

Salah satu cara yang efektif untuk bisa mendapatkan konsumen baru adalah dengan cara menyediakan produk untuk mereka bisa mencobanya langsung. Hal seperti ini sebenarnya sudah banyak ditemui di berbagai pusat-pusat perbelanjaan maupun tempat-tempat tertentu. Cara seperti ini dilakukan agar dapat menarik perhatian konsumen pada barang/jasa yang Anda tawarkan. Dengan mencobanya, nantinya dapat membantu mengubah keputusannya untuk menggunakan produk/jasa yang Anda tawarkan.

3. Minta Konsumen yang Sudah Beli untuk Memberikan Ulasan

Saat ini, ulasan (*review*) dari pelanggan-pelanggan sebelumnya akan sangat mempengaruhi calon konsumen yang akan membeli produk/jasa yang Anda tawarkan. Bahkan seiring dengan kecanggihan teknologi, kini ulasan dapat diberikan secara *online* yang memudahkan mereka

untuk memberikan *review*. Semakin bagus dan banyak *review* yang diberikan, tentu saja menjadi pengaruh positif untuk calon konsumen. Hal ini karena *review-review* tersebut nantinya menjadi acuan yang digunakan calon konsumen untuk membuat sebuah *purchasing decision*.

4. Lakukan Survei dalam Kurun Waktu Tertentu

Survei menjadi salah satu metode yang paling efektif untuk mengetahui pendapat orang lain mengenai produk atau layanan yang Anda tawarkan. Melalui sebuah survei, nantinya Anda bisa mengetahui kondisi sesungguhnya yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Semakin mampu Anda mengembangkan keinginan dan kebutuhan konsumen, maka tentu saja hal ini akan semakin mempercepat konsumen dalam membuat *purchasing decision*.

5. Atasi Ulasan atau Masukan yang Negatif

Tidak semua pelanggan akan memberikan anda *review* yang positif, beberapa diantaranya tentu ada yang memberikan masukan negatif dan hal tersebut sebenarnya wajar-wajar saja terjadi. Nah, yang paling penting adalah bagaimana Anda bisa belajar untuk menghadapi semua hal tersebut dan tentu saja dengan cara yang benar sehingga

dapat mengubahnya dalam bentuk yang positif. Tanggapi dengan cepat dan profesional. Bahkan bila bisa, berikan solusi untuk setiap ulasan-ulasan negatif yang disampaikan konsumen. Dengan tanggapan yang cepat dan baik tentunya akan menunjukkan jika Anda memang memiliki sikap profesional. Dan ini nantinya membuat konsumen percaya kepada Anda.

6. Manfaatkan Media Sosial dengan Maksimal

Saat ini, media sosial banyak digunakan sebagai salah satu alat yang dapat menarik perhatian konsumen di pasaran. Melalui media sosial, Anda dapat melibatkan pelanggan maupun calon konsumen untuk berkomunikasi dengan Anda. Komunikasi bisa dilakukan dengan berbagai cara. Membangun sebuah komunikasi yang baik dengan pelanggan maupun calon konsumen nantinya secara tidak langsung membangun kedekatan antara konsumen dengan brand Anda yang nantinya akan memengaruhi calon konsumen untuk memilih produk/jasa yang Anda tawarkan.

7. Kenali Calon Konsumen Anda

Ada banyak tipe konsumen yang ada. Sehingga penting bagi seorang penjual untuk bisa mengenali tipe-tipe konsumen. Sebab nantinya Anda bisa mengetahui cara yang

tepat untuk menarik perhatian calon konsumen dan tertarik membeli barang/jasa yang Anda tawarkan.¹⁰

E. inovasi Produk

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan sebagai usaha mencapai tujuan dari perusahaan, melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller,¹¹ produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dan ditawarkan ke pasar sehingga dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumennya.

1. Inovasi

Mempertahankan produk untuk selalu diminati konsumen memerlukan usaha yang kreatif seperti membuat inovasi-inovasi dari produk yang ditawarkan, dengan harapan dapat membuat konsumen tidak berpindah keproduk lain yang sejenis. Inovasi itu sendiri merupakan salah satu faktor penentu dari sukses

¹⁰ <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3908839/7-cara-menarik-konsumen-agar-beli-dagangan-anda> Di akses Pada tanggal 14 februari 2022

¹¹ Kotler dan Keller. *Pengertian Produk*,2016.. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga, h .47.

perusahaan yang diperlukan agar tetap bertahan, atau menjadi lebih kompetitif. Hubeis¹² mendefinisikan inovasi sebagai suatu perubahan atau ide besar dalam sekumpulan informasi yang berhubungan antara masukan dan luaran. Dari definisi tersebut didapat dua hal, yaitu inovasi produk dan inovasi proses yang dalam pengertian ekonomi disebut inovasi apabila produk atau prosesnya ditingkatkan, selanjutnya dapat menjadi awal dari proses penjualan di pasar.

Jadi, inovasi baik proses maupun produk merupakan suatu perubahan pada sekumpulan informasi yang berhubungan dan terkait dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya dan menggabungkan sumber daya-sumber daya menjadi suatu konfigurasi baru atau spesifikasi produk yang lebih produktif, baik secara langsung maupun tidak langsung yang dipengaruhi oleh kepastian untung atau rugi atau proses waktu melaksanakannya, dalam rangka meraih keunggulan kompetitif.

2. Inovasi Produk

inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu

¹² Hubeis, *Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*, Jakarta, Penerbit PT. Hecca Mitra Utama. 2012, h. 62

dengan yang lain. Jadi inovasi bukanlah konsep dari suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja, tetapi inovasi merupakan gambaran dari semua proses-proses tersebut. Dari pemikiran di atas dengan adanya inovasi produk yang dilakukan perusahaan, diharapkan dapat meningkatkan keputusan membeli. perusahaan harus dapat memodifikasi produknya untuk menambah nilai dari produk yang dihasilkannya dan harus dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen. Nilai tambah dari produk yang dihasilkan dapat berupa desain/model dari produk yang dihasilkan dan pelayanan dari produk yang dijual.

Berkaitan dengan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk adalah gambaran dari berbagai proses mulai dari konsep suatu ide baru, penemuan baru dan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain

3. Jenis – Jenis Inovasi

Menuru Hubeis¹³ inovasi produk merupakan pengetahuan produk baru, yang seringkali dikombinasikan dengan hal baru untuk membentuk metode produksi yang

¹³ Hubeis. *inovasi produk Manajemen* . Jakarta . Penerbit PT. Hecca Mitra Utama.2012 h .75.

tidak diketahui. Sehingga inovasi produk terbagi menjadi dua jenis yaitu:

- a. Inovasi Produk Baru yaitu produk radikal.
- b. Inovasi Pengembangan Produk yaitu produk bertahap

Inovasi yang sukses adalah sederhana dan terfokus. Ia harus terarah secara spesifik, jelas, dan memiliki desain yang dapat diterapkan. Dalam prosesnya, ia menciptakan pelanggan dan pasar yang baru. Dalam buku Lupiyoadi¹⁴ terdapat jenis-jenis inovasi berdasarkan para ahli. Menurut Schumpeter inovasi yang dapat dilakukan wirausaha adalah :

1.) Pengenalan suatu barang baru, atau perbaikan dari barang yang sudah ada

Pengenalan metode produksi baru

2.) Pembukaan pasar baru, khususnya pasar ekspor pada daerah baru

3.) Penciptaan atau pengadaan persediaan bahan mentah atau setengah jadi baru

4.) Penciptaan suatu bentuk organisasi industry baru

¹⁴ Lupiyoadi. Rambat, *Jenis- Jenis Inovasi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat., 2014 . h. 155.

Sedangkan menurut Kuratko terdapat 4 jenis novasi, yaitu: Invensi (penemuan)

- a) Ekstensi (pengembangan)
- b) Duplikasi (penggandaan)
- c) Sintesis

4. Dimensi Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Keller¹⁵ dimensi inovasi produk:

- a. Produk baru bagi dunia Produk baru bagi dunia merupakan suatu produk baru yang menciptakan pasar yang sama sekali baru, dimana produk sejenis belum pernah dibuat oleh pihak lain sehingga produk tersebut merupakan produk yang benar-benar baru sehingga dapat membedakan produk baru tersebut dengan produk-produk sejenis yang lainnya.
- b. Lini produk baru Lini produk baru merupakan produk baru yang memungkinkan perusahaan memasuki pasar yang telah mapan untuk pertama kalinya memasuki pasar yang sudah ada, dengan lini produk baru dapat mempengaruhi konsumen untuk menentukan pilihan produk.

¹⁵ Philip, Kotler. *Inovasi Produk*, (Jakarta: Erlanga),2016. h. 454.

- c. Tambahan pada lini produk yang telah ada
Tambahan pada lini produk yang telah ada merupakan produk-produk baru yang melengkapi atau menambah suatu lini produk perusahaan yang telah mantap sehingga produk menjadi lebih beragam sehingga memunculkan banyak pilihan.
- d. Perbaikan dan revisi produk yang telah ada
Perbaikan dan revisi produk yang telah ada merupakan produk yang memberikan kinerja yang lebih baik atau nilai yang dianggap lebih hebat dan menggantikan produk yang telah ada, dimana dihasilkan produk baru dengan daya kerja/kegunaan yang disempurnakan.
- e. Penentuan kembali Penentuan kembali merupakan produk yang sudah ada diarahkan atau dipasarkan ke pasar atau segmen pasar yang baru, hasil ini diharapkan dapat memperluas pemasaran dengan memperoleh pangsa pasar atau konsumen baru sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan.
- f. Pengurangan biaya Pengurangan biaya merupakan produk baru yang menyediakan produk yang daya kerja/kegunaanya serupa dengan harga yang lebih murah atau rendah, hal ini dimaksudkan mempengaruhi keputusan konsumen untuk

membeli suatu produk dan hal ini berdampak pada meningkatnya volume penjualan suatu produk.

F. Promosi (Promosi Penjualan)

Promosi adalah suatu kegiatan komunikasi antara pembeli dan penjual mengenai keberadaan produk dan jasa, menyakinkan, membujuk dan meningkatkan kembali akan produk dan jasa tersebut sehingga mempengaruhi sikap dan perilaku yang mendorong kepada pertukaran dalam pemasaran

1) Bauran Promosi

Bauran promosi menurut Kotler dan Keller adalah *marketing communication mix* yang lebih dikenal dengan istilah *promotion mix*, yaitu:

- a. *Advertising* (Iklan), yaitu semua bentuk terbayar dari presentasi non personal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas. Bentuk yang paling dikenal oleh masyarakat adalah melalui media elektronik dan media cetak.
- b. *Sales promotion* (Promosi Penjualan), yaitu berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan pembelian produk atau jasa. Bentuknya seperti undian, hadiah, sampel dan lain-lain.
- c. *Events and experiences* (Acara dan pengalaman), yaitu kegiatan dan program yang disponsori

perusahaan yang dirancang untuk menciptakan interaksi harian atau interaksi yang berhubungan dengan merek tertentu. Bentuknya seperti festival seni, hiburan, acara amal, dan lain-lain. *Public Relation and publicity* (Hubungan masyarakat dan publisitas) yaitu beragam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individunya. Bentuknya seperti donasi, amal, pidato, seminar, dan lain-lain.

- d. *Direct Marketing and database* (Pemasaran langsung) yaitu penggunaan surat, telepon, faksmile, e-mail, atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau meminta respon atau dialog dari pelanggan dan prospek tertentu.
- e. *Online and social media marketing* (Pemasaran online dan media sosial), yaitu aktivitas online dan program yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau memperoleh penjualan produk dan layanan.
- f. *Mobile marketing* (Pemasaran mobile), yaitu bentuk khusus pemasaran online yang menempatkan komunikasi pada konsumen ponsel,

smartphone atau Selling (Penjualan personal), yaitu interaksi tatap muka dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan atau pengadaan pesan. Bentuknya seperti penjualan, rapat penjualan, dan lain-lain.

- 2) Promosi penjualan digunakan untuk mempengaruhi perhatian konsumen dengan memberi suatu informasi yang akan membawa konsumen untuk membeli produk tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2016:623) pengelompokan jenis promosi penjualan merupakan alat yang menawarkan intensif pada pembeli dan terdiri atas:
 - a. Promosi konsumen (*consumer promotion*) adalah upaya mendorong pembelian unit-unit yang lebih besar, menciptakan pengujian produk di antara calon pemakai, dan menarik orang beralih merek dari pesaing. Alat yang digunakan seperti sample, kupon, penawaran uang kembali, pengurangan harga, hadiah, premi, peragaan, stiker.
 - b. Promosi dagang (*trade promotion*) adalah upaya membujuk pengecer menjual produk baru dan mempunyai tingkat persediaan dan mendorong pembelian di luar musim. Alat yang digunakan seperti jaminan pembelian, hadiah barang, iklan

bersama, kerja sama iklan dan pemajangan, pengembalian uang, kontes penjualan para penyalur.

- c. Promosi wiraniaga (*sales force promotion*) adalah upaya mendorong dukungan terhadap produk atau model baru dan mendorong pencarian calon 35 pelanggan yang lebih banyak. Alat yang digunakan seperti memberi bonus, kontes dan kereta penjualan.

3) Promosi penjualan

Merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menarik konsumen baru, mempengaruhi konsumen untuk mencoba produk baru, mendorong konsumen lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan pembelian tanpa rencana atau mengupayakan kerja sama yang lebih erat dengan pengecer, secara keseluruhan teknik-teknik promosi penjualan hanya berdampak pada jangka pendek.

G. Bauran Pemasaran

Dalam meningkatkan penjualan keripik pohon pisang sudah pasti dari langkah awal dengan merancang strategi pemasaran produk keripik pohon pisang agar produk yang ditawarkan dapat diterima oleh calon

konsumen dengan mudah dan Fleksibel yang biasa disebut dengan bauran pemasaran dalam menerapkannya dibutuhkan konsep 7P yaitu produk, *price*, *place*, *promotion*, *process*, *people* dan juga *physical evidence* yang digunakan untuk mengambil suatu keputusan dalam pembuatan strategi untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan kerupuk kondang, ada pun penjelasan dari 7P yaitu sebagai berikut

1. *Product* (Produk)

Produk yang ditawarkan termasuk ke dalam golongan makanan ringan yaitu keripik pohon pisang yang terbuat dari bahan baku pohon pisang Sama halnya dengan produk keripik lain yang sudah ada banyak dijual di pasaran, tetapi yang membedakan dari produk keripik lainnya yaitu bahan baku dan juga cita rasa yang khas dari pohon pisang dan juga untuk kelebihan nya tidak menggunakan bahan bahan yang berbahaya, takhanya kelebihan nya keripik pohon pisang juga memiliki kekurangan yaitu jumlah produksi yang masih sedikit dan juga menggunakan alat untuk memproduksi keripik pohon pisang yang masih menggunakan alat-alat yang sederhana, untuk parian rasa dari produk keripik pohon pisang, hanya menyajikan dua parian rasa, yaitu rasa

balado dan rasa original, dengan berat bersih satu kemasannya adalah seberat 100G.

Didalam kemasan produk keripik pohon pisang kami sangat amat menjaga kebersihan di setiap kemasan karena yang kami produksi ini adalah untuk dikonsumsi oleh para calon konsumen, makanya kami sangat menjaga kebersihan mulai dari alat-alat pembuatan sampai dengan bahan baku sebelum dicampur, kami juga sangat menjaga kebersihan di waktu perendaman produk yang belum di goreng karena sangat rawan sekali dengan debu yang bisa menempel di waktu penjemuran produk keripik pohon pisang, apabila ada kotoran yang terdapat di dalam kemasan produk keripik pohon pisang itu sangat berpengaruh ketika hendak memasak keripik kepada calon konsumen dan sudah pasti akan membuat nama keripik pohon pisang akan dilihat buruk oleh para calon konsumen lainnya.

2. *Price* (Harga)

Harga yang dibandrol dalam satu pack produk keripik pohon pisang yaitu sebesar Rp 10.000 tentu saja hal ini sangat amat terjangkau bagi para mahasiswa ataupun bagi masyarakat yang ingin mencoba keripik pohon pisang, karena

cita rasa yang ditawarkan sangat khas dan juga sangat gurih perpaduan dari pohon pisang pilihan maka dari itu sangat sebanding dengan harga yang ditawarkan dari produk keripik pohon pisang sehingga para calon konsumen tidak akan menyesal mengeluarkan uang sebesar Rp 10.000 per packnya.

Selanjutnya untuk strategi penetapan harga menggunakan sistem permintaan dan juga sistem persaingan yang ada, tak hanya itu penetapan harga keripik pohon pisang juga sudah dihitung dari modal awal yang dikeluarkan untuk pembelian bahan bakunya, sebab dari situlah kami dapat menghitung berapa modal dan juga berapa keuntungan di setiap penjualannya, alasan kami menetapkan harga sedemikian terjangkaunya baik untuk golongan menengah ke bawah ataupun menengah ke atas, karena kami ingin memperkenalkan produk yang baru terdapat di pasaran dengan harga yang rendah sebab kami mengharapkan akan mendapatkan volume penjualan yang besar dalam kurung waktu yang relatif singkat.

Selain dari menghitung modal dan keuntungan yang didapat, penetapan harga kami

ingin sangat berbeda dari harga jual produk keripik atau keripik lainnya, karena apabila kami menyamakan harga keripik Pohon pisang dengan keripik atau keripik yang lainnya sudah pasti produk keripik Pohon pisang tidak terjual dengan mudah, maka dari pertimbangan antara harga dari keripik pohon pisang dan keripik lainnya akan memudahkan penjualan keripik pohon pisang nantinya. Harga juga sangat berperan penting dalam penjualan dan pemasaran suatu produk, maka apabila keripik pohon pisang memilih untuk meletakkan harga yang lebih tinggi dari para pesaing yang ada, sudah pasti keripik pohon pisang akan gagal memasarkan dan menjual produk keripik pohon pisang.

Karena target pasar dari keripik pohon pisang adalah para mahasiswa, sebab para mahasiswa sangat melihat harga terlebih dahulu sebelum membeli produk yang mereka lihat, maka dari beberapa pertimbangan itulah yang membuat kami memilih harga keripik pohon pisang ditetapkan sebesar Rp 10.000 per satu packnya, harga segitu sangat amat mempermudah nantinya untuk jalan pemasaran dan mempromosikan keripik pohon pisang kepada para calon konsumen

baik itu para mahasiswa, para pekerja atau pun para masyarakat yang ada di kota Bengkulu.

3. *Place* (Tempat)

Saat ini dalam melakukan pemasaran keripik pohon pisang strategi yang digunakan yaitu bertemu langsung kepada calon konsumen ataupun secara online dengan menggunakan media sosial untuk memasarkan keripik pohon pisang, lalu terdapat juga saluran distribusi seperti toko manisan dan juga fotocopyan untuk penitipan keripik pohon pisang, karena usaha keripik pohon pisang masih baru dan juga belum memiliki modal untuk menyewa tempat yang tetap untuk menjual keripik pohon pisang.

Oleh sebab itulah pemasaran untuk meningkatkan penjualan keripik pohon pisang memanfaatkan penitipan di toko manisan dan fotocopyan, tidak hanya penitipan juga pemasaran keripik pohon pisang lansung mendatangi tempat wisata, pasar atau pun mendatangi rumah ke rumah, selain itu juga pemasaran keripik pohon pisang dengan menggunakan media sosial seperti facebook, whatsapp bussines, instagram, dari beberapa metode strategi pemasaran tersebut bisa tergolong membantu untuk memperkenalkan

produk keripik pohon pisang kepada calon konsumen dan nantinya ketika sudah memiliki modal untuk membuka tempat distribusi sendiri jalan penjualannya sudah lebih mudah karena para masyarakat sudah banyak tau tentang produk kerupuk kondang, maka tidak perlu lagi untuk bersusah payah lagi mengenalkan keripik pohon pisang kepada para calon konsumen, karena keripik pohon pisang sudah memiliki konsumen yang tetap.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi yang dilakukan untuk memasarkan keripik pohon pisang yaitu mempromosikan melalui sosial media seperti menampilkan foto produk keripik pohon pisang beserta harganya di story whatsapp, facebook dan juga menampilkan foto keripik pohon pisang beserta harganya di story instagram pribadi, maupun meminta pertolongan kepada teman-teman untuk mempromosikan di akun media sosial mereka, tak hanya mempromosikannya secara online kami juga mempromosikannya dengan memberikan testimoni keripik pohon pisang kepada calon konsumen agar nantinya mereka

akan tertarik kepada cita rasa keripik pohon pisang.

Ketika promosi pertama berjalan dengan baik maka itu adalah awal langkah yang baik untuk peningkatan penjualan keripik pohon pisang, karena konsumen akan secara tidak langsung akan ketagihan dengan cita rasa dari keripik pohon pisang yang dipromosikan secara gratis di awalnya, produk keripik pohon pisang yang baru terdapat di pasaran sangat membutuhkan promosi yang baik, agar dapat diterima oleh para calon konsumen dengan baik dan akan meningkatkan volume penjualan keripik pohon pisang.

5. *Process* (Proses)

Proses terdiri dari awal pembuatan produk keripik pohon pisang hingga pemasaran keripik pohon pisang sampai dengan pembelian oleh para konsumen, langkah yang pertama adalah memilih pohon pisang yang masih segar dan jantungnya bisa di makan dan juga pembelian bahan-bahan baku seperti, tepung, masako dan yang lainnya, lalu setelah pembelian bahan baku pembuatan keripik pohon pisang lalu langkah selanjutnya pembersihan pohon pisang dan pemilihan pohon

pisang agar bisa dipotong dan direndam. Setelah semua bahan sudah bersih kemudian mulailah pencampuran bahan-bahan lainnya.

Kemudian barulah mencampurkan semua bahan dalam wadah besar lalu aduk sampai merata hingga terasa asin di semua adonan, dan kemudian mulailah pembentukan dilakukan dengan mencampurkan yang sudah disiapkan, sambil menunggu pembentukan selesai panaskanlah minyak goreng untuk memulai pengorengan gorenglah keripik sampai berwarna kekuningan lalu tiriskan kerupuk dengan saringan yang sudah di siapkan, dan letakan kemasan di atas timbangan lalu masukan sampai 100G dan preslah kemasan dengan mesin pres plastik.

Proses selanjutnya adalah memasarkan produk keripik pohon pisang, strategi pemasaran keripik pohon pisang di bagi menjadi dua yaitu pemasaran dengan menggunakan sosial media seperti *Facebook*, *Whatsap* dan *Instagram* pemasaran dengan menggunakan sosial media sangat membantu karena produk keripik pohon pisang yang masih terbilang baru di pasaran dan sekarang para pengguna sosial media lebih sering berbelanja di sosial media ketimbang datang

langsung ke tempat penjual makanan riangan tersebut, hal tersebutlah yang kami jadikan peluang untuk meningkatkan penjualan keripik pohon pisang, dan strategi pemasaran yang kedua adalah pemasaran secara langsung, strategi pemasaran langsung kami menggunakan beberapa metode penjualan seperti Rumah ke Rumah, Toko Manisan, Tempat Wisata, Pasar Pagi dan di titikan di Fotocopyan dari metode tersebut sangat membantu untuk peningkatan jumlah penjualan keripik pohon pisang walaupun jumlah persentasenya lebih tinggi penjualan secara online, namun kelebihan dari pemasaran secara langsung dapat berinteraksi langsung dengan para konsumen jadi kesan yang didapat lebih terkenang ketimbang pemasaran menggunakan sosial media.

Tak lupa sebelum para konsumen membeli keripik pohon pisang kami memasan kepada konsumen agar nanti setelah berbelanja hendaklah memberikan kritik dan saran tentang keripik pohon pisang, melalui whatsapp yang ada di logo kemasan keripik pohon pisang, kritik mengenai apa saja yang harus dirubah dan juga apa saja yang perlu dipertahankan untuk kedepannya, dari kritik itulah yang nantinya akan meningkatkan penjualan

keripik pohon pisang dan apabila penjualan dari keripik pohon pisang sudah meningkat maka kedepannya produk keripik Pohon Pisang makin banyak diminati oleh masyarakat kota Bengkulu, dan sudah pasti akan sangat membantu petani khususnya petani pohon pisang

6. *People* (Partisipan)

Dalam melakukan pemasaran atau penjualan produk keripik pohon pisang saya melakukan pemasaran keripik pohon pisang sendiri, tetapi terkadang ada juga teman-teman kelompok yang membantu mempromosikan keripik pohon pisang di sosial media mereka masing-masing, untuk karyawan kami tidak menggunakan karyawan baik itu untuk produksi maupun untuk pemasaran keripik pohon pisang itu sendiri, karena belum memiliki modal untuk mempekerjakan karyawan, maka dari itu kami harus bisa membagi waktu antara pemroduksian, pemasaran dan perkuliyahan agar usaha ini dapat berjalan dan berkembang ke depannya.

7. *Physical Evidance* (bukti fisik)

Bukti fisik adalah suatu hal yang perlu dilakukan di dalam pemasaran, karena bukti fisik merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi

kepuasan para konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk yang ditawarkan, untuk bukti fisik yang pertama dari keripik pohon pisang kami memposting produk di sosial media baik itu di facebook, whatsapp dan juga memposting di instagram lalu untuk bukti fisik yang kedua adalah memposting di sosial media buti percakapan kepada konsumen yang telah membeli keripik pohon pisang dan bukti fisik yang terakhir adalah memposting foto pelanggan yang sedang memegang keripik pohon pisang.

Setelah semua metode 7P ini diterapkan di strategi pemasaran maka langkah terakhir yang harus dilakukan adalah mengevaluasi strategi pemasaran 7P tersebut, agar dapat mengetahui bagaimana kegiatan pemasaran yang telah dilakukan dan juga dapat menentukan solusi yang tepat apabila terjadi sesuatu kegagalan di setiap usaha yang sedang berjalan agar dapat terus berkembang, evaluasi kinerja pemasaran yang pertama yaitu agar dapat terus mengikuti selera para konsumen atau meneroboskan varian rasa baru dari keripik pohon pisang tersebut, dan evaluasi selanjutnya adalah dapat meningkatkan kegiatan pemasaran yang lebih terkoordinasi seperti

promosi, penjualan dan juga pelayanan kepada para konsumen dan evaluasi yang terakhir dapat melakukan promosi khusus seperti promosi membeli tiga bonus satu atau promosi diskon di hari hari tertentu, agar usaha produksi keripik pohon pisang semakin berkembang di masa yang akan datang.

BAB III

METODE PEIAKSANAAN

A. Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*case study*) yaitu penelitian yang digunakan dengan melihat langsung kelapangan, karena studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai studi objek tertentu selama kurun waktu atau suatu fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan yang lain.

B. Lokasi Program

Pembuatan Keripik pohon pisang ini dilakukan di jalan Perumnas Betungan Asri RW.05 RT.34 Depan SD Negeri 101 Kota Bengkulu-Selebar, Bengkulu, Id 38212 Tepatnya di Rumah Uci Pupianti.

Lokasi ini berpeluang bagus dikarenakan tempatnya yang sudah padat dengan masyarakat, sehingga usaha ini bisa memberikan inovasi bagi masyarakat terutama di kompleks perumahan Betungan. Lokasi ini juga tidak jauh dari kawasan kampus IAIN sehingga produk ini bisa dipromosikan dengan mahasiswa dan masyarakat sekitar. Akan tetapi lokasi ini mempunyai suatu tantangan yang

mana lokasinya yang cukup jauh dari lokasi pasar, sehingga pemasarannya lebih banyak dengan menggunakan media sosial. Kemudian apabila konsumen ingin membeli produk ini bisa secara *online*.

C. Pangsa Pasar

Pemasaran sangat membutuhkan strategi, mulai dari lokasi yang strategis. Untuk masuk ke dunia pasar harus menentukan pilihan lokasi yang tepat, strategis, ramai dan sesuai target pemasarannya.¹⁶ Produk keripik pohon pisang ini dibuat dengan inovasi keripik yang berbahan dari pohon pisang memiliki banyak manfaat seperti kandungan zat besi dan vitamin B6 yang sangat bermanfaat untuk meningkatkan kandungan hemoglobin dalam darah. Pohon pisang menyediakan energi sebesar 78 derajat Cl, jumlah karbohidrat 48,26 %, glukosa sebesar 10,05%, kadar etanol sebesar 9,90%, bioethanol dengan konsentrasi 30,59%¹⁷ Selain dari segi kesehatan, makanan ini juga menjadi makanan unik yang berpotensi menarik daya konsumen. Bahan-bahan yang berkualitas dan mudah dijangkau serta harga jual produk yang masih cukup terjangkau. Harga yang ditawarkan pada

¹⁶<http://www.pengusahasukses.com/peluang-bisnis-keripik-debog-dan-analisa-usahanya/> Diakses pada tanggal 21 april 2021/.

¹⁷142597-ID-bioetanol-dari-bonggol-pohon-pisang. pdf

konsumen per produk keripik pohon pisang adalah Rp.10.000.

Lokasi atau tempat juga menentukan keberhasilan menggarap target pasar. Target konsumen adalah anak-anak, remaja, maupun orang tua. Maka lingkungan yang paling tepat untuk menjual keripik pohon pisang adalah tempat-tempat wisata, pasar, lingkungan sekolah, dan lingkungan kantor. Promosi dilakukan menggunakan dua strategi pemasaran yaitu secara *offline* dan *online*. Dalam skala kecil, penggunaan strategi pemasaran secara *offline* yaitu dengan kerjasama antar pedagang disekitar tempat wisata dan tokoh oleh-oleh khas Bengkulu. Selain itu, jika ada bazar atau kegiatan luar semacam expo atau pameran dan tempat-tempat umum yang ramai dapat dijadikan peluang untuk membuat stand disana. Dalam skala besar, penggunaan strategi pemasaran secara online yaitu dengan menjadikan media sosial dan *website* untuk tempat pemasaran dan bukalapak.

D. Analisa Kelayakan Program

Berdasarkan analisis pasar, Keripik pohon pisang ini mempunyai peluang yang tinggi dibanding produk lain. Adanya keunggulan dari produk lain dari segi komposisi yang bergizi dan non kimia, membuat produk Keripik pohon pisang makin digemari oleh konsumen yang

mempunyai penyakit diabetes. Usaha ini juga termasuk investasi dimasa mendatang karena bisa menjadi suatu potensi penghasilan jangka panjang. Apabila usaha ini mengalami kerugian dimasa mendatang dalam hal pendapatan atau income yang besar namun tak jarang mendapatkan hasil yang sedikit bahkan bisa juga justru rugi. Menjalankan sebuah bisnis kita harus siap rugi. Mempersiapkan pula finansial kita apabila sesuatu masalah terjadi pada usaha yang kita bangun.¹⁸

E. Jadwal Kegiatan Pemasaran

Table 5.3

| 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 strategi | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Survey lokasi | | | | | | | | | | | | | | | | |

¹⁸<https://www.lokerpns.web.id/2018/05/pengertian-resiko-usaha-jenis-usaha-contoh-cara-mengatasinya>. Html.

| | |
|-----------|--|
| pemasaran |  |
|-----------|--|

Keterangan jadwal kegiatan pemasaran :

- d. Merencanakan strategi pemasaran yang matang guna untuk meningkatkan penjualan keripik pohon pisang
- e. Mensurvey lokasi untuk penitipan produk baik itu penitipan di toko manisan ataupun di tempat fotocopyan
- f. Sebelum menitipkan produk terlebih dahulu mengamati kebutuhan para calon konsumen.
- g. Mempromosikan produk baik secara langsung maupun mempromosikan dengan sosial media.
- h. Pemangamatan di tempat wisata karena di sana banyak terdapat banyak masyarakat kota Bengkulu
- i. Guna meningkatkan penjualan keripik pohon pisang mendirikan stand di tempat wisata
- j. Mengevaluasi strategi agar kedepannya penjualan keripik pohon pisang semakin meningkat.
- k. Pembuatan laporan pemasaran selama kurang lebih 4 bulan.

BAB IV

ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

A. Anggaran Biaya

Tabel 4.1

| No | Kegiatan | Harga barang | | Jumlah |
|-----------|--------------------------|--------------|-----------|------------|
| | | Unit | Harga | |
| a. | Tahap Pelaksanaan | | | |
| 1. | Bahan habis Pakai | | | |
| | Pohon pisang | 1 pohon | Rp.5,000 | Rp.5,000 |
| | Kemasan | 272 pack | Rp.2,500 | Rp.680,000 |
| | Minyak goreng | 4 kg | Rp.12,000 | Rp.48,000 |
| | Tepung beras | 4 bungkus | Rp.7,000 | Rp.28,000 |
| | Tepung tapioca | 4 bungkus | Rp.8,000 | Rp.28,000 |

| | | | | |
|----------|--------------------------|---------------|------------|---------------------|
| | Lada | 8 sachet | Rp.1,000 | Rp.8,000 |
| | Tepung bumbu ayam krispy | 8 bungkus | Rp.2,500 | Rp.20,000 |
| | Kapur sirih | 8 bungkus | Rp.2,000 | Rp.20,000 |
| | Kompor gas | 1 alat | Rp.300,000 | Rp.300,000 |
| | Kaldu ayam | 16 sachet | Rp.500 | Rp.8,000 |
| | Tepung terigu | 2kg | Rp.2,000 | Rp.18,000 |
| | Garam | 4 bungkus | Rp.3,000 | Rp.12,000 |
| | Stiker | 272 Lembar | Rp.1,500 | Rp.408,000 |
| | Sarung tangan pelastik | 1 pack | Rp.10,000 | Rp.10,000 |
| | Jumlah | | | Rp.1.593.000 |
| 2 | Peralatan tetap | | | |
| | Pisau | 2 buah | Rp.5,000 | Rp.10,000 |
| | Sendok kecil | 5 buah | Rp.2,000 | Rp.10,000 |

| | | | | |
|-----------|--|--------------|-------------------|-------------------|
| | Wajan | 1 buah | Rp.65,000 | Rp.65,000 |
| | Sendok penggoreng | 2 buah | Rp.17,000 | Rp.34,000 |
| | Jumlah | | | Rp.119,000 |
| | | | | |
| b. | Pelaporan | | | |
| | Pembuatan proposal dan penggandaan | 3 buah | Rp.15,000 | Rp.45,000 |
| | Pembuatan LPJ dan penggandaan | 3 Buah | Rp.15,000 | Rp.45,000 |
| | ATK kertas HVS | 3 Rim | Rp.30,000 | Rp.90,000 |
| | Atk tinta Printer | 2 buah | Rp.50,000 | Rp.100,000 |
| | Plask disk | 1 buah | <u>Rp.100,000</u> | Rp.100,000 |
| | Printer | 1 buah | Rp.500,000 | Rp.500,000 |
| | Jumlah | | | Rp.880,000 |
| c. | Dokumentasi | | | |
| | Cuci cetak foto | 10 lembar | Rp.8,000 | Rp.80,000 |
| | Jumlah | | | Rp.80,000 |
| d. | Transportasi | | | |

| | | | | |
|-----------|--|------------------------|-----------|---------------------|
| | Distribusi produk | 3orang x 30 hari | Rp.10,000 | Rp.900,000 |
| | Jumlah | | | Rp.900,000 |
| e. | Promosi | | | |
| | Cetak label produk | 10 lembar | Rp.8,000 | Rp.80,000 |
| | Jumlah | | | Rp. 80,000 |
| f. | Tahap Pelatihann | | | |
| | Achievement Motivation training | | | |
| | Pelatihan sertifikat pangan | | | Rp.300,000 |
| | TOTAL BIAYA (jumlah A-E) | | | Rp.3.880.000 |

B. Jadwal Kegiatan Program

Kegiatan ini dilaksanakan selama 1 bulan dan dimulai dengan jadwal sebagai Tabel berikut ini :

Tabel 4.2

| No | Pelaksanaan kegiatan | Ming gu ke 1 | | | | Minggu ke II | | | | Minggu ke III | | | | Minggu ke IV | | | |
|----|----------------------|--------------|-------------|---|---|--------------|---|---|---|---------------|---|---|---|--------------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| | | 1 | Perencanaan | | | | | | | | | | | | | | |

BAB V

HASIL YANG DICAPAI

A. Hasil yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program

1. Proses Pemasaran Keripik Pohon Pisang

Saat ini dalam melakukan proses pemasaran keripik pohon pisang strategi yang digunakan yaitu ada dua cara yaitu bertemu langsung kepada calon konsumen ataupun secara online dengan menggunakan media sosial untuk memasarkan keripik pohon pisang, lalu terdapat juga saluran distribusi seperti toko manisan dan juga fotocopyan untuk penitipan keripik pohon pisang, karena usaha keripik pohon pisang masih baru dan juga belum memiliki modal untuk menyewa tempat yang tetap untuk menjual keripik pohon pisang.

Oleh sebab itulah pemasaran untuk meningkatkan penjualan keripik pohon pisang memanfaatkan penitipan di toko manisan dan fotocopyan, tidak hanya penitipan juga pemasaran keripik pohon pisang lansung mendatangi tempat wisata, pasar atau pun mendatangi rumah ke rumah, selain itu juga pemasaran keripik pohon pisang dengan menggunakan media sosial seperti facebook, whatsapp bussines, instagram, dari beberapa metode strategi pemasaran tersebut bisa tergolong membantu untuk memperkenalkan produk keripik pohon pisang

kepada calon konsumen dan nantinya ketika sudah memiliki modal untuk membuka tempat distribusi sendiri jalan penjualannya sudah lebih mudah karena para masyarakat sudah banyak tau tentang produk kerupuk kondang, maka tidak perlu lagi untuk bersusah payah lagi mengenalkan keripik pohon pisang kepada para calon konsumen, karena keripik pohon pisang sudah memiliki konsumen yang tetap.

2. Kegiatan Pelatihan PIRT

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

Para pelaku industri mengaku mendapatkan banyak keuntungan jika menjalankan bisnisnya dengan rumahan. Mereka mengaku bisa lebih berhemat dalam anggaran sewa lokasi produksi, anggaran modal, memiliki kendali penuh, dan juga bisa memiliki waktu yang lebih fleksibel untuk bekerja ataupun bersama keluarga dirumah. Tetapi sebelum para pelaku industri

olahan pangan dapat memulai bisnisnya, mereka harus terlebih dahulu mengurus sertifikat Perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (SPPIRT).

Adapun kegiatan yang diadakan oleh dinas kesehatan dilakukan pada tanggal 6 November 2020 dibengkulu utara, Yang mana dikegiatan ini diikuti oleh Desi Pustika sebagai peserta penyuluhan keamanan pangan dengan narasumber dari kepala dinas kesehatan yaitu Ibuk Susilawati, S.Sos, dari label halal yaitu Bapak Edwar Suharnas, dan Ibu Yunika Sari dari bagian Komunikasi BPOM. Sumber dana penelitian ini diperoleh dari iuran per Kelompok Keripik Pohon Pisang dengan materi yang disampaikan sebagai berikut:

a. Cara Mendapatkan Izin SPPIRT

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

- 1.) Telah mengikuti, dan memiliki sertifikat penyuluhan keamanan pangan
- 2.) Lolos uji pemeriksaan sarana uji Produk pangan
- 3.) Memenuhi peraturan perundang-undangan label pangan.

b. Persyaratan SPPIRT

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

- 1.) FC KTP pemilik usaha
- 2.) Pas Foto 3x4 pemilik usaha rumahan (3 lembar)
- 3.) Surat keterangan domisili usaha (dari kantor camat)
- 4.) Denah lokasi bangunan
- 5.) Surat dari puskesmas atau dokter untuk pemeriksaan kesehatan dan sanitasi
- 6.) Surat izin produksi makanan atau minuman kepada Dinas Kesehatan
- 7.) Data produk makanan atau minuman yang diproduksi
- 8.) Izin opsional/komersial dari DPMPTSP (Satu Pintu)
- 9.) Izin usaha (Izin Usaha Mikro Kecil) dari DPMPTSP (Satu Pintu)
- 10.) Nomor Induk Berusaha (NIB) dari DPMPTSP (Satu Pintu)
- 11.) Sampel hasil produksi makanan atau minuman yang diproduksi
- 12.) Label produk makanan atau minuman yang diproduksi
- 13.) Hasil uji laboratorium yang disarankan oleh Dinas Kesehatan

14.) Mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan Untuk mendapatkan SPP-IRT¹⁹

c. Cara Mengurus SPPIRT

Setelah memenuhi semua pesyaratan yang ada, barulah pelaku industri bisa memulai proses pembuatan izin SPPIRT yang meliputi beberapa tahapan, antara lain:

- 1.) Daftar ke Dinas Kesehatan Untuk Melakukan pengecekan dan konsultasi mengenai produk pangan yang akan disertifikasi.
- 2.) Melakukan Tes Penyuluhan kemandan Pangan (PKP).
- 3.) Setelah melakukan tes PKP akan ada 2 kemungkinan, bila lolos maka akan dilakukan kunjungan ke tempat produksi pangan, apabila tidak lolos maka akan diarahkan ke BPOM.
- 4.) Survey kunjungan akan meliputi beberapa aspek, seperti pemeriksaan sarana lingkungan, dan hasil sample pangan.
- 5.) Apabila lolos, maka izin PIRT akan diterbitkan Oleh Dinas Kesehatan.

¹⁹<https://Sipadek.Bengkulukota.go.id/informasi/layanan.com>, Diakses 10/06/21.

B. Potensi Keberlanjutan di Lingkungan

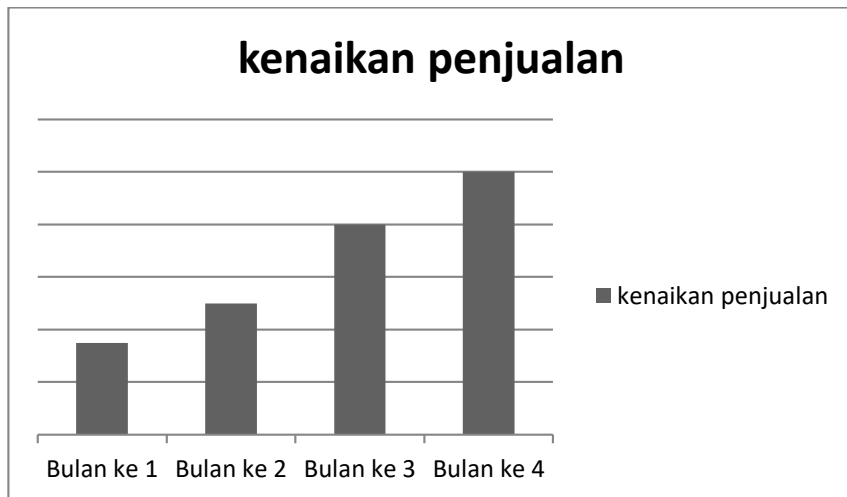
Lokasi atau tempat yang dimasuki juga menentukan keberhasilan menggarap target pasar. Karena target konsumen adalah remaja maupun dewasa maka, lingkungan yang paling tepat untuk menjual produk kami adalah di tempat-tempat wisata, kampus dan outlet di tepi jalan raya utama.

1. Daftar ke Dinas kesehatan untuk melakukan pengecekan dan konsultasi mengenai produk pangan yang akan disertifikasi.
2. Melakukan tes penyuluhan keamanan Pangan (PKP).
3. Setelah melakukan Tes PKP aka nada dua kemungkinan, bila lolos maka akan dilakukan kunjungan ke tempat produksi pangan, apabila tidak lolos maka akan di arahkan di BPOM.
4. Survey kunjungan akan meliputi beberapa aspek, seperti pemeriksaan sarana lingkungan, dan hasil sampel pangan.
5. Apa bila lolos, maka izin PRT akan diterbitkan oleh dinas kesehatan²⁰

²⁰*Apa itu Pirt (Pangan Industri Rumah Tangga).*
<https://izin.ci.id/indonesia-business-tips/2020/12/04/apa-itu-pirt>. Diakses pada tanggal 30 april 2021

Berikut ini adalah grafik hasil penjualan selama 4 Bulan:

a. Kenaikan penjualan



Dari Grafik penjualan di atas menunjukkan kenaikan penjualan keripik pohon pisang mulai dari bulan pertama sampai dengan bulan ke empat mengalami kenaikan, yang mana dapat dilihat waktu penjualan di bulan pertama hanya dapat menjual sebanyak 35% produk saja, sebab produk keripik pohon pisang masih banyak yang belum mengetahuinya, maka dari itu strategi pemasaran di bulan pertama hanya berfokus kepada mempromosikan produk keripik pohon pisang atau memperkenalkan produk keripik pohon pisang kepada para calon konsumen, agar untuk penjualan produk keripik pohon pisang selanjutnya akan lebih lancar dan

yang terpenting sudah banyak para calon konsumen yang tahu tentang produk keripik pohon pisang.

Dan untuk peningkatan di bulan ke dua hanya dapat menjual sebanyak 50% produk keripik pohon pisang, untuk strategi pemasaran di bulan ke dua, kami masih berfokus kepada promosi keripik pohon pisang agar makin banyak yang mengetahui tentang cita rasa yang khas dari perpaduan pohon pisang dan rasa original yang khas, maka dari itulah kenaikan di bulan ke dua ini lumayan besar dari pada di bulan yang pertama, untuk strategi di bulan ke tiga sampai di bulan ke empat hanya berfokus kepada penjualan saja agar semakin meningkat dan untuk kenaikan di bulan ke tiga sampai dengan di bulan ke empat sudah mencapai 80-100% produk keripik pohon pisang sudah terjual baik itu secara langsung dan juga secara pemasaran di media sosial. Maka dari itu hasil penjualan dari produk keripik pohon pisang dalam kurung waktu 1 sampai 4 bulan terakhir, sudah terjual sebanyak 1.088 bungkus, untuk keuntungan yang sudah di dapat dari penjualan kurang lebih empat bulan adalah sebesar Rp10.880 Keuntungan di luar dari modal awal produksi keripik pohon pisang.

BAB VI

PENUTUP

A. Evaluasi

Dengan adanya PKM (Program Kreativitas Mahasiswa) yang bertujuan untuk penyelesaian tugas akhir, dari kegiatan yang telah dilakukan banyak pengalaman yang di dapat sehingga harapan kedepan mampu untuk terjun langsung kelapangan dalam berwirausaha bagi mahasiswa/i UIN Bengkulu terutama pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sehingga nantinya setelah mahasiswa/i telah lulus bisa mengembangkan potensinya untuk berwirausaha. Pada pelaksanaan PKM (Program Kreativitas Mahasiswa) walaupun terdapat kendala selama pelaksanaan program, seperti peralatan dalam proses pembuatan produk yaitu sepiner (alat pengering miak) yang belum di miliki tetapi kendala tersebut bukanlah kendala yang tidak bisa di pecahkan. Hal tersebut justru membuat suatu tantangan untuk mencari jalan keluar dan solusi terbaik, supaya berjalan dengan baik program yang akan dilaksanakan. Upaya dalam memecahkan masalah adalah kendala tersebut yaitu dengan menyewa alat (sepiner) dari salah satu makanan ringan di lokasi usaha terdekat. Selain itu terdapat faktor pendukung yaitu banyaknya bahan-bahan yang mudah didapat dipasaran

dengan bahan pokok yang berlimpa dan Dengan dijalankan usaha produk keripik pohon pisang (KriPoP) ini yaitu untuk mengembang dan memanfaatkan pohon pisang yang ada di Bengkulu sehingga pohon pisang ini diinovasikan menjadi keripik pohon pisang, supaya produk yang berbahan dari pohon pisang ini digemari oleh masyarakat umum serta membukak peluang usaha bagi petani Pisang dan bisa menghasilkan keuntungan yang menjanjikan untuk petani pohon pisang yang ada di Bengkulu.

B. Kesimpulan

Pemasaran merupakan sekumpulan rancangan kegiatan yang berkaitan untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan pengembangan, mendistribusikan, mempromosikan, serta menetapkan harga yang sesuai dari produk atau jasa untuk mencapai kepuasan pelanggan dan memperoleh keuntungan. Strategi pemasaran mencakup pengidentifikasian konsumen sasaran, menentukan peranan periklanan dan bauran promosi, menunjukkan tujuan dan besarnya anggaran promosi, memilih strategi kreatif, menentukan media, serta melaksanakan program tersebut dan mengukur efektifitasnya.

C. Saran

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

1. Kelompok PKM (Program Kreativitas Mahasiswa) berharap agar kegiatan ini tetap di adakan dalam memilih tugas akhir dari perkuliahan karena program seperti ini sangat bermanfaat bagi mahasiswa untuk melati sekil dan memberikan bekal pengalaman sebelum terjun langsung kedunia bisnis.
2. Kelompok PKM (Program kereativitas Mahasiswa) berharap supaya kirannya pihak UIN Bengkulu dapat memfasilitasi untuk penghimpunan kelompok PKM teutama Kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

142597-ID-bioetanol-dari-bonggol-pohon-pisang. pdf

Djaslim Saladim., 2016 . *Manajemen Pemasaran Sebagai Suatu Analisis*

DP2M_Ditjen_Dikti_Edisi_VII_Bab_IV_PROGRAM_PENGABDIAN_KEPADA_MASYARAKAT.

Hubeis, 2012 , *Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis, Jakarta* ,Penerbit PT. Hecca Mitra Utama.

Hubeis. 2012, *inovasi produk Manajemen . Jakatrta* . Penerbit PT. Hecca Mitra Utama.

Keller dan kotler, 2016. *Pengertian Produk, Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga*

Kevin Lane Keller Philip, Kotler and, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc. Bandung:Indonesia publishing House. Desember*

Kevin Lane Keller Philip, Kotler and, januari 2011 *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, (Erlangga, Jakarta)*

Lupiyoadi. Rambat, 2014 .*Jenis- Jenis Inovasi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.

<http://www.pengusaha sukses.com/pe luang-bisnis-keripik-adebog-dan-analisa-usahnya>, Diakses pada tanggal 23 maret 2021.

<http://www.pengusahasukSES.com/peluang-bisnis-keripik-debog-dan-analisa-usahanya/>Diakses pada tanggal 21 april 2021.

<http://www.tribunnews.com/kesehatan/2019/03/31/biasa-diabaikan-batang-pohon-pisang-memiliki-5-manfaat-kesehatan-bisa-obati-diabetes>. Diakses pada tanggal 28 maret 2021.

<https://Sipadek.Bengkulukota.go.id/informasi/layanan.com>,Diakses 10/06/21.

https://www.academia.edu/23600693/Panduan_Pengelolaan_Program_Hibah. Diakses pada tanggal 20 maret 2021,

<https://www.beritasatu.com/nasional/222877/enggoro-penghasil-pisang-kepok-terbesar-di-bengkulu>, Diakses pada tanggal 23 maret 2021.

<https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-diri/cara-memulai-usaha-keripik-pisang-dan-strategi-pemasarannya>. Diakses Pada tanggal 14 februari 2022.

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3908839/7-cara-menarik-konsumen-agar-beli-dagangan-anda> Di akses Pada tanggal 14 februari 2022.

<https://www.pertanian.go.id/home/index.php?show=repo&fileNum=296>. Diakses pada tanggal 17 Mei 2021.

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU**

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

LEMBAR BIMBINGAN KREATIVITAS MAHASISWA

Nama Mahasiswa : Desi pustika
NIM : 1711170012
Program Studi : Manajemen Haji dan Umrah
Pembimbing I : Dr. Fatimah Yunus, MA
Judul PKM : Proses Pemasaran Keripik Pohon Pisang Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

| No. | Hari/ Tanggal | Materi Bimbingan | Saran Pembimbing | Paraf |
|-----|---------------|----------------------|-----------------------------|-------|
| 1. | 12-08-2021 | Bab III | Perbaiki bab 3 | Ⓟ |
| 2. | 03-09-2021 | | Perbaiki ke Pembimbing 2 | |
| | 08-12-2021 | Hubungan | Uraian Rukun | Ⓟ |
| | 23/12-2021 | Kelelahan Abstrak | FEBi Pib. | Ⓟ |
| | 10/1-2022 | lesional | Menjawab Pustaka Keripik | Ⓟ |
| 6 | 21/1-2022 | Ace | - Dpr proses tel uji | Ⓟ |

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

_____, B.MA
NIP.19830792009121005

Bengkulu, 21/1-2022
Pembimbing I

Dr. Fatimah Yunus, MA
NIP.196303192000032003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU**

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

LEMBAR BIMBINGAN KREATIVITAS MAHASISWA

Nama Mahasiswa : Desi pustika
NIM : 1711170012
Program Studi : Manajemen Haji dan Umrah
Pembimbing II : Khairiah Elwardah, M.Ag
Judul PKM : Proses Pemasaran Keripik Pohon Pisang Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

| No. | Hari/ Tanggal | Materi Bimbingan | Saran Pembimbing | Paraf |
|-----|----------------------|------------------------|-------------------------|---------------|
| 1 | Senen 12/03/2021 | Pertama awal | Perbaiki laporan | WA |
| 2 | Senen 31 Mei 2021 | Buat Produk/ Label | Buat label | WA |
| 3 | Rabo 02 Juni 2021 | Penataan Label/kemasan | isinya di banyakin lagi | WA |
| 4 | Kamis 01/07/2021 | Perbaiki laporan | Di rapikan lagi | WA |
| 5 | Juma'at 18 Juni 2021 | Merapikan Laporan | Perbarui perhitungan | WA |
| 6 | Kamis 21/10/2021 | Laporan | Perbaiki cara penulisan | WA |
| 7 | Senen 08/11/2021 | Laporan | Acc | WA |

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen


Desi Pustika, B.MA
NIP.19830792009121005

Bengkulu,
Pembimbing II


Khairiah Elwardah, M.Ag
NIP.197808072005012008



PEMERINTAH KABUPATEN BENGKULU UTARA
DINAS KESEHATAN
Jln. Prof. M. Yamin, SH No. 233, Telp. (0737) – 521030, 521139
ARGA MAKMUR 38611

SERTIFIKAT PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN

NOMOR : 14 /17.03/2021

Diberikan kepada :

Nama : **DESI PUSTIKA**
Jabatan : **Pemilik / Penanggung Jawab Usaha**
Alamat : **Desa Ketaping, Kecamatan Manna**

Telah mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan dalam rangka Sertifikasi Produk 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 : HK.03.1.23.04.12.2205 tanggal 5 April 2012 yang diselenggarakan di :

Kabupaten : **BENGKULU UTARA**
Provinsi : **BENGKULU**
Pada Tanggal : **15 Juni 2021**



Arga Makmur, Juni 2021
Kepala Dinas Kesehatan
Kabupaten Bengkulu Utara

SAMSUL MAARIF, SKM, M. Kes
Nip.19641010 199803 1 006



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

IZIN USAHA

(Izin Usaha Mikro Kecil)

Berdasarkan ketentuan Pasal 31 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, untuk dan atas nama Menteri, Pimpinan Lembaga, Gubernur, Bupati/Walikota, Lembaga OSS menerbitkan Izin Usaha berupa **Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK)** kepada:

Nama Pemilik Usaha : DESI PUSTIKA
 Nomor Induk Berusaha : 1201000710859
 Alamat Pemilik Usaha : DESA KETAPING, Kel. Ketaping, Kec. Manna, Kab. Bengkulu Selatan, Prov. Bengkulu
 Nama Usaha : KERIPIK POHON PISANG
 Kode KBLI : 10794
 Nama KBLI : INDUSTRI KERUPUK, KERIPIK, PEYEK DAN SEJENISNYA
 Alamat Usaha : JL. TELAGA DEWA 5 , Kel. Pagar Dewa, Kec. Selebar, Kota Bengkulu, Prov. Bengkulu

IUMK berlaku untuk melakukan kegiatan usaha baik produksi maupun penjualan barang/jasa dan berlaku sebagai izin lokasi usaha sesuai ketentuan perundangan.

Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) berlaku efektif sejak tanggal dikeluarkan.

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

Tanggal Terbit Izin Usaha : 5 Juli 2021



Dokumen ini diterbitkan melalui Sistem OSS atas dasar data dari pelaku usaha. Kebenaran dan keabsahan atas data yang ditampilkan dalam dokumen ini dan data yang tersimpan dalam Sistem OSS menjadi tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

Izin Operasional/Komersial

Berdasarkan ketentuan Pasal 39 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, untuk dan atas nama Menteri, Pimpinan Lembaga, Gubernur, Bupati/Walikota, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Izin Komersial/Operasional yang belum memenuhi komitmen kepada :

Nama Usaha : KERIPIK POHON PISANG

Nomor Induk Berusaha : 1201000710859

Lokasi Yang Dimohon

a. Alamat : JL. TELAGA DEWA 5

b. Desa/Kelurahan : Pagar Dewa

c. Kecamatan : Selebar

d. Kabupaten/Kota : Kota Bengkulu

e. Provinsi : Bengkulu

Komitmen izin komersial atau operasional yang harus diperoleh oleh pelaku usaha adalah

1. Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga

Pelaku Usaha dapat melakukan kegiatan komersial atau operasional setelah pelaku usaha menyelesaikan komitmen sebagaimana dimaksud sesuai peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan : 5 Juli 2021
tanggal



Dokumen ini diterbitkan melalui Sistem OSS atas dasar data dari pelaku usaha. Kebenaran dan keabsahan atas data yang ditampilkan dalam dokumen ini dan data yang tersimpan dalam Sistem OSS menjadi tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya

Dicetak tanggal : 05 Juli 2021



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB) 1201000710859

Berdasarkan ketentuan Pasal 24 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, Lembaga OSS menerbitkan NIB kepada :

Nama Pemilik Usaha : DESI PUSTIKA
 Nomor KTP : 1701044108990002
 NPWP Pemilik Usaha :
 Nama Usaha : KERIPIK POHON PISANG
 NPWP Usaha : -
 Alamat : DESA KETAPING, Kel. Ketaping, Kec. Manna, Kab. Bengkulu Selatan, Prov. Bengkulu
 Kode dan Nama KBLI : 10794 - INDUSTRI KERUPUK, KERIPIK, PEYEK DAN SEJENISNYA
 Akses Kepabeanan : -
 Kekayaan Bersih : Rp 5.000.000 (Lima Juta Rupiah)

1. NIB merupakan identitas Pelaku Usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha dan berlaku selama menjalankan kegiatan usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. NIB adalah bukti Pendaftaran Penanaman Modal/Berusaha yang sekaligus merupakan pengesahan Tanda Daftar Perusahaan dan hak akses kepabeanan.
3. Lembaga OSS berwenang untuk melakukan evaluasi dan/atau perubahan atas izin usaha (izin komersial/operasional) sesuai ketentuan perundang-undangan.
4. Seluruh data yang tercantum dalam NIB dapat berubah sesuai dengan perkembangan kegiatan berusaha
5. Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini, maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya

Diterbitkan tanggal : 5 Juli 2021

Oleh: Badan Koordinasi Penanaman Modal



Dokumen ini diterbitkan melalui Sistem OSS atas dasar data dari pelaku usaha. Kebenaran dan keabsahan atas data yang ditampilkan dalam dokumen ini dan data yang tersimpan dalam Sistem OSS menjadi tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya.

Lampiran Kegiatan

Gambar 1.1

Proses Penebangan Pohon Pisang





Gambar 1.2
Proses Pengirisan Pohon Piang



Gambar 1.3

Peroses Perendaman Pohon Pisang



Gambar 1.3

Proses Pengorengan Kripik Pohon Pisang



Gambar 1.4

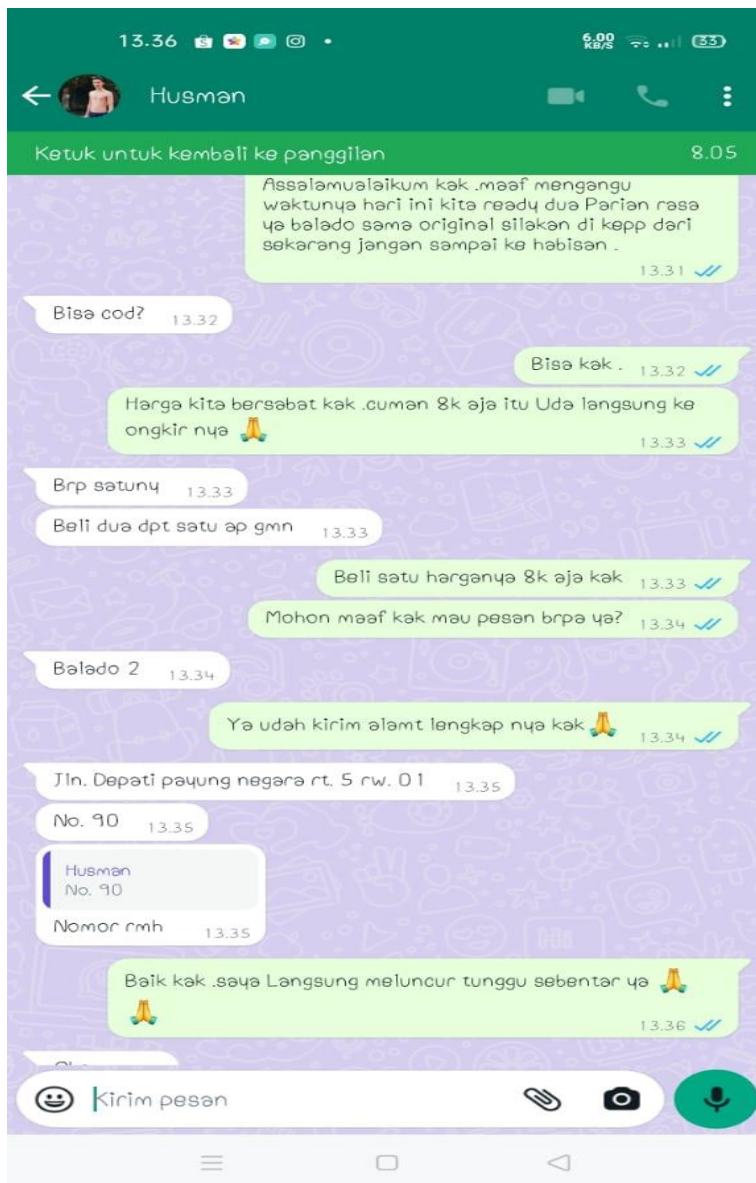
Poto Kemasan Keripik Pohon Pisang



Gambara 1.5

kegiatan proses pemasaran secara online.





Gambar 1.6

Proses pemasaran keripik pohon pisang secara virtual







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

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor: 227/SKBP-FEBI/05/2022

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

Nama : Desi Pustika
NIM : 1711170012
Program Studi : Manajemen Haji dan Umroh
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Tugas Akhir : Proses Pemasaran Keripik Pohon Pisang dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

Dinyatakan lolos uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 26%. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

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

Bengkulu, 27 Januari 2022
Ketua/Wakil Dekan I

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002