

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA KOPI
ROBUSTA DALAM PEMANFAATAN LIMBAH KULIT
KOPI DAN JAHE SEBAGAI PELUANG USAHA BAGI
MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH:

SUCI KARMILASYAH PUTRI
NIM. 1711140034

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Suci Karmilasyah Putri, NIM.1711140034 dengan judul “Penerapan Strategi Pemasaran Pada Kopi Robusta Dalam Pemanfaatan Limbah Kulit Dan Jahe Sebagai Peluang Usaha Bagi Mahasiswa Perbankan Syariah”, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Telah diperbaiki sesuai dengan saran tim pembimbing. Oleh karena itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UNFAS) Bengkulu

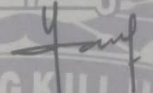
Bengkulu, 04 Oktober 2021 M
09 Muharam 1442 H

Pembimbing I



Dr. Desi Isnaini, M.A.
NIP. 197412022006042001

Pembimbing II



Yenti Sumarni, M.M.
NIP. 197904162007012020



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Penerapan Strategi Pemasaran Pada Kopi Robusta Dalam Pemanfaatan Limbah Kulit Dan Jahe Sebagai Peluang Usaha Bagi Mahasiswa Perbankan Syariah”, ditulis oleh Suci Karmilasyah Putri, NIM.1711140034, Program Studi Perbankan 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 : Sabtu
Tanggal : 19 Februari 2022 M/ 16 Rajab 1443 H

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

Bengkulu, 22 Februari 2022 M
15 Jumadil Akhir 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002
Penguji I

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

Sekretaris

Yenti Sumarni, M.M
NIP. 197904162007012020
Penguji II

Yetti Arjda Indra, M.AK
NIDN. 0214048401

Mengetahui,
Dean

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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul **“Penerapan Strategi Pemasaran pada Kopi Robusta dalam Pemanfaatan Limbah Kulit Kopi dan Jahe sebagai Peluang Usaha bagi Mahasiswa Perbankan Syariah (PRODUK CASCARA)”** asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UINFAS 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 sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

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

Bengkulu, 04 Oktober 2021 M

9 Muharam 1442 H

Mahasiswa yang menyatakan



Suci Karmilasyah Putri
NIM. 1711140034

ABSTRAK
**Penerapan Strategi Pemasaran Pada Kopi Robusta dalam
Pemanfaatan Limbah Kulit Kopi dan Jahe Sebagai Peluang
Bisnis Bagi Mahasiswa**
Oleh Suci Karmilasyah Putri, Nim 1711140034

Skripsi ini di susun untuk mengetahui bagaimana cara penerapan strategi pemasaran pada produk teh celup cascara dengan menggunakan strategi pemasaran secara langsung dan strategi pemasaran secara online. Usaha yang kami lakukan yang berlokasi di Jl. Zainal Arifin, Rt.05, Rw.02 Kel. Dusun Besar Kec. Singaran pati., Kota Bengkulu.

Strategi Pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspetasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk dipasar. Dalam strategi pemasaran perusahaan harus memiliki faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam memasarkan produk yaitu dengan menggunakan strategi bauran pemasaran 4P antara lain: Produk, Harga, Tempat, dan Promosi. Teh Celup Cascara adalah produk minuman yang dibuat dari Limbah Kulit Kopi dan ditambahkan sedikit Serbuk Jahe dengan tanpa ada bahan tambahan pada minuman yang diizinkan. Pengolahan Teh Celup Cascara diinovasikan dengan satu varian rasa yang terdapat dalam serbuk jahe. Selain itu kami juga mengemas Teh Celup Cascara dalam kemasan yang modern untuk menarik perhatian konsumen. Produk ini dapat dikonsumsi oleh remaja dan orang tua dengan harga yang terjangkau. Sehingga dengan adanya usaha teh celup cascara diharapkan dapat menambah minat mahasiswa atau masyarakat umum untuk berwirausaha serta menjadi sebuah peluang bisnis yang baik. Promosi yang kami lakukan yaitu promosi offline dan online. Dalam skala kecil, penggunaan strategi pemasaran secara offline yaitu dengan kerjasama antar pedagang disekitar tempat wisata dan toko oleh-oleh khas Bengkulu dan daerah di sekitar Kota Bengkulu. Bauran Pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara signifikan.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Peluang Bisnis Mahasiswa, Produk Teh Celup Cascara.

ABSTRACT

Application of marketing strategy on roustacoffee in the utilization of leather and ginger waste as a business opportunity for students

By Suci Karmilasyah Putri, Nim 1711140034

This thesis is structured to find out how to implement marketing strategies for cascara tea bags using direct marketing strategies and online marketing strategies. The data used is primary data, from the cascara tea bag business located on Zainal Arifin street, Rt 05,Rw.02, Dusun Besar Village, Singaran Pati District, Bengkulu City.

Marketing strategy is a plan that outlines the company's expectations on the impact of various marketing activities or programs on product demand in the market. In the company's marketing strategy must have factors that influence the success in marketing product, namely by using the four p, among others: product, price, place, promotion. Cascara tea bags are beverage products made from coffee husk waste and added a little ginger powder. With no additional ingredients in permitted drinks. Cascara tea bag processing is innovated with one flavor variant found in ginger powder. In addition, we also pack cascara tea bags in modern packaging to attract consumers attention. This product can be consumed by teenagers and parents at an affordable price. So that with the cascara tea bag business, it is hoped that it can increase the interest of students or the general public for entrepreneurship and become a good business opportunity. The promotions we do are offline and online promotions. On a small scale, the use of offline marketing strategies, namely by collaborating between traders around tourist attractions and souvenir shops typical of Bengkulu and the area around the city of Bengkulu. marketing mix has a significant positive effect on purchasing decisions.

Keyword: *marketing strategy, student business opportunities, cascara tea bag products*

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kewirausahaan adalah proses dinamis untuk menciptakan kekayaan tambahan. Kekayaan ini diciptakan oleh individu yang menanggung risiko utama dalam hal kesetaraan, waktu, dan atau komitmen karier untuk memberikan nilai bagi beberapa produk atau layanan. Produk atau layanan itu sendiri mungkin bukan baru atau unik tetapi nilainya harus disuntikkan oleh pengusaha dengan mengamankan dan mengalokasikan keterampilan dan sumber daya yang diperlukan.

Selaku seseorang wiraswasta hingga pula wajib paham mengenai resikonya. Efek dari tiap ketetapan yang dibuatnya hendak berakibat untuk usahanya di era kelak. Minuman Teh Celup amat disukai oleh seluruh kalangan. Tidak terdapat batas spesial terpaut baya, tipe kemaluan, profesi, serta lain serupanya. Hingga hari itu, disini penulis berupaya menghasilkan upaya kecil menengah “Cascara”. Upaya ini dirasa mampu mendobrak pangsa pasar. Disebabkan Teh Celup ini terbuat dari olahan limbah kulit kopi dan jahe pilihan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas segala nikmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Penerapan Strategi Pemasaran pada Kopi Robusta dalam Pemanfaatan Limbah Kulit Kopi dan Jahe sebagai Peluang Bisnis bagi Mahasiswa (PRODUK CASCARA)". Shalawat dan salam tak lupa saya panjatkan untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat

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

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini penulis telah banyak mendapat bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zulkarnain, M. Pd., sebagai Rektor UIN Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu
2. Dr. H. Supardi, M.A. selaku Dekan Dr. H. Supradi, M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
3. Desi Asnaini, M.A, selaku Wakil Dekan II dan sekaligus sebagai pembimbing I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah membimbing serta arahan dengan penuh kesabaran.
4. Yenti Sumarni M.M. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan bisnis Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dan sekaligus sebagai pembimbing ke II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi.
5. Kedua orang tua penulis yang selalu mendoakan kesuksesan penulis

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal Administrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan Tugas Akhir ini.

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

Bengkulu, 04 Oktober 2022 M
9 Muharam 1443 H
Penulis:

Suci Karmilasyah Putri
NIM 1711140034

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
RINGKASAN EKSEKUTIF	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Program	10
D. Manfaat Program	11
E. Luaran yang Diharapkan.....	11
F. Penelitian Terdahulu	12

BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

A. Analisa Produk.....	14
B. Pangsa Pasar.....	20
C. Lokasi Usaha.....	20
D. Analisa Kelayakan Usaha/Program.....	21

BAB III METODE PELAKSANAAN

A. Alat dan Bahan.....	23
B. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Pemasaran.....	29
C. Proses Promosi dan Pemasaran.....	30

D. Analisis Peluang Usaha.....	38
BAB IV ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	
A. Anggaran Biaya.....	42
B. Jadwal Kegiatan	44
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	
A. Hasil yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program.....	50
B. Potensi Keberlanjutan Program.....	53
BAB VI PENUTUP	
A. Evaluasi	55
B. Kesimpulan.....	55
C. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Acc Judul

Lampiran 2 Surat Penunjukan Pembimbing

Lampiran 3 Surat Izin PIRT (Produk Industri Rumah Tangga)

Lampiran – Lampiran Biodata Data

Lampiran Gambar

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang diberkahi dengan letak geografis dan struktur tanah yang baik sebagai tempat bertumbuhnya kopi. Tercatat kopi Indonesia saat ini menempati peringkat ketiga terbesar di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia.¹ Pada tahun 2019 luas areal di Indonesia lebih dari 80% perkebunan kopi yang merupakan jenis kopi Robusta dengan mencapai 239.756 hektar dengan produktivitas sebesar 741.675 ton.² Berbagai macam kopi yang dihasilkan Indonesia antara lain: kopi Arabika Gayo, kopi Robusta Sidikalang, kopi Arabika Flores Bajawa, kopi Robusta Merapi, dan kopi Robusta Pinogu.³ Kopi adalah jenis minuman yang penting bagi sebagian besar masyarakat di seluruh dunia karena memiliki sejumlah kandungan zat gizi baik bagi tubuh. Setiap daerah memiliki cita rasa kopi yang berbeda hal ini dikarenakan faktor geografis yang menjadi daya tarik tersendiri terhadap nilai jual kopi di pasar internasional. Kopi memiliki jenis beragam yakni Arabika, Robusta, Liberica dan Excelsa. Arabika dan Robusta adalah

¹ <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/arsip-outlook/75-outlook-perkebunana/420-outlook-kopi-2016>, diakses 4 Januari 2022

² Umar Hafidz Asy'ari Hasbullah, dkk, 2021, "*Kopi Indonesia*" Hlm 2. Yayasan Kita Menulis.

varietas terbesar yang ada di Indonesia dan digunakan sebagian besar untuk coffee shop atau kedai kopi.

Seiring dengan peningkatan jumlah penduduk dunia, kebutuhan akan energi hari semakin meningkat. Sementara itu sumber daya alam yang dapat menghasilkan energi selama ini semakin terkuras. Hal inilah yang mendorong berbagai negara berusaha keras untuk mengadakan efisiensi dan penghematan energi serta mencari sumber energi baru sebagai energi alternatif, termasuk dalam dunia pertanian dan perkebunan. Kopi merupakan salah satu hasil komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomis cukup tinggi diantara tanaman perkebunan lainnya dan berperan sebagai sumber devisa Negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga memberikan sumber penghasilan bagi petani kopi di Indonesia.⁴

Kandungan dalam limbah kulit kopi antara lain: memiliki kandungan nutrisi sebagai berikut CP 9,94%, SK 18,17%, Abu 11,28%, Ca 0,68%, GE 3306 Kkal dan TDN 50,6%. Sekalipun mengandung nutrisi yang cukup baik akan tetapi kulit kopi mempunyai kelemahan yaitu mudah busuk dengan masa simpan 3 sampai 4 hari.⁵

Kopi robusta ditemukan pertama kali di Kongo pada tahun 1981 oleh ahli botani dari Belgia. Kopi Robusta merupakan

⁴ Raharjo, Pudji. 2012, "*Panduan Budi daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*". Hlm 7-8. Penebar Swadaya

⁵<https://coffeeland.co.id/Pemanfaatan-Limbah-Kulit-Kopi>. diakses 18 November 2021 pukul 15.24 wib.

tanaman asli Afrika meliputi daerah Kongo, Sudan, Liberia, dan Uganda. Kopi robusta mulai dikembangkan pada awal abad ke-20 oleh pemerintahan kolonial belanda. Kopi robusta dapat tumbuh pada ketinggian antara 400-800 mdpl. Suhu rata-rata yang dibutuhkan pada tanaman kopi robusta sekitar 26°C. Kopi robusta beradaptasi lebih baik daripada arabika pada curah hujan intensif melebihi 2000 mm. tanaman kopi robusta tumbuh dengan baik pada tanah memiliki tingkat keasaman (pH) sekitar 5-6,5. Tanaman kopi robusta sudah mulai berbuah pada umur 2,5-3 tahun. Pada musim panen kopi robusta di Indonesia biasanya dimulai pada bulan mei sampai September dengan terbentuknya kuncup bunga sampai siap dipanen. Jenis Robusta dengan karakteristik biji kopi berbentuk bulat dan ukurannya lebih kecil daripada kopi arabika. Warnanya pun jauh lebih pucat dan lipatan bagian tengahnya kurang jelas. Teksturnya sedikit lebih kasar dilidah dan rasa manisnya seperti coklat.⁶ Dalam pengolahan buah kopi akan menghasilkan kurang lebih 65% biji kopi dan kurang lebih 35% limbah kulit kopi. dari 100kg kopi segar, maka akan dihasilkan biji kopi sekitar 400-500kg dan kulit kopi sekitar 400-600kg. Konsumsi kopi dunia mencapai 70% berasal dari spesies kopi arabika dan 26% berasal dari kopi spesies kopi robusta.

⁶ Panggabean, Edy. 2011. *Buku Pintar Kopi*. Hlm 4. Jakarta: Agro Media Pustaka.

Kandungan yang di miliki pada Kopi Robusta adalah sebagai berikut:⁷

1. Kafein yang cukup tinggi

Kafein pada kopi robusta sendiri bisa dikatakan cukup tinggi dibanding dengan kopi arabika. Hal ini yang membuat kopi robusta kurang cocok dinikmati paagi hari. Kandungan kafein pada robusta yaitu 1,8 sampai 4% dan membuat rasanya cukup pekat.

2. Asam

Selain memiliki rasa pekat dan lumayan pahit, kopi robusta juga memiliki rasa asam yang cukup tinggi yang dihasilkan kandungan pada kopi.

3. Kandungan Gula

Selain memiliki kandungan kafein, kopi robusta juga memiliki kandungan gula sendiri. Untuk kandungan gula pada kopi robusta cukup rendah dibanding dengan kopi arabika yaitu 3 sampai 7%.

4. Senyawa Antioksidasi

Asam klorogenat yang ada pada kopi robusta merupakan salah satu antioksidasi baik hyang mampu memicu kesehatan. Mengonsumsi kopi robusta dalam jumlah yang tepat dapat menambah kesegaran tubuh.

⁷<https://paktanidigital.com/artikel/mengetahui-karakteristik-kopi-robusta/#.YZYnxiyR6E>.diakses 18 november 2021 pukul 15.56 wib.

5. Vitamin B2

Pada kopi robusta memiliki vitamin B2 yang memiliki peranan untuk menjaga stabilitas tubuh.

Jahe (*Zingiberoficinale*) merupakan tanaman rimpang yang dapat tumbuh subur di daerah dataran rendah sampai wilayah pegunungan dengan ketinggian 0 sampai 1.500 meter dari permukaan air laut. Jahe merah memiliki nama lain *Zingiber officinale var rubrum* dengan cirikhas yaitu memiliki rasa sedikit pahit dan sangat pedas, aroma yang cukup tajam, memiliki rimpang berwarna merah yang berukuran lebih kecil dibandingkan dengan jahe lainnya, serat yang lebih besar, serta memiliki kandungan minyak asiri sekitar 2,58-3,90% dan oleoresin sekitar 5,8%-6,3% dari berat kering. Selain berkhasiat sebagai obat-obatan industri makanan dan juga minuman.⁸

Tanaman kopi (*coffea spp*) termasuk kelompok tanaman semak belukar dengan *genus Coffea*. Linnaeus merupakan orang pertama yang mendeskripsikan spesies kopi arabika (*coffea Arabica*).⁹ pada tahun 1753 kini lebih dari 120 spesies kopi telah diidentifikasi. namun hanya satu spesies yaitu *coffea canephora* atau kopi robusta yang dibudidayakan mendekati kuantitas kopi arabika di seluruh dunia.

⁸ Hesti Dwi Setyaningrum dan Cahyo Saprianto, 2013, *Jahe di Indonesia*, Jakarta, Swadaya, Hlm 6.

⁹ Panggabean, E. 2011. *Buku Pintar Kopi*. Jakarta: Agro Media Pustaka.

Menurut Ova, terdapat empat jenis kopi yang telah dibudidayakan, yakni:¹⁰

a. Kopi Arabika

Merupakan kopi yang paling banyak dikembangkan di dunia maupun di Indonesia. Kopi ini ditanam pada dataran tinggi yang memiliki iklim kering sekitar 1350-1850 meter dari permukaan laut (mdpl) dan di Indonesia sendiri kopi ini dapat tumbuh dan berproduksi pada ketinggian 1000-1750 mdpl. Jenis kopi cenderung tidak tahan *Hemilia Vastatrix* namun kopi ini memiliki tingkat aroma dan rasa yang kuat.

b. Kopi Liberika

Jenis kopi ini berasal dari dataran rendah Monrovia di daerah Liberika. Pohon kopi liberika tumbuh dengan subur di daerah yang memiliki tingkat kelembapan yang tinggi dan panas. Kopi liberika penyebarannya sangat cepat. Kopi ini memiliki kualitas yang lebih buruk dari kopi arabika baik dari segi buah dan tingkat rendemennya rendah.

c. Kopi Excelsa

Merupakan salah satu jenis kopi yang paling toleran terhadap ketinggian lahan. Kopi ini bisa tumbuh dengan baik di dataran rendah dari ketinggian 0-750m di atas permukaan laut. Selain itu, kopi excels juga tahan terhadap kekeringan dan suhu tinggi. Pohon kopi excels dapat tumbuh menjulang

¹⁰ <https://dewey.petra.ac.id> Lides Siregar. Diakses 13 januari 2022 pukul 11.22 wib

hingga 20 meter. Bentuk daunnya besar dan lebar berwarna hijau keabu-abuan, kulit buahnya lembut serta mudah dikupas dengan tangan. Kopi excelsa memiliki produktivitas rata-rata 800-1.200kg/ha/tahun. Kelebihan lain jenis kopi ini, dapat tumbuh dilahan gambut. Jenis kopi excelsa, di Indonesia secara terbatas ditemukan di daerah tanjung jabang barat dan jambi.urunan pertama hasil perkawinan antara dua spesies atau varietas sehingga mewarisi sifat unggul dari kedua induknya. Namun, keturunan dari golongan hibrida ini sudah tidak mempunyai sifat yang sama dengan induk hibridanya. Oleh karena itu, pembiakannya hanya dengan cara vegetatif seperti stek atau sumbungan.

a. Kopi *Canephora*

Kopi *Canephora* juga disebut kopi Robusta. Nama Robusta dipergunakan untuk tujuan perdagangan, sedangkan *Canephora* adalah nama botanis. Jenis kopi ini berasal dari Afrika, dari bagian pantai barat sampai Uganda. Kopi robusta memiliki kelebihan dari segi produksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan jenis kopi Arabika dan Liberika. Pemanfaatan limbah kulit kopi memiliki potensi jika diolah kembali menjadi sebuah produk karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi.

Pemanfaatan Limbah Kulit Kopi antara lain:¹¹

1. Diolah menjadi cascara

Cascara adalah produk minuman yang menggunakan bahan kulit kopi yang tidak terpakai. Cascara dibuat bersamaan dengan proses pemilihan biji kopi. Biasanya buah kopi dijemur terlebih dahulu dibawah paparan sinar matahari. Kemudian pemisahan biji kopi yang sudah matang dan belum matang.

2. Sebagai alternatif pakan ternak

Peningkatan kualitas pakan dapat dilakukan melalui fermentasi. Bahan pakan yang difermentasi menggunakan limbah perkebunan yang dapat menggantikan hijauan pada musim kemarau. Limbah perkebunan yang tidak dimanfaatkan salah satunya adalah kulit kopi. Limbah kulit kopi belum dimanfaatkan peternak secara optimal. Padahal kulit kopi bisa dimanfaatkan sebagai pakan ternak karena kulit kopi mempunyai pencernaan protein sebesar 65% dan 51,4% untuk kulit kopi. Kulit buah kopi cukup potensial untuk digunakan sebagai bahan pakan ternak ruminansia baik itu ruminansia kecil maupun ruminansia besar. Salah satu kendala pemanfaatan limbah kulit kopi sebagai pakan ternak adalah kandungan serat kasarnya yang tinggi yaitu 33,24% sehingga tingkat kecernaannya sangat rendah. Dengan proses

¹¹ <https://coffeeland.co.id/Pemanfaatan-Limbah-Kulit-Kopi/>. Diakses 4 Januari 2022 pukul 19.21 wib

amoniasi, tingkat kecernaannya kulit kopi bisa ditingkatkan. Bukan hanya itu, amoniasi kulit kopi juga dapat meningkatkan kadar protein serta menghilangkan aflatoksin.

3. Dapat dijadikan sebagai pupuk kompos

Kompos merupakan hasil fermentasi (dekomposisi) dari bahan-bahan organik seperti tanaman, hewan, atau limbah organik lainnya. Kompos yang digunakan sebagai pupuk disebut pupuk organik karena penyusunannya terdiri dari bahan-bahan organik. Bahan-bahan organik yang umum dimanfaatkan sebagai kompos adalah: limbah pertanian dan residunya, limbah ternak dan residunya, pupuk hijau, tanaman air, limbah industri padat dan cair, limbah rumah tangga dan sampah.

4. Dapat dijadikan kerajinan tangan

Kulit kopi dapat juga dipakai untuk membuat beraneka ragam kerajinan tangan, contohnya boneka dari kulit kopi. Dimana boneka dari kulit kopi dapat menjadi suatu peluang usaha yang cukup potensial untuk menambah penghasilan.

Manfaat Limbah Kulit Kopi dan Jahe pada Tubuh Manusia

1. Melindungi lambung supaya tidak memproduksi asam berlebihan
2. Mencegah penyakit Kanker, kulit kopi memiliki antioksidan yang bermanfaat melawan pengaruh buruk radikal bebas yang bisa mengancam kesehatan.

3. Mengencangkan kulit, kulit kopi yang kaya vitamin C dan E bermanfaat untuk mengencangkan kulit
4. Mencegah penuaan dini, antioksidan pada kulit kopi dapat mengurangi tanda-tanda penuaan dini, mengurangi keriput dan garis halus, dan dapat melindungi kulit dari pengaruh buruk sinar ultraviolet.

Limbah kulit kopi tidak hanya memiliki efek negative saja tetapi kulit kopi dapat dijadikan teh. The adalah salah satu minuman yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Menurut Winarsi teh dibagi menjadi dua yaitu teh herbal dan teh non herbal.

Teh kulit kopi memiliki kandungan yang baik bagi manusia. Kandungan kafein yang terdapat dalam kulit kopi berfungsi untuk menekan resiko jantung, selain itu kulit kopi juga memiliki beberapa zat lain yang bermanfaat bagi tubuh. Menurut Kurniawati kulit kopi merupakan salah satu limbah yang memiliki beberapa senyawa polifenol yang terdiri dari tanin, katekin, flavonol, asam hidroksimat, dan antosianin.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Pemasaran produk Teh Celup Cascara dan Bagaimana Prospek ke depan Produk ini ?

C. Tujuan Program

1. Untuk Mengetahui Strategi Pemasaran yang digunakan pada produk cascara

2. Untuk melihat bagaimana prospek ke depan pada produk cascara
3. Adapun tujuan khusus mengambil Tugas Akhir Kewirausahaan yaitu untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

D. Manfaat Program

1. Bagi Fakultas
Memberikan informasi kepada Mahasiswa dan Masyarakat Umum mengenai Pemanfaatan Limbah Kulit Kopi dan Jahe dapat dijadikan Peluang Bisnis.
2. Bagi Masyarakat
 - a. Tersedianya produk minuman kopi yang terbuat dari Limbah kulit kopi dan Jahe yang disajikan dengan cara dicelup.
 - b. Terciptanya Kreativitas Mahasiswa dan Masyarakat dalam bereksperimen untuk menciptakan inovasi dan tepat guna.
 - c. Terbukanya lapangan kerja baru yang siap menampung sumber daya yang ada.

E. Luaran yang Diharapkan

Luaran yang Diharapkan dari program daya cipta mahasiswa kewirausahaan ini yaitu mampu mengembangkan kreativitas dan inovasi kepada masyarakat khususnya mahasiswa untuk memanfaatkan limbah kulit kopi yang dapat dijadikan peluang

bisnis. Sehingga usaha ini dapat disukai oleh masyarakat umum dan mampu bersaing dengan Kompetitor lainnya.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti banyak mendapat referensi dari berbagai jurnal atau penelitian terdahulu. Diantaranya adalah :

Pertama, penelitian yang sudah memfokuskan kepada Teh Celup Cascara, Pirdan garis melakukan penelitian dengan judul pemanfaatan kulit kopi cascara menjadi teh celup. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dan metode analisis. Meneliti untuk memberikan solusi bagi petani kopi agar dapat mengolah limbah kulit kopi cascara yang terbuang, mengetahui kadar air dan abu, mengetahui daya terima penulis teh limbah kulit kopi cascara.¹²

Kedua, penelitian yang sudah memfokuskan kepada Teh Celup Cascara, Syubbanul melakukan penelitian dengan judul peningkatan nilai ekonomi kulit buah kopi robusta (*coffee canephora*) melalui produksi teh celup cascara sebagai fungsional kaya antioksidan. Penelitian ini menggunakan metode praktik langsung dan studi pustaka.¹³

Meneliti bagaimana peningkatan nilai ekonomi kulit buah kopi robusta melalui produksi teh celup cascara diharapkan dapat meningkatkan penghasilan petani kopi sekaligus dapat

¹² <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/1400> diakses 04 januari 2022 pukul 13.00 wib

¹³ <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/WRTP/article/download/10113/7386/> diakses 12 januari 2022 pukul 14.41 wib

meningkatkan skala produksinya sehingga dapat membuka peluang usaha mandiri.

Ketiga, penelitian yang sudah memfokuskan kepada Teh Celup Cascara (*Coffea Arabica L*), Mukhlis Rinaldi Rambe melakukan penelitian dengan judul Studi pembuatan teh dari kulit kopi. Penelitian ini menggunakan metode rancangan acak lengkap (RAL).¹⁴

Meneliti untuk mengetahui adanya pengaruh lama pengeringan serta konsentrasi kulit lemon terhadap pembuatan teh kulit kopi (*coffea Arabica L*).

¹⁴ <http://repository.umsu.ac.id/xmlui/handle/123456789/6915> diakses 12 januari 2022 pukul 14.44 wib

BAB II

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Analisa Produk

Produk merupakan suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak diraba, yang didalamnya termasuk kemasan, harga, *prestise* perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya.¹⁵ Nama produk ini adalah Teh Celup Cascara. produk ini merupakan salah satu olahan yang berbahan Limbah Kulit Kopi dan Jahe dan produk ini bergerak dalam bidang olahan pangan. Maka, dengan adanya produk minuman baru ini konsumen dapat merasakan rasa teh yang berbeda dari minuman teh lainnya.

Produk dapat diklasifikasikan ke dalam 2 kelompok utama, yaitu:¹⁶

a. Barang (*Goods*)

Merupakan barang berwujud fisik, sehingga dapat dilihat, diraba, disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan dan diperlakukan fisiknya. Ditinjau dari aspeknya, terdapat dua macam barang yaitu barang tahan lama (*Durable Goods*) dan barang tidak tahan lama (*Nondurable Goods*).

¹⁵ Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta: Kobis, 2014), hlm.18.

¹⁶ Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), Hlm.69.

b. Jasa (*Services*)

Aktivitas, manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Jasa bercirikan *intangibile, inseparable, variable, dan perishable*. Produk juga bisa dikatakan sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, diberi, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas segala sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

Berikut serangkaian atribut yang terdapat dalam produk adalah sebagai berikut:¹⁷

1. Merek

Merek adalah simbol yang dirancang untuk mengidentifikasi produk yang ditawarkan penjual. Fungsi merek adalah untuk membedakan suatu produk perusahaan terhadap perusahaan lainnya. Sehingga mempermudah konsumen mengidentifikasi produk dan menyakinkan konsumen akan kualitas produk yang sama jika melakukan pembelian ulang.

¹⁷ <http://www.kajianpustaka.com/2018/02/pengertian-unsur-dan-komponen-atribut-produk.html>. Diakses 06 Januari 2022 pukul 22.04 wib

Merek atau simbol yang kami gunakan dalam produk yaitu Cascara. Dari segi bahasa, cascara masuk pada kosa kata Spanyol yang berarti kulit, sedangkan dalam bahasa Inggris Cascara artinya kulit buah ceri kopi. Cascara adalah teh yang dibuat menggunakan kulit buah kopi yang dikeringkan. Karenanya, banyak yang menganggap bahwa minuman ini mengandung kafein yang banyak sama seperti kopi pada umumnya. Padahal kadar kafein yang terkandung didalam cascara sangatlah rendah. Walaupun diseduh dalam waktu yang lama dan menggunakan suhu yang tinggi, cascara tetap memiliki kandungan kafein yang rendah yaitu 111.4 mg/L.

2. Kemasan

Kemasan adalah segala kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan, dan benturan-benturan terhadap benda lain. Sedangkan pengemasan adalah sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai sehingga kemasan ini dapat berfungsi agar produk di dalamnya dapat terlindungi.¹⁸

¹⁸ <https://accurate.id/Marketing-Manajemen/Mengetahui-Fungsi-dan-Jenis-Kemasan>. Diakses 04 Februari 2022 pukul 19.08 wib.

3. Pemberian Label

Labeling berkaitan erat dengan pengemasan. Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang menyampaikan informasi mengenai produk atau penjualnya.¹⁹ Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dilekatkan pada produk. Sedangkan menurut Kotler menyatakan bahwa label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label hanya bisa mencantumkan merek atau informasi.²⁰

Produk yang dihasilkan pada penelitian ini antara lain:

- a. Teh kering kulit kopi

Gambar 4.1



Limbah kulit kopi setelah dijemur akan menjadi kering dan warna sedikit merah kehitaman. Ini diakibatkan kandungan yang

¹⁹ Angipora, Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), Hlm.192.

²⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2000) Edisi 2, Hlm.477.

terdapat kulit kopi sebelum dijemur lebih banyak daripada kandungan setelah dijemur.

b. Aroma

Aroma yang keluar dari teh limbah kulit kopi cascara ini sama seperti aroma pada kopi robusta yang memiliki kandungan kafein dan asam klorogeniknya yang tinggi. Rasa asam akan terbawa ke dalam seluruh bagian buah kopi robusta termasuk kulit kopi.

c. Warna

warna yang dihasilkan pada produk cascara adalah warna coklat kehitaman seperti teh pada umumnya. Warna pada minuman dan makanan merupakan hal pertama yang dapat menarik konsumen. Warna yang dihasilkan dari kulit kopi yang awalnya merah menjadi coklat kehitaman dikarenakan adanya tannin. Semakin pekat warna teh, maka kadar tanin semakin rendah.²¹

d. Tekstur

Tekstur teh celup limbah kulit kopi berkaitan dengan proses pengeringan khususnya kandungan asam pektat yang ada dalam kulit kopi. Asam pektat akan mengering dan membentuk semacam pernis, sehingga permukaan the

²¹<https://jurnal.polban.ac.id/index.php/proceeding/article/view/1400/163>, diakses 9 januari 2022 pukul 20.54 wib

menjadi kering dan kasar yang berpengaruh pada tekstur teh.²²

e. Seduhan teh celup cascara

Gambar 4.2



Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Rasa seduhan teh limbah kulit kopi berbeda dengan teh kering. Karena disebabkan adanya senyawa thearubigin pada kulit kopi yang diseduh saat bertemu dengan air dengan suhu 74-85°C, sehingga aroma limbah kulit kopi memberikan rasa asam. Rasa asam pada limbah kulit kopi mengandung asam klorogenat dan asam kafeat. Rasa teh pada umumnya biasanya sepet, begitupula dengan teh limbah kulit kopi. Rasa sepet pada limbah kulit kopi disebabkan adanya katekin. Katekin adalah salah satu zat yang mengandung tanin yang mempunyai sifat mengumpalkan protein sehingga menghasilkan rasa sepet.²³

²²<https://jurnal.polban.ac.id/index.php/proceeding/article/view/1400/163>. Diakses 10 januari 2022 pukul 09.45 wib

²³<https://jurnal.polban.ac.id/index.php/proceeding/article/view/1400/163>. Diakses 10 januari 2022 pukul 11.00 wib

B. Pangsa Pasar

Dalam menentukan target konsumen menjadi hal yang sangat penting dalam penjualan. Sebelum melakukan pemasaran, seorang pembisnis harus menargetkan siapa saja calon konsumen. Maka dari itu agar usaha UMKM yang dilakukan tetap produktif dengan baik dan tepat maka dalam pemasaran produk seperti makanan atau minuman yaitu bagaimana mempromosikan produk kita secara luas sehingga mampu menarik masyarakat atau mahasiswa untuk membelinya. Produk teh celup cascara dengan rasa asam dan sedikit sepet lebih dominan banyak di sukai oleh kalangan mahasiswa dan orang tua serta bermanfaat juga bagi kesehatan tubuh kita. Oleh karena itu, target pasar yang kami lakukan adalah kalangan mahasiswa dan orang tua baik lingkungan kampus UINFAS dan sekitarnya. Untuk merealisasikan, maka kami menentukan lokasi yang nantinya harus berdekatan dengan tempat keramaian yang sering dilalui atau akses bagi banyak orang untuk ke depannya. Saat ini sasaran yang kami tuju menggunakan media sosial sebagai alat untuk menarik konsumen yang dikenal dan amanah dalam pembelian.

C. Lokasi Usaha

Lokasi usaha merupakan tempat usaha beroperasi dalam melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa. Penentuan lokasi produksi ini posisi keberadaan suatu aktivitas

produksi yang sesuai dengan ruang lingkup bentuk bisnis tersebut. Pertimbangan yang kami lakukan dalam menentukan lokasi yaitu tempat yang banyak di lalui oleh kendaraan serta ada beberapa café disekitarnya. untuk itu, lokasi usaha produk teh celup cascara yang kami lakukan yaitu di daerah Jln. Zainal Arifin Rt 05 Rw 02 Kel. Dusun Besar Kec. Singaran pati. Kota Bengkulu.

D. Analisa Kelayakan Usaha/Program

Berdasarkan analisa pasar yang telah dilakukan, produk Cascara ini mempunyai peluang yang cukup tinggi untuk bersaing dengan produk lainnya. Dimana cascara ini terbuat dari limbah kulit kopi dan ditambahkan sedikit serbuk jahe yang bebas dari bahan kimia dan memiliki kandungan asam klorogenat dan asam kafeat. Dengan adanya kandungan tersebut dapat memberikan manfaat terhadap tubuh salah satunya mencegah kanker. Usaha ini juga mampu memberikan peluang usaha kepada masyarakat khususnya kepada mahasiswa dalam membangun perekonomian di Kota Bengkulu serta dapat dijadikan investasi dimasa mendatang karena bisa menjadi suatu potensi penghasilan jangka panjang.

Adapun permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran yakni. Produk teh celup cascara masih banyak belum diterima oleh masyarakat khususnya mahasiswa. karena masih banyak masyarakat dan mahasiswa belum mengenal dan mengetahui apa itu teh celup cascara dan manfaat apa saja yang terdapat dalam limbah kulit kopi dibandingkan teh pada umumnya. Pada saat pemasaran ada beberapa respon para konsumen terhadap produk cascara yaitu: pada saat pemasaran masih banyak masyarakat atau

mahasiswa yang tidak percaya pada kandungan serta manfaat dalam limbah kulit kopi dan masih ragu apakah teh celup layak untuk diminum atau tidak.

Apabila usaha ini mengalami kerugian dimasa yang akan datang dalam pendapatan atau income perbulannya. Karena dalam mendapatkan pendapatan dan keuntungan dalam penjualan selalu ada untung dan rugi. Maka harus siap dalam menghadapi resiko berbisnis dan mempersiapkan pula finansial apabila suatu masalah terjadi pada usaha yang dibangun.²⁴

²⁴ [http:// www.lokerpns.web.id/2018/05/Pengertian-Resiko-Usaha-Jenis-contoh-Cara-Mengatasinya. html](http://www.lokerpns.web.id/2018/05/Pengertian-Resiko-Usaha-Jenis-contoh-Cara-Mengatasinya.html).

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Alat dan bahan

1. Alat

Peralatan yang digunakan dalam pembuatan teh celup cascara sebagai berikut:

Tabel 3.1 Alat

Nama alat	Jumlah
Kemasan	400 Kotak
Kantong Teh Celup	6000 Kantong
Baskom	3 Buah
Terpal 3 x 4 M	1 Buah
Mesin Blender	1 Buah
Timbangan	1 Buah
Sedok	3 Buah
Karter	2 Buah
Laminating	10 lembar
Plastik Klip	400 lembar
Kertas Tabel	400lembar

2. Bahan

Bahan produk yang kami gunakan dalam pembuatan teh celup cascara yaitu: Kulit Kopi dan Jahe



Tabel 3.2 bahan produksi

Nama	Jumlah	Harga Per-Kg	Total Harga
Kulit Kopi	56 Kg	Rp 5.000	Rp 280.000
Jahe	4 Kg	Rp 40.000	Rp 160.000
Total			Rp 440.000

Tabel di atas adalah alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan teh celup cascara. serta jumlah kebutuhan alat dan bahan yang dilakukan dalam sekali kegiatan produksi teh celup cascara.

i. Proses Pembuatan

Tahap- tahap pembuatan Teh Celup Cascara sebagai berikut:

a. Pembuatan Teh Celup Cascara

1. Kesatu, sediakan buah kopi yang telah masak atau berwarna coklat kemerahan. Kemudian masukkan buah kopi kedalam baskom yang telah berisi air. Lalu buah kopi dikupas. Setelah dikupas kulit kopi dijemur

dibawah sinar matahari. Penjemuran ini dilakukan 3-4 hari.

2. Kedua, sediakan jahe merah berukuran sedang. Setelah itu, jahe merah dikupas dan dijemur dibawah sinar matahari. Penjemuran jahe membutuhkan 2-3 hari.
3. Ketiga, pengilingan. Pengilingan kulit kopi dan jahe yang sudah kering dilakukan dengan menggunakan alat blender.
4. Kelima, pencampuran kulit kopi dan jahe.
5. Keenam, pengemasan kulit kopi dan jahe

Gambar 3.3 Proses Pembuatan cascara





Dari gambar di atas menjelaskan proses awal pembuatan produk teh celup cascara. antara lain: Pemilihan buah kopi, pengambilan buah kopi, pengupasan buah kopi dan jahe, penjemuran kulit kopi dan jahe, penggilingan kulit kopi dan jahe dan kemasan produk.

ii. Proses Pengemasan

Gambar 3.4



Tabel 3.4 alat pengemasan

Nama	Jumlah	Harga
Kemasan	1 kotak	Rp 5.000
KantongTeh Celup	15 bks	Rp 3.499,5
Plastik Klip	1 lembar	Rp 2.000
Kertas Label	1 lembar	Rp 1.000
Laminating	1 lembar	Rp 7.000
Total		Rp 18.499,5

Dari tabel di atas dapat dilihat bahan yang digunakan dalam proses pengemasan. Dalam proses pengemasan yang dilakukan adalah untuk menarik konsumen sehingga dapat memberi kesan yang bagus terhadap produk ini.

iii. Proses Pemasaran

Tabel 3.5 alat pemasaran

Nama	Jumlah	Harga
Brosur	40 lembar	Rp 2.000
Hp	2 unit	-
Kouta	15 GB	Rp 9.000



Alat dan bahan pada bagian pemasaran dapat dilihat pada tabel di atas. Proses pemasaran dilakukan menggunakan cara online dan offline. Secara online yaitu melakukan proses pemasaran melalui media sosial, sedangkan cara pemasaran secara offline adalah dengan menyebarkan brosur.

B. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Pemasaran

Pelaksanaan kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa ini dilakukan dengan tahap mulai dari perencanaan hingga proses produksi serta pemasaran produksi. Dalam perencanaan yang dilakukanyaitu mencetuskan program yang akan dilaksanakan yaitu Teh Celup Cascara. sehingga dalam perencanaan ini dibutuhkan perincian biaya yang akan dikeluarkan untuk pembelian alat dan bahan produksi produk teh celup cascara yang dilakukan pada bulan Mei. Adapun dalam penentuan lokasi produksi dan pemasaran yang kami lakukan yaitu Jl. Zainal Arifin Rt 05, Rw 02 Kel. Dusun Besar Kec.Singaran pati. Kemudian produksi dapat dilakukan setelah semua alat dan bahan sudah tersedia.

Pada pelaksanaan pemasaran yang kami dilakukan setelah perencanaan dan produksi selesai. Dalam pemasaran ini kami mendapat respon dari para konsumen yang dapat dijadikan masukan serta saran untuk perbaikan pada proses produksi, sehingga proses produksi dapat menjadi sempurna sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tugas bagian pemasaran adalah mempromosikan produk kepada konsumen secara luas dan detail mulai dari rasa dan kemasan sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut. Langkah awal yang dilakukan pemasaran yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran 4P dan dilanjutkan dengan promosi langsung, pemasaran ini dilakukan dengan menggunakan

media sosial seperti whatsapp dan instagram. Dalam pemasaran ini kami memerlukan biaya promosi online yaitu kouta data 5 GB dan biaya pengeluaran pengantaran kendaraan sebanyak 4 liter.

C. Proses Promosi dan Pemasaran

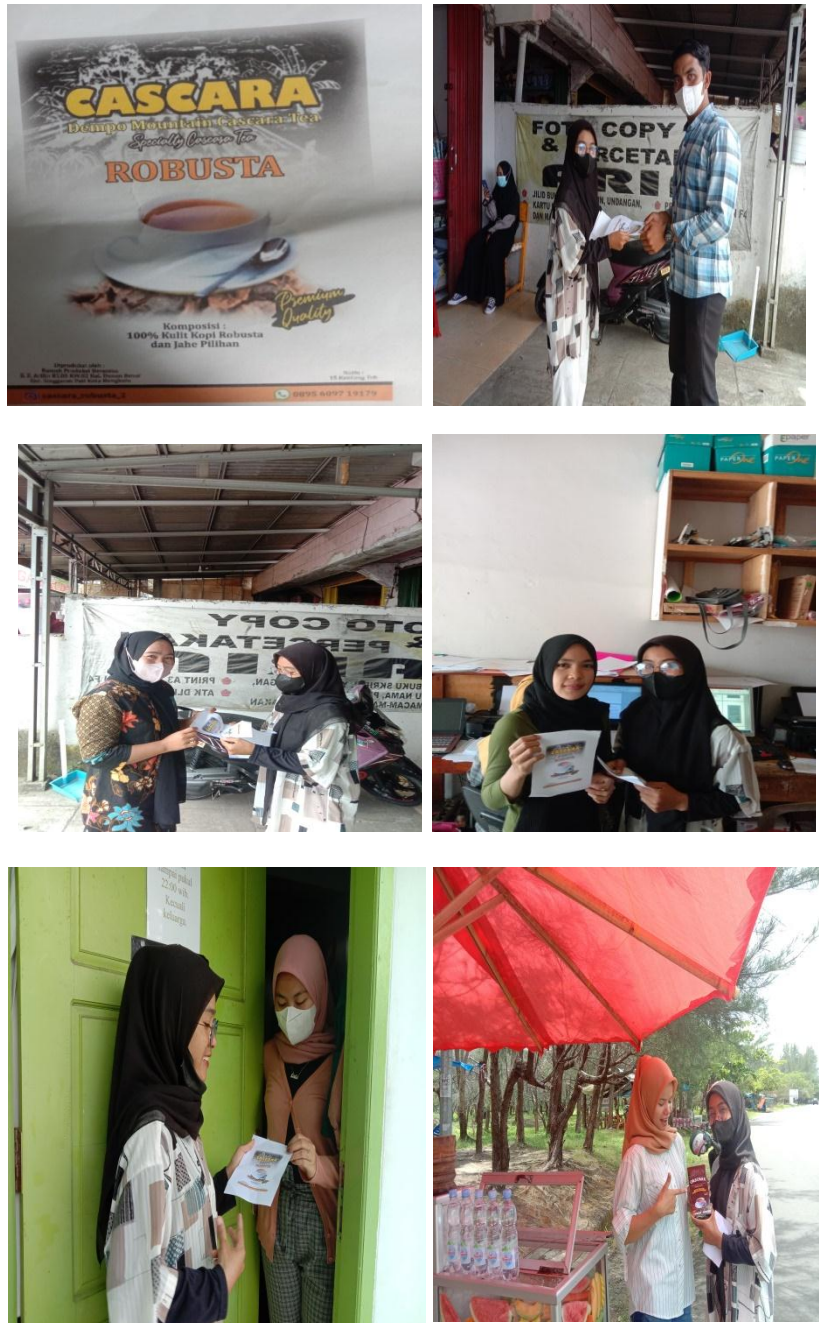
a. Promosi secara langsung

Promosi dilakukan dengan bertatap muka secara langsung kepada masyarakat dan mahasiswa serta memberikan pemahaman terhadap produk teh celup cascara.

1. Media cetak

Dalam mempromosikan produk kami menggunakan media cetak. Media cetak yang kami lakukan yaitu menyebarkan brosur secara langsung kepada masyarakat dan mahasiswa serta menyebarkan brosur melalui media seperti instagram, facebook, dan whatsapp. Serta memberikan penjelasan tentang produk cascara, manfaat dan kandungan apa saja yang terdapat dalam limbah kulit kopi.

Gambar 3.5 pemasaran dengan menggunakan brosur



2. Melakukan kerja sama kepada penjual

Dalam mempromosikan produk, kami bekerja sama dengan penjual lain sebagai tempat memasarkan produk yaitu dengan menitipkan produk ke tempat yang banyak dikunjungi oleh pembeli. Seperti kedai, café bahkan toko oleh-oleh di kota Bengkulu. sehingga dengan kedua cara ini produk kami dapat dikenal secara luas dan dapat berkembang cepat di masyarakat.

Gambar 3.6 memasarkan produk dengan menitipkan ke kedai dan oleh-oleh khas Bengkulu



Definisi pemasaran menurut William j. Stanton yang dikutip oleh Basu Swastha: pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. menurut Mekydrum pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia, finansial, dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif.

Strategi pemasaran adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Serta untuk memasarkan dan mengenalkan suatu produk maupun jasa kepada masyarakat. Definisi strategi pemasaran adalah “strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan oleh masyarakat dengan harapan agar suatu usaha dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Konsep pemasaran merupakan kunci untuk mencapai tujuan organisasional yang ditetapkan perusahaan tersebut sehingga menjadil lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih. Konsep pemasaran terdiri dari

empat pilar yaitu: pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu, dan kemampuan menghasilkan laba.²⁵

Dalam strategi pemasaran terdapat analisis swot yang digunakan oleh perusahaan untuk mengenali berbagai kondisi yang menjadi basis bagi perencanaan strategi dalam menghadapi permasalahan yang akan terjadi.

Empat Elemen dalam Analisis Swot, antara lain:²⁶

1. Kekuatan (*Strengts*)

Kekuatan atau keunggulan yaitu yang dimiliki untuk menghadapi tantangan yang ada, sehingga pada akhirnya usaha dapat bertahan dan berkembang.

2. Kelemahan (*Weakneses*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik kinerja organisasi, keterampilan dan kapasitasa kinerja efektif perusahaan.

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang adalah melihat situasi atau kondisi yang merupakan suatu organisasi atau perusahaan yang memberikan peluang bagi perusahaan berkembang dimasa mendatang.

4. Ancaman (*Threats*)

²⁵ Husein Umar, *Strategi Management in Action*, (Jakarta:PT,Gramedia Pustaka Utama,2001).h.31

²⁶ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT teknik Membedah Kasus Bisnis*,(Jakarta:Gramedia Pistaka Utama,2004),18.

Ancaman adalah tantangan yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan yang bercenderungan yang tidak menguntungkan dan mengancam kedudukan perusahaan dalam persaingan.

Analisis peluang usaha yang dilakukan dalam pemasaran cascara yaitu sebagai berikut:

1. *Strength* (kekuatan)

Dalam membuat produk cascara merupakan kekuatan tersendiri karena memiliki keunikan dan kreativitas dalam membangun usaha yang belum pernah dibuat oleh pengusaha lainnya khususnya di daerah kota Bengkulu. Karena produk ini memiliki perbedaan cita rasa yang tidak banyak dikenal oleh masyarakat sekitar. Cita rasa yang dimiliki oleh produk ini adalah cita rasa sepet dan asam yang terdapat di limbah kulit kopi dan jahe.

2. *Weakness* (Kekurangan)

Kekurangan yang dimiliki oleh produk cascara ini adalah masih banyak masyarakat yang belum mengenal produk ini serta manfaat dan kandungan yang terdapat dalam limbah kulit kopi.

3. *Opportunity* (Peluang)

Adapun peluang bisnis produk cascara ini memiliki prospek yang baik untuk kedepannya karena produk cascara ini masih banyak masyarakat yang belum tau sehingga produk ini mampu bersaing dengan produk lainnya. Banyaknya peminat produk cascara karena harganya terjangkau dan bisa diterima

oleh lidah masyarakat Bengkulu. Membuat peluang usaha dengan berbahan dasar limbah kulit kopi dan jahe yang masih belum diketahui oleh masyarakat.

4. *Threat* (Ancaman)

Ancaman atau hambatan yang dimiliki dalam usaha ini adalah pertumbuhan dan masa panen buah kopi yang begitu lama yaitu memerlukan waktu 8-11 bulan sejak dari kuncup sampai matang. Dan buah kopi mulai panen dan bagus yaitu berusia mulai dari 2,5 -3 tahun.

Ada beberapa respon para konsumen pada saat pemasaran produk antara lain:

- a. Pemasaran pertama dengan respon konsumen terkait kurangnya rasa jahe
- b. Pemasaran kedua terkait dengan harga yang sedikit mahal khususnya untuk mahasiswa
- c. Pemasaran ketiga dan seterusnya respon konsumen sudah baik dalam merespon produk cascara

Dalam proses pemasaran terdapat 4P metode yang dilakukan dalam penjualan yaitu sebagai berikut:²⁷

a. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen termasuk didalamnya keragaman produk, kualitas, garansi,

²⁷ [http://repository.unisba.ac.id.06 bab2-sumirat-10090310219-skr-2015](http://repository.unisba.ac.id.06%20bab2-sumirat-10090310219-skr-2015) diakses 11 Januari 2022 pukul 21.55 wib

merek, kemasan, pelayanan dan ukuran. Cascara adalah produk minuman yang terbuat dari limbah kulit kopi dan serbuk jahe yang tidak menggunakan bahan kimia. Kelebihan produk ini yaitu menggunakan buah kopi yang memiliki warna merah kecoklatan dan bebas pestisida. Desain produk adalah menciptakan produk baru untuk dijual kepada pelanggan. Sebuah koefisien yang sangat luas dan generasi yang efektif dan pengembangan ide melalui proses yang mengarah pada produk baru. Sehingga berperan sebagai identitas produk atau merek produk yang memiliki nilai dan kualitas yang tinggi. Inilah alasan mengapa mendesain produk semenarik mungkin karena untuk menarik para konsumen dan membedakan produk cascara dengan produk cascara lainnya.

b. Harga (*Price*)

Harga adalah nilai yang tercantum dalam daftar harga atau dapat juga diartikan harga nilai akhir yang diterima oleh perusahaan sebagai pendapatannya.²⁸ Harga juga bisa dikatakan sebagai suatu barang atau jasa yang ditukar dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dengan barang atau jasa. Harga teh celup cascara yang kami jualkan yaitu Rp.25.000 dalam satu kemasan yang terdapat 15 kantong teh.

c. Tempat (*Place*)

²⁸ Soemarso Sr, *Peranan Harga Pokok Dalam Penentuan Harga Jual*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), Hlm.12.

Tempat pemasaran yang kami lakukan adalah di sekitar pembuatan teh celup cascara Jl. Zainal Arifin Rt 05 Rw 02 kec. Sigaran pati dan di area kampus UINFAS.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah segala kegiatan manajerial yang mendorong dan mencapai target penjualan serta memberi penjelasan dalam menyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi adalah memperoleh perhatian, mengingat dan menyakinkan calon konsumen. Pada prinsipnya dalam mempromosikan suatu barang diperbolehkan untuk mengetahui manfaat yang terdapat pada produk, apakah produk dapat diterima oleh masyarakat atau tidak diterima oleh masyarakat.²⁹

Pada tahap strategi promosi yang kami lakukan yaitu promosi secara langsung kepada mahasiswa dan masyarakat dengan cara menyebarkan brosur serta melalui media sosial seperti whatsapp, instagram, dan facebook.

D. Analisis Peluang Usaha

i. Peluang Usaha

- a. Mampu membuat produk baru yang belum banyak diketahui oleh masyarakat khususnya di Kota Bengkulu
- b. Proses pengolahan mudah dilakukan, walau memerlukan waktu yang lama

²⁹ Douglas W. Foster, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1981), Hlm.17.

- c. Dapat dijadikan ciri khas oleh-oleh Bengkulu
2. Ancaman
- a. pertumbuhan dan masa panen buah kopi yang begitu lama yaitu memerlukan waktu 8-11 bulan sejak dari kuncup sampai matang. Dan buah kopi mulai panen dan bagus yaitu berusia mulai dari 2,5 -3 tahun.
- b. Waktu penjemuran yang membutuhkan 3-4 hari. Dan jika terjadi musim hujan maka penjemuran dilakukan paling lambat 4-6 hari.
- c. Harga kopi dan jahe yang tidak dapat diprediksi

Tabel 3.6 Anggraan Pembelian

Nama Barang	Jumlah	Harga Per-unit	Total Harga
Kemasan	400 Kotak	Rp 5.000	Rp 2.000.000
Kantong Teh Celup	6.000 Kantong	Rp 233,3	Rp 1.399.800
Baskom	3 Buah	Rp 10.000	Rp 30.000
Terpal 3x4 M	1 Buah	Rp 150.000	Rp 150.000
Mesin Blender	1 Buah	Rp 350.000	Rp 350.000
Timbangan	1 Buah	Rp 150.000	Rp 150.000
Sendok	3 Buah	Rp 5.000	Rp 15.000
Karter	2 Buah	Rp 3.000	Rp 6.000
Laminating	10 Buah	Rp 7.000	Rp 70.000

Plastik Klip	400 Lembar	Rp 2.000	Rp 800.000
Kertas Label	400 Lembar	Rp 1.000	Rp 400.000
Total			Rp 5.450.800

Pada tabel di atas menjelaskan Anggaran Pembelian Alat dan Bahan yang kami lakukan pada Pembuatan Produk Teh Celup Cascara yang dimulai dari bulan Mei sampai bulan September

Tabel 3.7 Laporan Penjualan Teh Celup Cascara

No	Bulan	Produk	Target penjualan	Target tercapai	Harga Produk	Total
1	Mei	Teh Celup Cascara	10	15	Rp. 25.000	Rp. 375.000
2	Juni	Teh Celup Cascara	13	18	Rp. 25.000	Rp. 450.000
3	Juli	Teh Celup Cascara	15	10	Rp. 25.000	Rp. 375.000
4	Agustus	Teh Celup Cascara	11	8	Rp. 25.000	Rp. 200.000
5.	September	Teh Celup Cascara	10	14	Rp.25.000	Rp. 350.000
Total			59	65	Rp. 125.000	Rp. 1.750.000

Penjualan produk Teh Celup Cascara dalam 5 bulan terhitung dari bulan Mei-September target penjualan Teh celup Cascara mencapai 59 produk sedangkan target yang tercapai 65 produk.

Untuk harga yang diberikan ke konsumen Rp. 125.000/5 bulan. Dan jumlah rata-rata pendapatan tiga bulan terakhir adalah Rp. 1.750.000. hasil dari penjualan ini sudah terhitung dalam untung walau sedikit, karena hasil dari penjualan ini akan dikelola dan diproduksi kembali dan dijual kembali.

BAB IV
ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

A. Anggaran Biaya

No	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga	
A	Tahap Pelatihan			
	Pelatihan PKP	1 Orang	Rp 400.000	Rp 350.000
	Jumlah			Rp 350.000
B	Tahap Pelaksanaan			
1	Bahan Habis Pakai			
	Kulit Kopi	56 Kg	Rp 5.000	Rp 280.000
	Jahe	4 Kg	Rp 40.000	Rp 160.000
	Jumlah			Rp 440.000
2	Peralatan Tetap			
	Kemasan	400 Kotak	Rp 5.000	Rp 2.000.000
	Kantong Teh Celup	6000 Kantong	Rp 233,3	Rp 1.399.800
	Baskom	3 Buah	Rp 10.000	Rp 30.000
	Terpal	1 Buah	Rp 150.000	Rp 150.000
	Mesin Blender	1 Buah	Rp 350.000	Rp 350.000
	Timbangan	1 Buah	Rp 150.000	Rp 150.000
	Sendok	3 Buah	Rp 5.000	Rp 15.000
	Karter	2 Buah	Rp 3.000	Rp 6.000
	Laminating	10 Buah	Rp 7.000	Rp 70.000
	Plastik Klip	400 Lembar	Rp 2.000	Rp 800.000
	Kertas Label	400 Lembar	Rp 1.000	Rp 400.000
	Jumlah			Rp 5.370.800
C	Pelaporan			
	Pembuatan Proposal dan Penggandaan	3 Rangkap	Rp 22.000	Rp 66.000

	Pembuatan Laporan dan Penggandaan	6 Rangkap	Rp 50.000	Rp 300.000
	Jumlah			Rp 266.000
D	Dokumentasi			
	Cetak Foto	200 Lembar	Rp 2.000	Rp 400.000
	Flask Disk	1 Buah	Rp 100.000	Rp 100.000
	Jumlah			Rp 500.000
E	Transportasi			
	Distribusi Produk	3 orang x 40 Hari	Rp 10.000	Rp1.200.000
	Jumlah			Rp 1.200.000
F	Promosi			
	Brosur	40 Lembar	Rp 2.000	Rp 80.000
	Iklan Media Cetak	4 Bulan	Rp 35.000	Rp 140.000
	Jumlah			Rp 220.000
	TOTAL BIAYA(A-F)			Rp8.346.800

Dari tabel di atas menjelaskan tentang seluruh Anggaran Biaya Kegiatan dan Bahan yang digunakan dalam melakukan kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa yang kami lakukan selama 5 bulan dari bulan Mei sampai bulan September 2021. Antara lain:

- i. Pelatihan PKP dengan biaya Rp. 400.000
- ii. Bahan Habis Pakai Rp. 440.000
- iii. Peralatan Tetap Rp. 5.370.000
- iv. Pelaporan Rp. 266.000
- v. Dokumentasi Rp. 500.000
- vi. Transportasi Rp. 1.200.000
- vii. Promosi Rp. 220.000

Jadi, jumlah biaya yang kami gunakan dalam sekali produksi pada pembuatan teh celup cascara adalah Rp.8.346.800

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Sebelum penulis melakukan tahap produksi, sebagai langkah awal penulis melakukan survei langsung ke lokasi penanaman kopi. Tujuan penulis melakukan survei ini adalah untuk melihat dan memilih langsung dalam mengambil kopi. Kopi yang kami ambil warna kemerahan.
2. Setelah itu penulis melakukan pemilihan alat dan bahan untuk penyediaan tempat sarana dan prasarana sebagai penunjang proses produksi.
3. Kemudian penulis mengikuti pelatihan sertifikat pangan untuk usaha yang dilakukan.
4. Setelah itu melakukan rencana pemasaran
 - a. Pengenalan produk cascara
Pengenalan produk cascara dilakukan dengan melakukan promosi komunikasi langsung dan bertatap muka dengan masyarakat dan mahasiswa serta memberikan pemahaman mengenai produk cascara.
 - b. Pemasaran media cetak
Produk cascara juga melakukan promosi melalui brosur, brosur disebar ke mahasiswa kemudian ke masyarakat.
 - c. Pemasaran melalui media online
Selain menggunakan teknik komunikasi langsung dan media cetak. Produk cascara juga menggunakan media sosial seperti whatsapp, facebook, dan instagram.

5. Setelah itu penulis melakukan produksi produk cascara
 - a. Pertama. Proses Washed, buah kopi direndam terlebih dahulu untuk memisahkan mana kopi yang untuk diproses dan mana kopi yang belum diproses.
 - b. Kedua. Pemilihan jahe, dalam pemilihan jahe kami menggunakan jahe warna merah.
 - c. Ketiga. Pengupasan jahe. Jahe dikupas terlebih dahulu setelah itu jahe dicuci bersih. Kemudian jahe dipotong kecil-kecil. Pemotongan disini kami menggunakan cara manual yaitu menggunakan pisau.
 - d. Penggilingan kopi. Penggilingan dilakukan untuk memisahkan antara biji kopi dan kulit kopi. Disini kami menggunakan mesim kopi (Blander Grinder).
 - e. Keempat. Penjemuran kulit kopi dan jahe. Penjemuran kami menggunakan paparan sinar matahari. Kulit kopi akan terlihat kerut kehitaman, dan hampir menyerupai tekstur pada kismis.
 - f. Kelima. Penggilingan kulit kopi dan jahe, dalam penggilingan kami menggunakan alat blender sebagai alat untuk menghaluskan kulit kopi dan jahe.
 - g. Keenam. Pencampuran. Dalam pencampuran kulit kopi membutuhkan sebanyak 140 gr kulit kopi dan jahe sebanyak 10 gr.

- h. Terakhir. Pengemasan. Dalam pengemasan 1 kotak, kantong teh memiliki berat yaitu kulit kopi 9,3 gr dan jahe 0,7 gr yang berisi 15 kantong teh.
6. Setelah itu penulis melakukan promosi dan harga terhadap produk cascara

1. Promosi *Personal Selling*

Personal selling merupakan salah satu komponen *promotion mix* yang menekankan pada komunikasi yang bersifat persuatif untuk dapat mengugah kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. *Personal Selling* merupakan komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.³⁰

Personal selling dapat diartikan juga sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh setiap pelaku bisnis untuk mempertahankan diri dan mengembangkan bisnisnya dengan mendapatkan keuntungan dari konsumen.

a. Media cetak

Media cetak merupakan sarana atau perantara komunikasi yang di cetak pada bahan dasar kertas dan kain untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada mahasiswa dan masyarakat.

³⁰ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 1994), 130.

Media cetak yang kami lakukan dalam mempromosikan produk cascara yaitu menyebarkan brosur secara langsung kepada masyarakat dan mahasiswa serta juga menyebarkan brosur melalui media seperti instagram, facebook, dan whatsapp

b. Melakukan kerja sama kepada penjual

Dalam mempromosikan produk, kami bekerja sama dengan penjual lain sebagai tempat memasarkan produk yaitu dengan menitipkan produk ke tempat yang banyak dikunjungi oleh pembeli. Seperti kedai, café bahkan toko oleh-oleh di kota Bengkulu. sehingga dengan kedua cara ini produk kami dapat dikenal secara luas dan berkembang dimasyarakat serta biaya yang murah dan visibilitas yang tinggi.

2. Harga

Harga adalah nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Menurut Kotler dan Amstrong harga adalah sejumlah uang yang ditagih atau suatu produk atau jasa atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa³¹Harga yang kami tawarkan kepada masyarakat dalam produk cascara

³¹ Kotler, Philip dan Gary Armstorng, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi Kedua Belas Satu, (Jakarta: Erlangga,2008), h. 345.

adalah Rp 25.000 dalam per 1 kotak yang berisi 15 kantong teh.

7. Distribusi

Di dalam kamus besar bahasa Indonesia (KKBI), distribusi adalah pembagian pengiriman barang-barang kepada orang banyak atau ke beberapa tempat.³² Sebagian tugas distribusi adalah memilih perantara yang akan digunakan dalam saluran distribusi. Disini penulis tidak menggunakan perantara dalam distribusi karena dalam produksi dan memasarkan produk cascara penulis beserta tim memasarkan langsung ke konsumen tanpa adanya perantara.

8. Kemudian penulis melakukan tahap evaluasi terhadap produk yang kami buat. Tahap yang lakukan adalah pada saat produksi produk kami telah selesai. Tahap ini berisikan laporan pada kegiatan sebelum produksi sampai tahap selesai produksi. Tahap pelaporan ini kami buat untuk melihat kerugian serta keuntungan dalam penjualan cascara, sehingga dapat diperoleh data yang akurat sebagai bahan evaluasi.

9. Tahap terakhir penyusunan laporan akhir

Penyusunan laporan akhir dilakukan setelah pelaksanaan semua sudah dilakukan.

³² Dessy Anwar, *Kamus Besar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 129.

BAB IV
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI
KEBERLANJUTAN

A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program

Program Kreativitas Mahasiswa yang kami lakukan dari bulan Mei sampai bulan September 2021 baik dari perencanaan, produksi hingga pemasaran. Pada perencanaan hasil yang dicapai yaitu pembuatan produk teh celup cascara. dengan adanya produk teh celup cascara dapat dilakukan produksi yang dirincikan alat dan bahan yang digunakan. Setelah merincikan alat dan bahan tahap selanjutnya yaitu menentukan lokasi produksi sekaligus pemasaran. Lokasi yang ditentukan yaitu Jln. Zainal Arifin Rt 05 Rw 02 Kel. Dusun Besar Kec. Singaran Pati Kota Bengkulu.

Pada tanggal 06 November 2020 team kami mengikuti pelatihan keamanan pangan (PKP) yang diselenggarakan oleh dinas kesehatan, badan pengawas obat dan makanan (BPOM), serta lembaga pengkajian pangan obat–obatan dan kosmetika majelis ulama Indonesia (LPPOM-MUI) di rumah makan Jenggalu, Lingkar Barat Kota Bengkulu. Yang mana kegiatan ini diikuti oleh Suci Karmilasyah Putri sebagai peserta penyuluhan keamanan pangan dengan narasumber dari Kepala Dinas Kesehatan yaitu Ibu Susilawati, S,Sos, dari label Halal yaitu Bapak Edwar Suharnas, dan ibu Yunita Sari dari bagian Komunikasi BPOM. Materi yang

disampaikan pada saat pelatihan sangat bermanfaat sekali bagi kami dalam menjalankan Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan yang manamateri yang bdiberikan yaitu mengenai kebijakan dan program nasional keamanan pangan (IRPT), peraturan perundang-undangan di bidang pangan, keamanan dan mutu tangan, serta cara memproduksi pangan yang baik untuk industry rumah tanggah (CPBM-IRT).

Adapun hasil pelatihan yang team kami dapatkan yaitu antara lain sebagai berikut:

a. Mengetahui apa itu PIRT

PIRT adalah singkatan Pangan Industri Rumah Tanggga yang diberikan oleh Bupati atau Walikota melalui Dinas Kesehatan. Sertifikat ini menjelaskan bahwa produk yang dihasilkan dari hasil produksi telah memenuhi persyaratan dan standar keamanan yang telah ditentukan. Saat ini permintaan izin PIRT sangat meningkat karena banyaknya bisnis rumahan yang semakin meningkat di masyarakat Indonesia khususnya di industry pangan.

b. Cara Mendapatkan izin PIRT

Adapun beberapa kualifikasi dasar yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha antara lain sebagai berikut:

1. Telah mengikuti dan memiliki Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan.

2. Lulus uji pemeriksaan sarana uji produk pangan
3. Memenuhi Peraturan Perundang-Undangan Label Pangan.

c. Persyaratan PIRT

Untuk melakukan pendaftaran pembuatan izin PIRT diperlukan beberapa persyaratan anantara lain:

1. FC KTP pemilik usaha
2. Pas foto 3 x 4 pemilik usaha sebanyak 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 di produksi
8. Sampel hasil produksi makanan atau minuman yang di produksi
9. Label produk makanan atau minuman yang produksi
10. Hasil uji laboratorium yang disarankan oleh Dinas Kesehatan
11. Mengikuti penyuluhan keamanan pangan untuk mendapatkan SPP-IRT.

d. Cara mengurus PIRT

1. Daftar ke Dinas Kesehatan untuk melakukan pengecekan dan konsultasi mengenai produk pangan yang akan di sertifikasi.

2. Melakukan Tes Penyuluhan Keamanan Pangan (PKP)
3. Setelah melakukan tes penyuluhan keamanan pangan 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 sampel pangan.
5. Apabila lolos, maka izin PIRT akan diterbitkan oleh Dinas Kesehatan.³³

B. Potensi Keberlanjutan Program

a. Aspek Masa Depan

Berdasarkan pemasaran yang dilakukan dari kalangan mahasiswa dan orang tua banyak respon yang bagus. Sehingga dengan adanya respon ini produk teh celup cascara di masa yang akan datang mampu bersaing dengan produk lainnya. Selain itu produk ini kami pasarkan di daerah kami masing-masing.

b. Potensi Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program ini akan terus berlanjut jika masyarakat atau mahasiswa banyak menyukai produk ini. Sehingga produk ini mampu memperluas pangsa pasar khususnya untuk provinsi Bengkulu dan diluar provisini Bengkulu.

³³ Apa Itu PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga).
<https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2020/12/04/apa-itu-pirt/>.

Walaupun minat masyarakat masih sedikit untuk mengkonsumsi minuman teh celup ini, tidak membuat kami pantang mundur untuk memperkenalkan produk ini serta mendorong kami untuk menciptakan produk baru dan mampu membuka peluang usaha. Maka prospek usaha ini dimasa mendatang akan sangat bagus dan menjanjikan sehingga usaha ini tetap bertahan walaupun menghadapi persaingan dengan pelaku usaha serupa maupun usaha lainnya.

BAB VI

PENUTUP

A. Evaluasi

Evaluasi yang dilakukan dalam proses pemasaran cascara penulis menemukan sedikit kendala pada saat melakukan proses pemasaran, yakni pada awal melakukan pemasaran penulis mendapati susah nya dalam memperkenalkan produk cascara. karena masih banyak masyarakat atau mahasiswa yang belum tau produk ini dan apa saja manfaat yang terkandung dalam limbah kulit kopi. Namun, Seiring berjalannya waktu banyak masyarakat atau mahasiswa yang menyukai produk cascara. disini penulis menggunakan promosi penjualan langsung (*personal selling*) kepada masyarakat atau mahasiswa sehingga banyak masyarakat mau mencoba dan memesan produk cascara. serta keuntungan yang didapat dalam penjualan produk cascara ini.

Dengan adanya usaha ini, masyarakat khususnya mahasiswa tau bahwa limbah kulit kopi dapat diolah menjadi sebuah produk minuman yang bermanfaat serta mampu membuka peluang pekerjaan dan mampu bersaing dengan produk lainnya. Khususnya untuk didaerah Kota Bengkulu dan sekitarnya.

B. Kesimpulan

Dari kesimpulan ini, strategi pemasaran yang dilakukan produk cascara cukup mempunyai peluang yang tinggi

sehingga produk ini mampu untuk bersaing dengan produk lainnya. Uji coba yang kami lakukan yaitu percobaan dalam memasarkan produk kepada teman-teman khususnya kepada mahasiswa. tempat produksi dan promosi pemasaran yang dilakukan yakni dengan menggunakan *personal selling* atau penjualan secara langsung. Adapun proses pemasaran menggunakan bauran marketing (*marketing mix*) yaitu menggunakan 4p antara lain: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promosion* (promosi).

Tujuan penjualan secara langsung (*personal selling*) diharapkan bisa menjadi metode pendekatan yang lebih efektif dan mudah sehingga mampu menjangkau calon konsumen dan memberikan penjelasan pada konsumen mengenai kelebihan atau keunggulan pada produk cascara. Dengan adanya *personal selling* konsumen bisa tau mengenai produk yang mungkin belum diketahui oleh masyarakat luas khususnya mahasiswa.

C. Saran

Penyusunan laporan ini memerlukan perbaikan dan kritik serta saran yang bersifat membangun sehingga penyusunan laporan ini dimasa mendatang akan lebih baik lagi. Untuk itu penyusunan mohon saran dalam melengkapi laporan ini dan diharapkan dengan disusunnya laporan ini dapat menjadi panduan untuk membuat laporan usaha serta dapat

menambahkan lapangan kerja baru yang bisa mengurangi pengangguran yang ada diIndonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Nurhayati. 2018. *Kombucha Cascara: Inovasi Minuman Fermentasi Dari Kulit Kopi*. <https://unej.ac.id>. (diakses tanggal 2 Maret 2021).
- Rahardjo Pudji. 2012. *Kopi: Panduan Budi Daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Jakarta; Penebar Swadaya.
- Husein Umar, *Strategi Management in Action*, (Jakarta: PT, Gramedia Pustaka Utama, 2001). h.31
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004)
- Dessy Anwar, *Kamus Besar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006)
- Kotler Philip dan Armstrong Gary. (2001), *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Panggabean, E. 2011. *Buku Pintar Kopi*. Jakarta: Agro Media Pustaka

**LAMPIRAN-LAMPIRAN
BIODATA DIRI**

Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Suci Karmilasyah Putri
2	NIM	1711140034
3	Jenis Kelamin	Perempuan
4	Program Studi	Perbankan Syariah
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Kota Agung, 27 Januari 1998
6	Alamat E-mail	Sucikarmilasyahputri117@gmail.com
7	Nomor Telepon/HP	083870020050
8	Motto	Success will not last if it is achieved with shortcuts

Riwayat Pendidikan Formal dan Non Formal

No	Pendidikan	Asal Sekolah	Tahun Tamat
1	SD	SDN 01 Air Besi	2011
2	SMP	SMPN 01 Lais	2014
3	SMA	SMAN 01 Kota Bengkulu	2017
4	UNIVERSITAS	IAIN Bengkulu	

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata diri adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Tugas Akhir PKM Mahasiswa yang dibimbing.

Bengkulu, 04 Oktober 2021

Suci Karmilasyah Putri
NIM : 1711140034

Biodata Dosen Pembimbing II

1. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Yenti Sumarni, M.M
2	NIP/NIDN	1979041620070122020
3	Jenis Kelamin	Perempuan
4	Pangkat, gol/Jabatan	III c / Lektor
5	Tempat dan Tanggal lahir	Muara Karang, 16 April 1978
6	Alamat Email	yentisumarni@gmail.com
7	No Telepon/Hp	081919302444

2. Riwayat Pendidikan Formal/Non Formal

No	Pendidikan	Asal Sekolah
1	SD	SDN 16 Sumsel
2	SMP	SMP Kopri Sumsel
3	SMA	Bima Cipta Sumsel
4	UNIB	UNIB
5	UNIB	UNIB

3. Rekam Jejak Tri Dharma PT (tiga tahun terakhir)

Pendidikan/Pengajaran

No	Nama Mata Kuliah	Wajib/Pilihan	SKS
1	Ilmu Manajemen	Wajib	2

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata diri saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Tugas Akhir PKM Mahasiswa yang dibimbing.

Bengkulu, 04 Oktober 2022

Yenti Sumarni, M.M
NIP:1979041620070122020

LAMPIRAN GAMBAR
Proses Pengambilan Buah Kopi





Proses Pengupasan Buah Kopi dan Jahe



Proses Penjemuran Kulit Kopi dan Jahe



Desain Kemasan



Contoh memasarkan kepada mahasiswa dengan menggunakan brosur



Contoh memasarkan produk cascara dengan menitipkan ke kedai atau toko oleh-oleh khas Bengkulu





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon: (0736) 51276, 51171 Fax. (0736) 51171-51172

LEMBAR BIMBINGAN PKM

Nama : Suci Karmilasyah Putri (1711140034)
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing II : Yenti Sumarni, S. E. M.M

Judul Tugas Akhir : Penerapan Strategi Pemasaran pada Kopi Robusta dalam Pemanfaatan Limbah Kulit Kopi sebagai Peluang Bisnis bagi Mahasiswa.

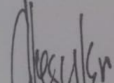
No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing	Paraf
1.	Kamis, 20-04- 2021		1. Menyesuaikan tentang program sesuai dengan tugas di PKM 2. Cari informasi tentang pemanfaatan limbah kulit kopi menjadi produk teh celup	Y
2.	Rabu, 19-05- 2021	Pemilihan judul	1. Menjelaskan bagaimana penerapan strategi pemasaran terhadap produk teh celup dalam memanfaatkan limbah kulit kopi 2. Latar belakang dan rumusan masalah disesuaikan dengan laporan masing-masing	Y

3.	Rabu, 27-06- 2021	Pembahasan isi laporan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan secara rinci tentang kopi Kandungan apa saja yang terdapat dalam limbah kulit kopi 2. Cari penelitian terdahulu tentang pemanfaatan limbah kulit kopi 3. analisis swot dalam strategi pemasaran 	4
4.	Selasa, 24-07- 2021	Penambahan materi	<ol style="list-style-type: none"> 1. menjelaskan apa itu strategi pemasaran produk 2. apa itu produk 	4
5.	Rabu, 15-09- 2021	Bimbingan lagi materi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana kelayakan program 2. Penambahan letak lokasi usaha 	4
6.	Rabu, 22-09- 2021	Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bimbing lagi tentang promosi 2. Personal selling 	4
7.	Rabu, 24-11- 2021	Perbaiki	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaikanjadwal kegiatan 	4
8.	Kamis, 09-12- 2021	Perbaikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. ACC dan lanjut pembimbing 1 	4

Bengkulu, 09 Desember 2021

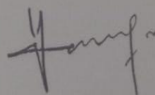
Pembimbing II

Mengetahui,
Pembimbing I





Desi Iswaini, M.A.

NIP. 197412022006042001



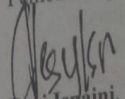
Yenti Sumarni, M. M

NIP. 197904162007012020

			footnote 3. tabel diperbaiki 4. tambahkan kopi pada judul kegiatan	
6	Selasa, 04-02-2022	Perbaiki catatan kaki	1. Huruf dan hitamkan footnote 2. Seragamkan huruf footnote	
7.	Kamis, 10-02-2022	Perbaiki catatan kaki dan isi laporan	1. Footnote 2. Spasi pada tabel 3. Rapihan tabel pada set up kanan kiri 4. Deskripsikan tabel	

Bengkulu, 10 Februari 2022

Pembimbing I


Desi Isnaini, M.A.

NIP. 197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

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

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
Nomor: 0273/SKBP-FEBI/2/2022

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

Nama : Suci Karmilasyah Putri

NIM : 1711140034

Program : Perbankan Syariah

Studi

Jenis : SKRIPSI

Tugas

Akhir

Judul

Tugas

Akhir

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA KOPI ROBUSTA
DALAM PEMANFAATAN LIMBAH KULIT KOPI DAN JAHE
SEBAGAI PELUANG USAHA BAGI MAHASISWA PERBANKAN
SYARIAH**

Dinyatakan lolos uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 20 %. 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
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: 0682/In.11/ F.IV/PP.00.9/05/2021

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

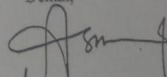
1. N A M A : Desi Isnaini, M. A.
NIP : 197412022006042001
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir
2. N A M A : Yenti Sumarni, M. M.
NIP : 197904162007012020
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir

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

1. N A M A : Suci Krmilahsyah Putri
NIM : 1711140034
2. N A M A : Putri Handayani
NIM : 1711140054
3. N A M A : Rizky Wulandari
NIM : 1711140058
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Analisis Potensi Limbah Kulit Kopi dan Jahe Menjadi Bisnis Teh Celup Cascara
Keterangan : Program Kreativitas Mahasiswa

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

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 10 Mei 2021
Dekan,


Desi Isnaini

Disetujui:
Wakil Rektor I
Dosen yang bersangkutan;
Mahasiswa yang bersangkutan;
Temp.



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.uinsbengkulu.ac.id

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa
NIM
Judul Skripsi

Suci Hermia Satriani
171142054

NO	Tanggal	Masalah	Saran

Bengkulu,
Penguji I/II

Yeri Atina Indu M.A.
NIP



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pager Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172 Faksimili (0736) 5171-5172
Website www.uinfatmawati.ac.id

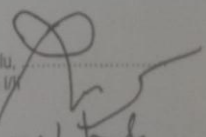
LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa
NIM
Judul Skripsi

SLA 01 18011971401

NO	Tanggal	Masalah	Saran
1.		Diriman (de?)	
2.		Apa tahi Dora?	
3.		Diriman (sbn?)	
4.		Berapa Mabel?	
5.		Kesimpulan	
6.		Problema / Manfaat?	

Bengkulu,
Penguji I/II


Nurul Huda

NIP



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



Sertifikat

PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN

NOMOR : 1389/1771/20

Diberikan kepada :

Nama : SUCI KARMILA SYAH PUTRI
Jabatan : Pemilik
Alamat : DESA PENYANGGAK PENYANGGAK AIR BESI
KAB. BENGKULU UTARA

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

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



Bengkulu, 06 November 2020
KEPALA DINAS KESEHATAN
KOTA BENGKULU

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

