



Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Melisa
Dr. Fatimah Yunus, M.A

ANALISIS BREAK EVENT POINT (BEP) DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK TEH JANTUNG PISANG



Editor :
Kustin Hartini, M.M

**ANALISIS BREAK EVENT POINT (BEP) DAN
STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK TEH
JANTUNG PISANG**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Melisa
NIM. 1811140001

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Melisa, NIM : 1811140001 dengan judul **"Analisis Break Even Point (BEP) dan Strategi Pengembangan Produk Teh Jantung Pisang"**, Program Studi **Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam** telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing. Oleh karena itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah fakultas ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 17 Mei 2022 M
16 Syawal 1443 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Fatimah Yunus, M.A

Kustin Hartini, M.M

NIP 196303192000032003

NIDN 2002038102



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telpon (0736) 51171-51172-53879-, Faksimili (0736) 51171-51172

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Analisis Break Event Point (BEP) Dan Strategi Pengembangan Produk Teh Jantung Pisang", oleh Melisa, NIM: 1811140001, 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 (UINFAS) Bengkulu pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 30 Juni 2022 M / 30 Dzulqadah tahun 1443 H

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

Bengkulu, 21 Juli 2022 M

21 Zulhijah 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Dr. Desi Isnaini, MA
NIP. 197412022006042001

Kustin Hartini, M.M.
NIDN. 2002038102

Penguji I

Penguji II

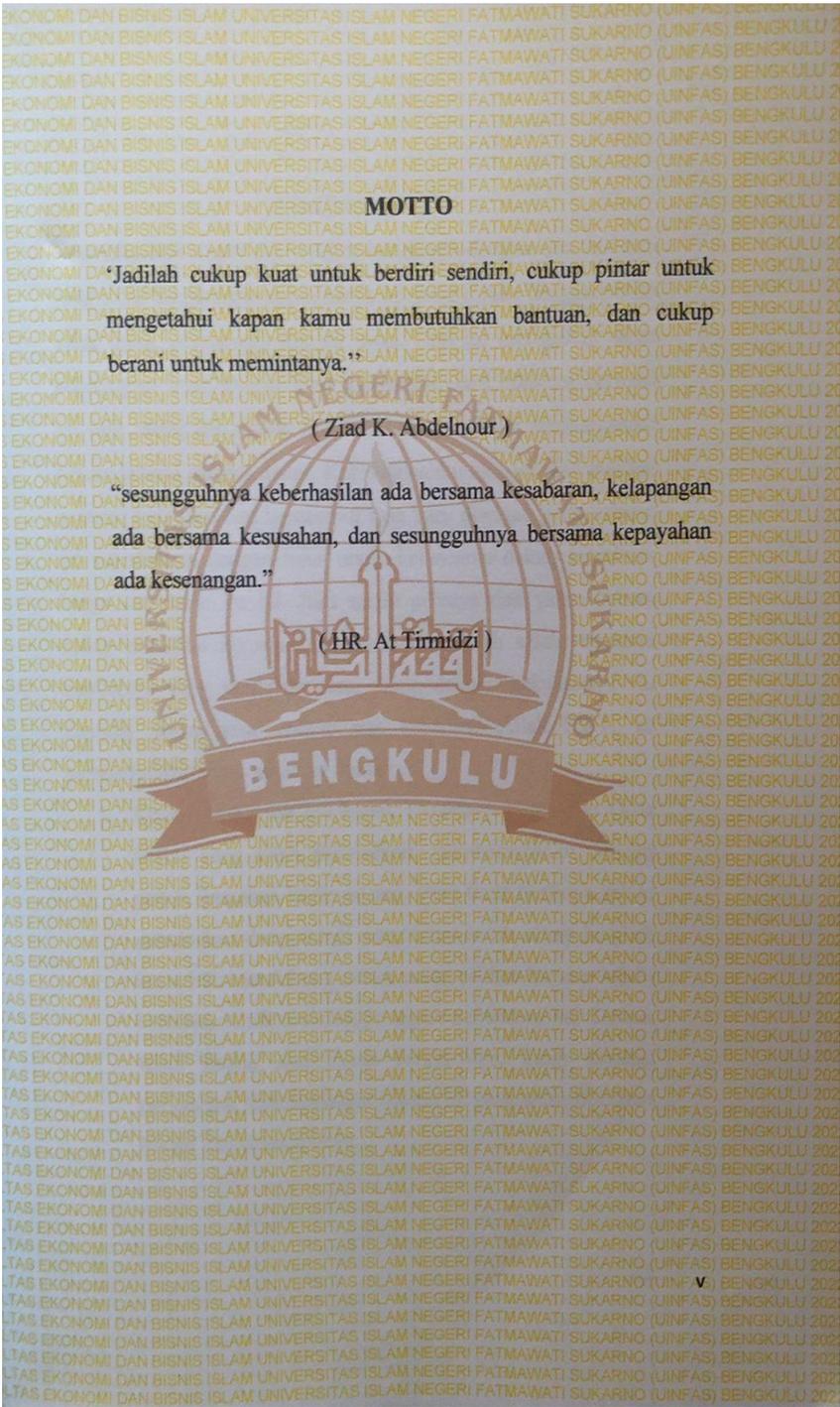
Dr. Desi Isnaini, MA
NIP. 197412022006042001

Yenti Sumarni, MM
NIP 197904162007012020

Mengetahui,
Dekan



Dr. H. Sapardi, MA
NIP. 196504101993031007



MOTTO

“Jadilah cukup kuat untuk berdiri sendiri, cukup pintar untuk mengetahui kapan kamu membutuhkan bantuan, dan cukup berani untuk memintanya.”

(Ziad K. Abdelnour)

“sesungguhnya keberhasilan ada bersama kesabaran, kelapangan ada bersama kesusahan, dan sesungguhnya bersama kepayahan ada kesenangan.”

(HR. At Tirmidzi)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur beriringan dengan doa dari hati yang tulus ku persembahkan karya ini yang ditulis dengan penuh suka, duka, perjuangan dan air mata. Hari ini merupakan suatu kebahagiaan telah kuraih telah kunikmati, satu cita-cita berhasil ku raih tetapi ini semua tidaklah berhenti disini perjuanganku belum selesai sampai disini. Kebahagiaanku hari ini bisa melihat senyum kelegaan dan bercampur rasa haru diwajah yang selama ini mendoakan dengan tulus untuk kelancaran dalam penulisan karya sederhana ku ini. Aku selalu percaya dan yakin bahwa setiap kesulitan itu ada kemudahan dan Allah selalu bersama hambanya yang penyabar serta yakin dengan kekuasaan-Nya. Dengan penuh rasa syukur atas kehadiran Allah SWT ke persembahkan tugas akhir ini untuk :

1. Kedua orang tua ku Bapak (Andrianto) dan Ibu (Kus Mala) yang telah melahirkan, membesarkanku dengan penuh limpahan kasih sayang, yang tiada hentinya selalu mendoakan dengan hati yang tulus untuk setiap langkah ku, selalu mendukung dalam setiap pilihan ku, dan selalu berusaha untuk mencukupi segala kebutuhan ku. Terima kasih Bapak dan Emak berkat doa, kasih sayang, perjuangan serta semangat selama ini yang telah diberikan sekuat dan semampunya.

2. Kepada kakaku, Mifta Khusurur Terima Kasih atas dukungannya, semangat, segala pengorbanan dan bantuan yang selalu diberikan untuk ku.

3. Untuk keponakan ku, Virginia Aprilia Utami Terima Kasih sudah menjadi penghibur pelepas lelah.

4. Seluruh keluarga besarku (Datuk, Nenek dan keluarga besar) yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam setiap proses yang dijalani.

5. Ibu Dra. Fatimah Yunus, M.A selaku pembimbing I dan Ibu Kustin Hartini, M.M selakupembimbing II, yang telah bersabar dalam membimbing dan mengarahkan penulis untuk terselesaikannya tugas akhir ini.

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 Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.

8. Teruntuk sahabat seperjuangan ku Jessica Chandra Utami, Memid Nangra Lorenza, Tiya Ayu Diwi Astari, Laras Sintia, Terima Kasih banyak untuk bantuan dan kerjasamanya selama empat tahun ini, serta semua orang-orang terdekat yang tidak bisa aku sebutkan satu per satu yang

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul Analisis Break Even Point (BEP) Dan Strategi Pengembangan Produk Teh Jantung Pisang asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negri Sukarno Fatmawati (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. Didalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sehingga acuan dalam laporan akhir ini dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan Daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila ditemukan dikemudian hari terdapat penyimpanan dan ketidaksaan dari pernyataan ini saya bersedia menerima sanksi dari akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai nama ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 17 Mei 2022
16 Syawal 1443 H



Melisa
NIM.181140001



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 LULUS PLAGIASI

No : 048/SKLP-FEBI/02/6/2022

Satgas Plagiasi Program Studi Perbankan Syariah Menerangkan bahwa :

Nama : Melisa
Nim : 1811140001
Prodi : Perbankan Syariah
Jenis Tugas Akhir : PKM
Judul Tugas Akhir : PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA (PKM)
ANALISIS BREAK EVENT POINT (BEP) DAN
STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK TEH
JANTUNG PISANG
Similarity Index : 14%
Status : LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari naskah Publikasi Tugas Akhir melalui aplikasi Turnitin.

Satgas Plagiasi
Program Studi Perbankan Syariah

Debby Arisandi, MBA
NIP. 198609192019032012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

Website: www.iaianbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN

Dengan ini memberikan keterangan bahwa:

Nama : Melisa

Nim : 1811140001

Program Studi : Perbankan Syariah

Telah memiliki sertifikat **LENGKAP** sesuai dengan persyaratan **SKPI** sehingga dapat mengikuti ujian Munaqasah.

Demikian demikian surat keterangan ini dibuat, atas perhatiannya terima kasih.

Bengkulu, April 2022

Ka. Prodi Perbankan Syariah

Debby Arisandi, MBA

NIP. 198609192019032012

ABSTRAK

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) Analisis Break Event
Point (BEP) Dan Strategi Pengembangan Produk
Teh Jantung Pisang
Oleh Melisa Nim, 1811140001.

Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara produksi teh jantung pisang yang benar dan bisa menjadi salah satu sumber pengetahuan tentang proses pembuatan teh jantung pisang agar dapat di kembangkan dan bisa menjadi sebagai bahan acuan tentang sistem industri pembuatan produk olahan teh jantung pisang agar dapat mengenalkan produk olahan teh jantung pisang di daerah Bengkulu dan di luar daerah Bengkulu agar dapat diminati oleh seluruh lapisan masyarakat. Banyak masyarakat yang belum mengetahui produk olahan jantung pisang ini dimana kebanyakan masyarakat hanya mengkonsumsi jantung pisang hanya melalui proses dimasak sebagai sayur biasa. Kami berinovasi untuk menciptakan sebuah produk yang diolah dari jantung pisang yaitu *Go Happy Go Healty* (teh jantung pisang). Dalam proses pembuatan teh jantung pisang ini memerlukan bahan seperti bahan utamanya bunga jantung pisang (kepok), kayu manis, dan kapur sirih. Hal yang dicapai dalam produksi teh jantung pisang ini yaitu produk olahan ini sudah mengikuti pelatihan PIRT dan mendapat No PIRT sebagai produk yang telah dinyatakan lulus sebagai produk olahan yang aman untuk dikonsumsi dan diperjual belikan, hal ini menjadi suatu nilai plus untuk menambah kepercayaan konsumen terhadap produk ini.

Kata Kunci : Produksi, Teh, Jantung Pisang

ABSTRACT

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) Analisis Break Event
Point (BEP) Dan Strategi Pengembangan Produk
Teh Jantung Pisang
Oleh Melisa Nim, 1811140001.

The purpose of writing this report is to find out how to produce banana heart tea correctly and can be a source of knowledge about the process of making banana heart tea so that it can be developed and can be used as reference material for industrial systems for making banana heart tea products in order to introduce the product. processed banana heart tea in the Bengkulu area and outside the Bengkulu area so that it can be of interest to all levels of society. many people do not know this banana heart processed product where most people only consume banana heart only through the process of being cooked as an ordinary vegetable. we innovate to create a product that is processed from banana heart, namely Go Happy Go Health (banana heart tea). In the process of making banana heart tea, it requires ingredients such as the main ingredients of banana flower (kepok), cinnamon, and whiting. The thing that has been achieved in the production of banana heart tea is that this processed product has attended PIRT training and received a PIRT number as a product that has been declared passed as a processed product that is safe for consumption and trade, this is one of the plus points to increase consumer confidence in this product.

Keywords : Production, Tea, Banan Heart

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini dengan baik tepat pada waktunya. Tugas Akhir ini berjudul “ANALISIS BREAK EVENT POINT (BEP) DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK TEH JANTUNG PISANG”, shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran islam sehingga umat islam mendapatkan petunjuk kejalan yang lurus baik di dunia maupun di akhirat.

Penyusunan laporan akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana membuat olahan produk dari jantung pisang yang lebih inovatif dan untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi strata Strata Satu Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

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

1. Bapak Dr. KH Zulkarnain Dali, M. Pd selaku rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan berbagai fasilitas dalam menimba ilmu pengetahuan di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dan membantu serta membimbing penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Dr.H. Supardi Mursalin, M.,A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan kemudahan kepada kami selama masa perkuliahan.
3. Yenti Sumarni, SE, MM ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, yang telah memberikan fasilitas dalam menimba ilmu pengetahuan.
4. Dra. Fatimah Yunus, M. A selaku Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Kustin Hartini, M. M selaku pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan bimbingan pada penulis Tugas Akhir ini.
6. Kedua orang tua penulis yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
7. 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.

8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati sukarno Bengkulu, yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.

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 untuk kesempurnaan Tugas Akhir ke depan.

Bengkulu, 15 Maret 2022

Penulis,

Melisa

Nim. 1811140001

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Penelitian Terdahulu.....	9
F. Sistematika Penulisan	16

BAB II KAJIAN TEORI

A. Produksi	18
B. Analisis Break Event Point (BEP)	27
C. Strategi Pengembangan Produk	44

BAB III METODE PELAKSANAAN

A. Alat dan Bahan	49
B. Anggaran Biaya	51
C. Jadwal Kegiatan	54
D. Proses Pembuatan	58
E. Proses Promosi dan Pemasaran	63
F. Analisis Peluang Usaha	70

BAB IV HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI

KEBERLANJUTAN

A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program ..	74
---	----

B. Potensi Keberlanjutan Program.....	81
C. Evaluasi	83
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Proses pengupasan jantung pisang	54
Gambar 3.2 Proses pencucian bunga jantung pisang	54
Gambar 3.3 Proses pemberian kapur sirih dan perendaman bunga jantung pisang	55
Gambar 3.4 Proses penjemuran bunga jantung pisang	55
Gambar 3.5 Proses penyangraian bunga jantung pisang.....	56
Gambar 3.6 Proses pemblenderan.....	56
Gambar 3.7 dan 3.8 Proses pengemasan kantung teh	57
Gambar3.9 Proses pengemasan teh jantung pisang	57
Gambar 3.1 Secara face to face.....	58
Gambar 3.2 Promosi menggunakan WhatsApp	59
Gambar 3.3 Promosi menggunakan Instagram	60
Gambar 3.4 logo produk	62
Gambar 3.5 kemasan produk.....	62
Gambar 3.6 Tempat/Lokasi.....	63
Gambar 3.7 Pemasaran Produk ke-1	64
Gambar 3.8 Pemasaran Produk ke-2.....	64

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DITLITABMAS) Ditjen Dikti untuk meningkatkan mutu peserta didik (mahasiswa) diperguruan tinggi agar kelak dapat menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis dan atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menyebar luaskan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian serta memperkaya budaya nasional. PKM dikembangkan untuk mengantarkan mahasiswa mencapai taraf pencerahan kreativitas dan inovasi berlandaskan penguasaan sains dan teknologi serta keimanan yang tinggi. Dalam rangka mempersiapkan diri menjadi pemimpin yang cendekiawan, wirausahawan serta berjiwa mandiri dan arif, mahasiswa diberi peluang untuk mengimplementasikan kemampuan, keahlian, sikap tanggung jawab, membangun kerja sama tim maupun mengembangkan kemandirian melalui kegiatan yang kreatif dalam bidang ilmu yang ditekuni.¹

¹ Pedoman Program Kreativitas Mahasiswa Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Kementerian Pendidikan Nasional Jakarta, 2011.

Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan (PKM-K) merupakan salah satu jenis dari PKM Lima Bidang yang mulai dikembangkan pada tahun 2001. PKM merupakan pengembangan dari program Karya Alternatif Mahasiswa (KAM), dimana dalam PKM, mahasiswa dapat berkarya secara lebih luas, mendekati karya dosennya. Tujuan utama dari PKM-K adalah membentuk mahasiswa yang siap berwirausaha tepat setelah lulus dari satuan pendidikan tinggi setara satu, maupun diploma tiga. Berdasarkan hal di atas, maka dalam pelaksanaannya, PKM-K menuntut adanya serangkaian inovasi dan solusi yang terus dilakukan oleh kelompok mahasiswa sebagai salah satu usaha untuk melatih kemampuan berwirausaha, serta menjaga keberlangsungan usahanya.²

Pohon Pisang (*Musa paradisiaca*) merupakan jenis tanaman yang melimpah di Indonesia karena dapat dijumpai pada setiap daerah dan produktifitas buahnya tidak dipengaruhi oleh musim. Hampir semua bagian dari tanaman ini dapat dimanfaatkan mulai dari buah, pelepah, daun, akar dan jantung pisang. Jantung pisang adalah

² Nadya Haqqe Santosa Putri, Billyardi Ramdhan, "Implementasi Kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa Bidang Kewirausahaan (Pkm-K) Bantal Terapi : Inovasi Alat Kesehatan Portabel Dalam Rangka Membuka Peluang Usaha Mahasiswa", *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 02, No. 03(2017) : 221

bunga yang dihasilkan oleh Pokok Pisang (*Musa spp.*) yaitu sejenis tumbuhan dari keluarga *Musaceae* yang berfungsi untuk menghasilkan buah pisang. Jantung Pisang dihasilkan semasa proses pisang berbunga dan menghasilkan tandan pisang sehingga lengkap. Hanya dalam keadaan tertentu atau spesies tertentu jumlah tandan dan jantung pisang melebihi dari pada satu. Ukuran jantung pisang sekitar 25 – 40 cm dengan ukur lilit tengah jantung 12 – 25 cm. Kulit jantung pisang luar adalah sederhana keras dan akan terbuka apabila sampai waktu bagi mendedahkan bunga betina. Bunga betina dan bunga jantan ini menghasilkan manisan atau nektar bagi menarik serangga menghisapnya dan menjalankan proses pembungaan. Struktur jantung pisang mempunyai banyak lapisan kulit dari yang paling gelap coklat-ungu kemerahan dibagian luar dan warna putih krim susu dibagian dalam. Terdapat susunan bunga berbentuk jejari diantara kulit tersebut dan ditengahnya yang lembut. Bagian ini lah nanti yang akan di proses menjadi produk olahan teh.

Jantung pisang mengandung energy (31 kkal), karbohidrat (71 gr), protein (1,2 gr), lemak (0,3 gr), mineral terutama fosfor (50 mg), kalsium (30 mg) dan zat besi maupun vitamin seperti beta karotin (pro vitamin A), Vitamin B1 dan C dan juga mengandung serat yang cukup

tinggi. Kandungan serat dalam jantung pisang dapat memperlancar pencernaan serta mengikat lemak dan kolesterol untuk dibuang bersama kotoran. Jantung pisang juga dapat menghindarkan kita dari penyakit jantung dan stroke karena dapat memperlancar sirkulasi darah dan bersifat antikoagulan (mencegah penggumpalan darah).³

Teh merupakan minuman yang mengandung kafein, yang diperoleh dengan menyeduh daun atau pucuk daun dari tanaman *Camellia sinensis* menggunakan air panas. Minuman teh ini banyak dikonsumsi karena aroma dan rasanya yang khas. Pada awalnya, sebutan teh hanya ditujukan pada teh hasil tanaman *Camellia sinensis*, seperti teh hitam, teh hijau, dan teh oolong. Teh jenis lain yang telah dikenal yaitu teh herbal. Teh herbal merupakan hasil olahan teh yang tidak berasal dari daun teh tanaman *Camellia sinensis*. Bahan-bahan untuk pembuatan teh herbal pun kini semakin mudah didapat misalnya daun, biji, akar, atau buah kering. Di Indonesia produk teh dari komoditi selain tanaman teh saat ini semakin berkembang, diantaranya teh dari daun kopi, teh dari daun gambir, teh dari mahkota dewa, dan lain-lain.⁴

³ Afifah Novitasari, dkk, "Inovasi Dari Jantung Pisang (*Musa Spp.*)", *Jurnal KesMaDaSka*, (2013) hlm 97-98

⁴ Bambang, dkk, "Pengaruh Lama Blanching Dan Rumus Petikan Daun Terhadap Karakteristik Fisik, Kimia, Serta Sensoris Teh Daun Tin (*Ficus Carica*)", *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, Vol. XII, No. 1, (2020) : 2

Break Even Point (BEP) merupakan suatu kondisi perusahaan yang mana dalam operasionalnya tidak mendapat keuntungan dan juga tidak menderita kerugian. Dengan kata lain, antara pendapatan dan biaya pada kondisi yang sama, sehingga labanya adalah nol. Analisa *Break Even Point* (BEP) adalah teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara volume penjualan dan profitabilitas. Analisa ini disebut juga sebagai analisa impas, yaitu suatu metode untuk menentukan titik tertentu dimana penjualan dapat menutup biaya, sekaligus menunjukkan besarnya keuntungan atau kerugian perusahaan jika penjualan melampaui atau berada di bawah titik.

Analisis *Break Event Point* (analisis titik impas) adalah suatu cara yang digunakan oleh manajer perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak menderita suatu kerugian dan belum memperoleh laba. Analisis *break event point* ini digunakan untuk dapat memudahkan manajemen perusahaan dalam memperoleh informasi mengenai besarnya jumlah penjualan minimal dan volume produksi yang harus dicapai pada laba yang diharapkan, dengan kata lain analisis *break event point* (analisis impas) merupakan salah satu teknik analisis yang

menjelaskan hubungan antara keseluruhan biaya total, laba yang diharapkan dan volume penjualan.⁵

Produksi dalam ekonomi Islam merupakan setiap bentuk aktivitas yang dilakukan untuk mewujudkan manfaat atau menambahkannya dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang disediakan Allah SWT sehingga menjadi maslahat, untuk memenuhi kebutuhan manusia, oleh karenanya aktifitas produksi hendaknya berorientasi pada kebutuhan masyarakat luas. Sistem produksi berarti merupakan rangkaian yang tidak terpisahkan dari prinsip produksi serta faktor produksi. Prinsip produksi dalam Islam berarti menghasilkan sesuatu yang halal yang merupakan akumulasi dari semua proses produksi mulai dari sumber bahan baku sampai dengan jenis produk yang dihasilkan baik berupa barang maupun jasa. Sedangkan faktor-faktor produksi berarti segala yang menunjang keberhasilan produksi seperti faktor alam, faktor tenaga kerja, faktor modal serta faktor manajemen. Fungsi produksi dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan atau pengadaan atas barang atau jasa.

⁵ Vivin Ulfathu Choiriyah, dkk, “Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan (Studi Kasus Pada Perhutan Plywood Industri Kediri Tahun 2013-2014)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 35 No. 1 (2016) : 197

Transformasi yang dilakukan dalam kegiatan produksi adalah untuk membentuk nilai tambah.⁶

Menciptakan produk perlu adanya strategi produk, agar produk yang dipasarkan atau dijual sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa puas. Strategi produk yang tepat akan menempatkan perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya. Seperti yang dikemukakan oleh Gitosudarmo (2000:175) strategi produk adalah suatu strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkan. Dunia bisnis semakin penuh persaingan maka perencanaan strategi produk menduduki posisi yang sangat menentukan terhadap keunggulan persaingan (*competitive advantage*) yang dimiliki oleh perusahaan. Pengembangan produk merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi penjualan dan pengiriman produk ke konsumen. pengembangan produk baru adalah satu cara agar konsumen tidak merasa bosan dan mau terus-menerus membeli produk yang ada. Sehingga produk yang dimiliki dapat menjadi keunggulan

⁶ Niken Lestari, Sulis Setianingsih, “Analisis Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Produsen Genteng Di Muktisari, Kebumen, Jawa Tengah)”, *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol. 3, No. 1 (2019) : 98-102.

persaingan. Pengembangan produk merupakan penciptaan produk baru atau dengan mengembangkan produk yang sudah ada. Proses pengembangan produk baru biasanya sangat penting bagi keberhasilan bisnis dalam jangka panjang.⁷

B. Rumusan Masalah

1. Analisis *Break Event Point* (BEP) terhadap produksi teh jantung pisang ?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan terhadap pengembangan produk teh jantung pisang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *Break Event Point* (BEP) terhadap pengembangan produk olahan teh jantung pisang.
2. Untuk mengetahui strategi apa yang akan dilakukan terhadap pengembangan produk teh jantung pisang menurut perspektif islam.
3. Untuk mengetahui proses produksi pembuatan olahan teh jantung pisang.
4. Untuk mengembangkan atau menambah inovasi terkait dengan produk olahan yang diproduksi.

⁷ Sylvia Nailuvary, Hety Mustika Ani, dkk, “Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, Volume 14 Nomor 1 (2020) 185-187

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat program kreativitas dalam bidang kewirausahaan ini yaitu :

1. Untuk menjadikan mahasiswa yang inovasi dan berkekrativitas.
2. Mampu memberikan masukan sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pencapaian kualitas produksi.
3. Diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan atau acuan dalam mengambil keputusan untuk menyusun strategi-strategi yang akan dilakukan dalam proses pengembangan produk.

E. Penelitian Terdahulu

1. Oleh Siska Esperanza Sinulingga, Loraetta Brey Sebayang, dan Samuel Sihotang (2021)

Penelitian ini membahas tentang “Inovasi Pembuatan Teh Herbal dari Jantung Pisang dengan Tambahan Daun Stevia Sebagai Pemanis Alami” penelitian ini menggunakan eksperimen dalam Pembuatan teh herbal jantung pisang dengan tambahan pemanis alami stevia yang dapat di gunakan sebagai produk teh herbal. Di dalam jantung pisang kepok terdapat kandungan kimia berupa flavonoid, kumarin dan golongan fenolik lainnya. Stevia merupakan pemanis alami yang berasal dari tanaman Stevia Rebudiana bertonni dan telah digunakan oleh beberapa negara sebagai pemanis alami pengganti gula. Stevia adalah pemanis alami

yang tidak mengandung kalori dan dapat digunakan langsung untuk berbagai kebutuhan. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik membuat teh herbal dari jantung pisang dengan penambahan daun stevia yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat sehingga meningkatkan nilai dan manfaat jantung pisang pada masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk membuat teh herbal jantung pisang dengan penambahan daun stevia sebagai pemanis alami, dan mengetahui standar mutu serta komponen bioaktifnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksperimen, meliputi pengumpulan dan penyiapan bahan tanaman, pembuatan teh herbal, pengujian persyaratan mutu teh, skrining fitokimia dan identifikasi kadar flavonoid. Hasil penelitian Pembuatan teh herbal jantung pisang dengan tambahan pemanis alami stevia dapat di gunakan sebagai produk teh herbal dan telah memenuhi persyaratan mutu teh herbal. Komposisi proporsi teh herbal jantung pisang dan daun stevia yang paling diminati yaitu formulasi ketiga yang mengandung serbuk jantung pisang sebanyak 1,5 g dan daun stevia sebanyak 0,5 g.

2. Oleh Ade Ferdinan, Abdi Bakti Prasetya (2018)

Penelitian ini membahas tentang “Uji Aktivitas Antioksidan Dari Ekstrak Jantung Pisang Kepok (Musa Paradisiaca L.) Pontianak” Antioksidan merupakan senyawa yang mampu menunda, memperlambat atau menghambat reaksi oksidasi. Studi epidemiologi menunjukkan bahwa konsumsi buah dan sayuran yang cukup akan menurunkan resiko terkena penyakit seperti kanker dan kardiovaskuler. Hal tersebut antara lain disebabkan adanya aktivitas antioksidan alami seperti vitamin C, E, betakaroten dan beberapa senyawa polifenol. Berdasarkan penelitian, senyawa-senyawa yang berpotensi sebagai antioksidan umumnya merupakan senyawa flavonoid, fenolat, dan alkaloid. Senyawa flavonoid dan polifenolat bersifat antioksidan, antidiabetik, antikanker, antiseptik, dan antiinflamasi, sedangkan alkaloid mempunyai sifat antineoplastik yang juga mampu menghambat pertumbuhan sel-sel kanker. jantung pisang kepok (Musa paradisiaca L.) mengandung flavonoid dan fenolik yang berpotensi sebagai antioksidan. Jantung pisang kepok oleh masyarakat luas digunakan sebagai obat diare, kolesterol, memperlancar produktifitas ASI pada ibu yang sedang menyusui, mencegah kanker dan penuaan dini, serta untuk menyehatkan rahim. Jantung pisang

kepok berpotensi sebagai antioksidan alami karena sering digunakan sebagai anti aging dimana kandungan yang terdapat dalam jantung pisang kepok dapat memperbaiki sel – sel yang rusak. Penentuan aktivitas antioksidan suatu zat dapat dilakukan dengan berbagai metode antara lain seperti metode Asam Tiobarbiturat (TBA), metode DPPH (1,1-diphenyl- 2-picrylhydrazyl) dan metode Tiosianat. Masing-masing metode penentuan memiliki kekurangan dan kelebihan. Metode DPPH merupakan metode yang sederhana, cepat, dan mudah untuk menentukan aktivitas antioksidan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas antioksidan ekstrak etanol jantung pisang kepok dan untuk mengetahui nilai IC50 ekstrak kental jantung pisang kepok. Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa ekstrak etanol jantung pisang kepok (*Musa paradisiaca L.*) memiliki aktivitas antioksidan. Nilai IC50 terhadap DPPH (1,1-difenil-2- pikrilhidrazil) pada ekstrak etanol.

3. Oleh Yuannita Aida, Ch. F. Mamuaja dan A. T. Agustin (2014)

Penelitian ini membahas tentang “Pemanfaatan Jantung Pisang (*Musa Paradisiaca*) Dengan Penambahan Daging Ikan Layang (*Decapterus Sp*)

Pada Pembuatan Abon” Jantung pisang oleh masyarakat dimanfaatkan sebagai olahan sayur, padahal disamping harganya yang murah jantung pisang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan, khususnya bagi yang ingin menjalankan program diet, karena jantung pisang mengandung serat tinggi dan hanya sedikit lemak. Namun, selain dari serat yang tinggi kandungan gizi pada jantung pisang termasuk rendah, khususnya protein. Protein dalam jantung pisang sangat sedikit, sehingga dalam pengolahannya perlu penambahan bahan lain yang mengandung gizi yang tinggi. Salah satunya cara meningkatkan nilai gizi dari olahan jantung pisang yaitu dengan penambahan ikan. Ikan layang merupakan ikan laut yang banyak dijumpai di pasar - pasar tradisional di Daerah Sulawesi Utara dan memiliki nilai ekonomis rendah, selain itu ikan layang juga memiliki kandungan gizi yang tinggi khususnya asam lemak omega 3 yaitu sekitar 10.9g/100g (Lembaga Gizi Departemen Kesehatan RI dalam Mile. Pembuatan abon jantung pisang diharapkan dapat meningkatkan keanekaragaman/diversifikasi pangan. Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukan penelitian mengenai formulasi yang tepat antara jantung pisang dengan daging ikan Layang terhadap tingkat kesukaan abon

dan daya simpannya, serta kandungan gizi berdasarkan formulasi dengan tingkat kesukaan terbaik. Abon jantung pisang dengan formulasi A2 (50% jantung pisang : 50% daging ikan) memberikan nilai organoleptik yang baik dengan tingkat penerimaan rasa 4.20, tekstur 4.10, warna 4.25 dan bau/aroma 4.05 yang memakai skala penilaian 1-5. Abon yang dihasilkan masih memiliki mutu yang baik sampai penyimpanan 14 hari dengan nilai rata-rata TPC 24.83×10^2 , TBA 0.3247 dan pH 5.68 berdasarkan standar yang telah ditetapkan.

4. Oleh Giyawati Yulilania Okinarum, Lestariningsih dan Afroh Fauziah (2020)

Penelitian ini membahas tentang “Potensi Teh Jantung Pisang Batu (*Musa Balbisiana Colla*) Sebagai Galaktagog Dalam Meningkatkan Kadar Prolaktin Serum Selama Masa Laktasi” Prolaktin adalah salah satu hormone yang berperan penting dalam proses laktasi. Prolaktin merupakan hormone utama dalam produksi ASI. Ketika bayi menyusui maka akan merangsang hipotalamus, selanjutnya adenohipofise (*hipofisis anterior*) akan terangsang sehingga akan mengeluarkan prolaktin. Hormon prolaktin ini akan merangsang sel-sel alveoli yang berfungsi untuk membuat ASI. Salah satu cara meningkatkan kadar

hormon prolaktin sekaligus adanya peningkatan volume ASI, adalah dengan pemberian galaktagogue Jantung pisang batu (*Musa balbisiana colla*) merupakan tanaman mengandung galaktagogue yang mudah ditemui di Indonesia. Jantung pisang batu biasa dinikmati oleh masyarakat dengan cara diolah menjadi sayur bening, urap, atau bahkan tumis. Meskipun begitu manfaat sayuran ini dalam meningkatkan produksi ASI tidak begitu dikenal, berbeda halnya dengan daun katuk, daun kelor, dan daun bangung-bangun yang sudah cukup dikenal dan dikonsumsi oleh ibu menyusui selama masa laktasi. Kandungan senyawa flavonoid, steroid, polifenol, dan tannin terdapat dalam jantung pisang batu. Senyawa flavonoid dan polifenol memiliki potensi untuk menstimulasi hormon prolaktin dan oksitosin sehingga akan terdapat peningkatan produksi ASI. Adaptasi fisik dan psikologis ibu nifas perlu diperhatikan bahwa selama nifas kebutuhan asupan zat gizi meningkat. Adaptasi tersebut menyebabkan ibu nifas membutuhkan sebuah asupan nutrisi yang tersedia secara langsung dan mudah dikonsumsi yaitu dalam sediaan teh yang memiliki kandungan nutrisi untuk ibu menyusui. Peneliti melakukan uji formulasi, uji organoleptik, dan uji senyawa antioksidan sebelum

intervensi terhadap responden. Teh jantung pisang batu memiliki efek galaktagog yang berpotensi meningkatkan produksi ASI. Terdapat perbedaan kadar prolaktin serum secara signifikan antara kelompok yang diberi teh jantung pisang batu (*Musa balbisiana Colla*) dengan kelompok yang diberikan teh biasa (*Camellia sinensis*). Ibu yang mengonsumsi teh jantung pisang batu berturut-turut selama tujuh hari mampu meningkatkan kadar prolaktin serum sebesar 30,85%. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan kontrol pada faktor-faktor lain yang memengaruhi kadar prolaktin serum, di antaranya frekuensi dan durasi menyusui.

F. Sistematika Penulisan

Didalam pembahasan skripsi ini, ada beberapa sistematika penulisan yang digunakan oleh penulis yang terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan, bab ini diawali dengan pendahuluan. Didalam bab ini penulis memaparkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Teori, didalam bab ini menguraikan berbagai teori yang membahas permasalahan yang

berhubungan dengan substansi penelitian. Kajian teori ini terdiri dari produksi, analisis *break event point* (BEP), strategi pengembangan produk.

BAB III Metodologi Pelaksanaan, pada bab ini dijelaskan bagaimana proses pelaksanaan kegiatan program yang terdiri dari berbagai macam alat dan bahan, anggaran biaya, jadwal kegiatan, proses pembuatan, proses promosi dan pemasaran dan yang terakhir adalah analisis peluang usaha.

BAB IV Hasil Yang Dicapai dan Potensi Keberlanjutan, pada bab ini dijelaskan tentang apa saja hasil yang dicapai dari awal perencanaan hingga ke proses evaluasi dan bagaimana potensi keberlanjutan terhadap produk pada masa yang akan datang.

BAB V Penutup, pada bab ini penulis menjelaskan kesimpulan dari perumusan masalah besertasan bagi para pelaku usaha dibidang UMKM.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Produksi

1. Pengertian Produksi

Produksi adalah segala kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan atau menambah guna atas suatu benda atau segala kegiatan yang ditujukan untuk memuaskan orang lain melalui pertukaran dalam mencakup setiap usaha manusia dan kemampuan untuk menambah faedah dalam memenuhi kebutuhan manusia. produksi didefinisikan sebagai segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa, untuk kegiatan mana dibutuhkan faktor-faktor produksi dalam ilmu ekonomi berupa tanah, tenaga kerja dan skill (*organization, managerial dan skills*).

Sedangkan produksi menurut Ace Partadireja, setiap proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa dinamai proses produksi karena proses produksi mempunyai landasan teknis yang dalam teori ekonomi disebut fungsi produksi. Fungsi produksi diartikan sebagai suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara hasil produksi fisik (*output*) dengan faktor-

faktor produksi (*input*). Dengan demikian ada hubungan yang erat antara input dan output.⁸

Dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 172, Allah berfirman :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُلُوْا مِّنْ طَيِّبٰتِ مَا رَزَقْنٰكُمْ وَاَشْكُرُوْا لِلّٰهِ اِنْ
كُنْتُمْ اِيَّاهُ تَعْبُدُوْنَ ﴿١٧٢﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah”.(Q.S.Al-Baqarah : 172)

2. Produksi Menurut Perspektif Islam

Produksi dalam ekonomi Islam merupakan setiap bentuk aktivitas yang dilakukan untuk mewujudkan manfaat atau menambahkannya dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang disediakan Allah SWT sehingga menjadi maslahat, untuk memenuhi kebutuhan manusia, oleh karenanya aktifitas produksi hendaknya berorientasi pada kebutuhan masyarakat luas. Sistem produksi berarti merupakan rangkaian yang tidak terpisahkan dari

⁸ Ummi Duwila, “Pengaruh Produksi Padi Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Waeapo Kabupaten Buru”, *Cita Ekonomika Jurnal Ekonomi*, Vol. IX, No.2 (2015) : 150.

prinsip produksi serta faktor produksi. Prinsip produksi dalam Islam berarti menghasilkan sesuatu yang halal yang merupakan akumulasi dari semua proses produksi mulai dari sumber bahan baku sampai dengan jenis produk yang dihasilkan baik berupa barang maupun jasa. Sedangkan faktor-faktor produksi berarti segala yang menunjang keberhasilan produksi seperti faktor alam, faktor tenaga kerja, faktor modal serta faktor manajemen.

Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karenanya ia merupakan bagian tak terpisahkan (*integral*) dari agama Islam. Sebagai derivasi dari agama islam, ekonomi islam akan mengikuti agama Islam dalam berbagai aspeknya. Di dalam sebuah sistem ekonomi terdapat unsur yang keberadaannya menjadi karakteristik dari sistem ekonomi yang bersangkutan. Unsur tersebut adalah produksi, distribusi dan konsumsi. Dalam produksi terdapat empat faktor yang paling penting yaitu faktor alam, tenaga kerja, modal dan manajemen.⁹

Dalam istilah ekonomi, produksi merupakan suatu siklus kegiatan-kegiatan ekonomi untuk menghasilkan

⁹ Niken Lestari, Sulis Setianingsih, “Analisis Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Produsen Genteng Di Muktisari, Kebumen, Jawa Tengah)”, *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol: 3, No. 1 (2019) : 98-99

barang atau jasa tertentu dengan memanfaatkan faktor-faktor produksi dalam jangka waktu tertentu.

Terdapat beberapa faktor sebagai alat produksi, yaitu:

a. Faktor alam/tanah

Faktor alam adalah faktor dasar dalam produksi. Alam yang dimaksud di sini adalah bumi, dan segala isinya, baik yang ada di atas permukaan bumi, maupun yang terkandung di dalam bumi itu sendiri. Dalam produksi, semua itu dikategorikan sebagai sumber alam yang dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan dan kemakmuran umat manusia. Rasulullah Saw sangat memperhatikan pemanfaatan tanah mati (*ihya al-mawat*) sebagai sumberdaya bagi kemakmuran rakyat. Islam mengakui adanya kepemilikan atas sumber daya alam yang ada, dengan selalu mengupayakan pemanfaatan dan pemeliharaan yang baik atas sumber daya alam sebagai salah satu faktor produksi. Hal tersebut dimaksudkan untuk memberi dorongan kepada seseorang dalam mengembangkan (mengelola) tanah.

b. Faktor tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan faktor pendaya guna dari faktor produksi sebelumnya, yakni faktor alam. Tenaga kerja juga merupakan asset bagi keberhasilan suatu perusahaan, karena kesuksesan suatu produksi terletak pada kinerja sumber daya manusia yang ada di dalamnya. Tenaga kerja yang memiliki skill dan integritas yang baik merupakan modal utama bagi suatu perusahaan. Tenaga kerja merupakan pangkal produktivitas dari semua faktor produksi yang tidak akan bisa menghasilkan suatu barang/jasa apapun tanpa adanya tenaga kerja (Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi). Dengan demikian, tenaga kerja dibutuhkan untuk melakukan proses transformasi dari bahan menjadi barang jadi sesuai yang dikehendaki perusahaan.

c. Faktor modal (*capital*)

Modal merupakan faktor yang sangat penting dalam suatu produksi, oleh karenanya tanpa modal produsen tidak dapat menghasilkan barang/jasa. Modal adalah sejumlah daya beli atau yang dapat menciptakan daya yang

dipergunakan untuk suatu proses produksi, tanpa modal maka tidak dapat memproduksi dan membangun. Dalam Islam modal haruslah bersumber dari suatu yang bebas dari riba sehingga dapat tercapai suatu kebaikan dalam aktivitas produksi dan tercapainya masalah.

d. Faktor Manajemen

Manajemen merupakan ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Berdasarkan fungsi manajemen berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan, manajemen berarti proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan sumber daya finansial, manusia dan informasi suatu perusahaan untuk mencapai sasarannya. Tanpa adanya manajemen yang baik, semua faktor produksi tidak akan menghasilkan profit yang maksimal karena semua faktor produksi tersebut memerlukan pengaturan melalui proses manajerial yang baik.

Prinsip produksi dalam Islam berarti menghasilkan sesuatu yang halal yang merupakan akumulasi dari

semua proses produksi. Prinsip produksi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat, sehingga kegiatan produksi harus dilandasi nilai-nilai Islam dan sesuai dengan maqashid al-syari'ah.¹⁰

3. Produk

Produk merupakan titik sentral kegiatan pemasaran karena produk merupakan sesuatu yang ditawarkan secara nyata oleh perusahaan pada pasar. Produk juga sebagai alat pemuas yang ditawarkan produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen.¹¹ Dalam pemasaran, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pelanggan.

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dimiliki, penggunaan ataupun konsumsi yang bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan.

¹⁰ Muhammad Turmudi, "Production In Islamic Economic Perspective", *Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. XVIII No. 1 (2017) 43-48

¹¹ Jasella Handayani, Derriawan Derriawan,dkk, "Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen Shopping Goods", Vol 10 No. 1, (2020) : 92

a. Definisi sempit

Produk adalah sekumpulan atribut fisik nyata (*tangible*) yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi.

b. Definisi Luas Produk

adalah sekumpulan atribut yang nyata (*tangible*) dan tidak nyata (*intangible*) di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer dan pelayanan di pabrik serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya.

Produk yang berwujud terutama dalam penelitian ini adalah makanan dan minuman yang disajikan kepada pelanggan, sedangkan produk yang tidak berwujud merupakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Sehingga perusahaan harus mampu merencanakan dan memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan agar tercapai suatu manfaat yang dapat memberikan suatu kepuasan.

Produk dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama yaitu :

a. Barang (*goods*)

Barang merupakan hasil atau keluaran (*output*) berwujud fisik (*tangible*) dari proses transformasi sumberdaya, sehingga bias dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan mendapat perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya.

b. Jasa (*Service*)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.¹²

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

¹² Nita Hernita, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, Vol. 5 No. 2 (2018) 155-156

produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk diperlukan untuk mempertemukan hasil perusahaan dengan permintaan yang ada agar produk yang diperlukan oleh konsumen, memberikan kepuasan pada konsumen dan sekaligus menguntungkan perusahaan.

produk merupakan hasil dari produksi yang akan dilempar kepada konsumen untuk didistribusikan dan dimanfaatkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.¹³

B. Analisis Break Event Point (BEP)

1. Pengertian Analisis

Analisis adalah kata yang sering terdengar pada suatu evaluasi kegiatan. Analisis sering dilakukan untuk memperoleh kesimpulan mengenai pelaksanaan kegiatan tersebut. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, yang dimaksud dengan analisis adalah penyelidikan dan penguraian terhadap suatu masalah untuk mengetahui keadaan yang sebenar-benarnya dan proses pemecahan masalah yang dimulai dengan dugaan dan kebenarannya.

¹³ Gigih Erlik Budiharja, Riyono, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua", *Jurnal Stie Semarang*, Vol 8, No 2 (2016) 97-98

Kegiatan analisis biasanya dilakukan pada akhir suatu kegiatan untuk mengetahui adanya masalah-masalah yang timbul saat kegiatan itu berlangsung. Melalui kegiatan analisis ini diharapkan kegiatan selanjutnya menjadi lebih sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini berarti yang dimaksud dengan analisis adalah penyelidikan penyebab-penyebab adanya kesenjangan dalam suatu peristiwa.¹⁴

Analisis dapat didefinisikan sebagai penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikannya.¹⁵

Selama analisis bertujuan untuk menghasilkan model sistem yang benar, lengkap, konsisten, dan tidak ambigu. Pengembang mengubah kasus penggunaan yang dihasilkan selama persyaratan elisitasi menjadi model objek yang benar-benar menggambarkan sistem. Selama kegiatan ini, pengembang menemukan

¹⁴ Ina Magdalena, dkk, ” Analisis Bahan Ajar”, *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vol. 2 No. 2 (2020) : 314

¹⁵ Hanik Mujiati, “Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Stok Obat Pada Apotek Arjowinangun”, *Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, Vol. 11 No. 2 (2014) 24-25

ambiguitas dan inkonsistensi dalam kasus menggunakan model yang mereka selesaikan dengan klien. Hasil analisis adalah model sistem dijelaskan dengan atribut dan operasi.

Dari definisi analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa analisis adalah suatu kegiatan mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan untuk memecahkan masalah. Adapun langkah-langkah dalam analisis sistem pendukung keputusan yang akan dibangun adalah :

1. Mengidentifikasi masalah dan penyebab masalah.
2. Memahami sistem kerja yang ada.
3. Menganalisa sistem.
4. Membuat laporan hasil analisa.¹⁶

analisis merupakan penguraian suatu pokok atau berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan. Analisis dalam bentuk kata kerja sebagai berikut. Menganalisis melibatkan proses memecah-mecahkan materi jadi bagian-bagian kecil dan menentukan

¹⁶ Nana Yulia Fitri, dkk, “Analisis Dan Perancangan Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Kinerja Guru Dengan Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (Saw) Pada Smk Yadika Jambi”, *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, Vol.2 No.1 (2017) : 319

bagaimana hubungan antar bagian dan antar setiap bagian dan struktur keseluruhannya, menganalisis yaitu penentuan potongan-potongan informasi yang relevan atau penting (membedakan), menentukan cara-cara untuk menata potongan-potongan informasi tersebut (mengorganisasikan), dan menentukan tujuan dibalik informasi itu (mengatribusikan).

Dari kedua pendapat di atas, dapat disimpulkan analisis merupakan suatu proses yang diawali dari menduga kebenarannya kemudian menyelidiki, menguraikan apa yang menjadi pokok permasalahan sehingga dapat dijabarkan ke bagian-bagian yang lebih kecil setelah adanya tindakan pengkajian yang tepat untuk menentukan tujuan.¹⁷

2. Pengertian *Break Event Point*

break even point/impas merupakan suatu keadaan yang dialami oleh perusahaan dimana tidak mendapatkan penghasilan setelah perusahaan tersebut mengeluarkan biaya-biaya yang digunakan untuk memenuhi kegiatan produksi, dengan kata lain jumlah total pendapatan sama dengan jumlah total biaya. Titik *break event point* atau titik pulang pokok dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana dalam

¹⁷ Wahyu Arini, dkk, “Analisis Kemampuan Berpikir Kreatif Pada Materi Cahaya Siswa Kelas Viii Smp Xaverius Kota Lubuklinggau”, *SPEJ (Science and Physics Education Journal)*, Volume 1 No 1 (, 2017) : 25

operasinya perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (total penghasilan = Total biaya).

18

Break even point adalah posisi dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian. BEP atau titik impas sangat penting bagi manajemen untuk mengambil keputusan untuk menarik produk atau mengembangkan produk, atau untuk menutup anak perusahaan yang tidak menguntungkan. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan atau revenue (penghasilan) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja.

Break Even Point adalah suatu alat perhitungan yang dapat membantu seorang manajer dalam melakukan perencanaan penjualan, dengan tujuan yang telah ditetapkan. Sehingga volume penjualan yang harus direncanakan dan diaplikasikan didalam suatu kegiatan usaha, dapat terukur dengan maksimal. Hal ini dikarenakan bahwa dengan analisis BEP seorang manajer perusahaan, bisa memprediksi berapa jumlah volume penjualan dan berapa harga jual yang harus ditetapkan, agar perusahaan mengalami keuntungan.

¹⁸ M Yusuf, “Analisa Break Event Point (Bep) Terhadap Laba Perusahaan”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4 No. 1(2014) : 50

Dengan analisis BEP ini, suatu perusahaan dapat mengetahui berapa volume penjualan minimal yang harus di targetkan, agar perusahaan mencapai titik impas (tidak untung dan tidak rugi). Sehingga, apabila perusahaan ingin mengalami keuntungan, maka volume penjualan harus melebihi digunakan sebelumnya. Sehingga, meskipun barang dan jasa tersebut baru di produksi pertama kali, apabila sudah dilakukan analisis BEP, akan dapat memudahkan manajer mentargetkan jumlah produksi yang harus dicapai.

Dengan demikian, perusahaan akan mengetahui seberapa banyak harus memproduksi barang dan jasa, agar dapat melampaui titik pulang pokok. *Break Even Point* dapat disimpulkan sebagai titik impas antara jumlah biaya dan pendapatan. Sehingga pendapatan yang diperoleh mampu menutupi jumlah biaya. Dalam hal ini BEP merupakan suatu titik impas dimana labanya sama dengan nol.¹⁹

Tujuan BEP/titik impas (*break event*) berlandaskan pada pernyataan sederhana, berapa besarnya unit produksi yang harus dijual untuk menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan untuk

¹⁹ Santi Rusmayanti, “Break Event Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Jus Jagung Enak”, *Jurnal Akrab Juara*, Volume 6 Nomor 2 (2021) : 184-186

menghasilkan produk tersebut. Dengan diketahuinya informasi yang didapatkan melalui analisa *break event* maka pihak manajer akan mampu meminimalisir kerugian dan memaksimalkan keuntungan serta dapat melakukan prediksi terhadap keuntungan yang diharapkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi BEP bersumber dari unsur-unsur yang diperlukan dalam perhitungan titik impas. Faktor tersebut diantaranya yaitu biaya tetap, biaya variabel, volume produksi atau penjualan, dan harga jual dari hasil produksi perusahaan.

3. Pengertian Analisis (BEP)

Analisis *Break Event Point* (analisis titik impas) adalah suatu cara yang digunakan oleh manajer perusahaan untuk mengetahui atau untuk merencanakan pada volume produksi atau volume penjualan berapakah perusahaan yang bersangkutan tidak menderita suatu kerugian dan belum memperoleh laba.

Analisis *break event point* ini digunakan untuk dapat memudahkan manajemen perusahaan dalam memperoleh informasi mengenai besarnya jumlah penjualan minimal dan volume produksi yang harus dicapai pada laba yang diharapkan, dengan kata lain analisis *break event point* (analisis impas) merupakan

salah satu teknik analisis yang menjelaskan hubungan antara keseluruhan biaya total, laba yang diharapkan dan volume penjualan. Manajemen perusahaan dalam melakukan analisis *break even point* juga akan memperoleh suatu informasi mengenai *margin of safety* (batas keamanan) dan *contribution margin* (laba kontribusi).

Margin of safety memiliki suatu kegunaan sebagai gambaran untuk manajemen mengenai seberapa banyak target penjualan dapat turun, agar tidak mengakibatkan suatu kerugian, sedangkan *contribution margin* dapat digunakan manajemen untuk mengetahui cukup tidaknya jumlah yang tersedia untuk menutupi beban tetap perusahaan yang kemudian akan menjadi laba. Begitu banyaknya produk-produk baru yang mulai bermunculan di antara kalangan pengusaha, kini mengharuskan perusahaan untuk mempunyai suatu perencanaan penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak menderita suatu kerugian.²⁰

Dalam praktiknya penggunaan analisis *break even* memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai yaitu :

²⁰ Vivin Ulfathu Choiriyah, dkk, “Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan (Studi Kasus Pada Perhutani Plywood Industri Kediri Tahun 2013-2014)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 35 No. 1(2016) 197-199

- a. Mendesain spesifikasi produk (berkaitan dengan biaya).
- b. Penentuan harga jual persatuan.
- c. Produksi atau penjualan minimal agar tidak mengalami kerugian.
- d. Memaksimalkan jumlah produksi .
- e. Perencanaan laba yang diinginkan.

Keterbatasan Analisis *Break Even Point* (BEP)

adalah sebagai berikut:

- a. Hubungan biaya, volume, laba diasumsikan meningkat secara linear.
- b. Kurva total pendapatan (kurva penjualan) diasumsikan meningkat secara linear sesuai dengan volume output.
- c. Diasumsikan perpaduan antara produksi dan penjualan relatif tetap.
- d. Diagram break even dan perhitungan break even merupakan bentuk analisis statis.

Analisa *break event point* sangat penting bagi pimpinan perusahaan untuk mengetahui pada tingkat produksi berapa jumlah biaya akan sama dengan jumlah penjualan atau dengan kata lain dengan mengetahui break event point kita akan mengetahui hubungan antara penjualan, produksi, harga jual, biaya,

rugi atau laba, sehingga memudahkan bagi pimpinan untuk mengambil kebijaksanaan.

Analisis *Break Event Point* berguna apabila beberapa asumsi dasar dipenuhi. Asumsi-asumsi tersebut adalah :

- a. Besarnya biaya variabel secara total berubah-ubah secara proporsional dengan volume produksi atau penjualan. Ini berarti bahwa biaya variabel per unitnya adalah tetap.
- b. Besarnya biaya tetap secara total tidak berubah meskipun ada perubahan volume produksi atau penjualan. Ini berarti bahwa biaya tetap per unitnya berubah-ubah karena adanya perubahan volume kegiatan.
- c. Jumlah unit produk yang terjual sama dengan jumlah per unit produk yang diproduksi.
- d. Harga jual produk per unit tidak berubah dalam periode tertentu.
- e. Perusahaan hanya memproduksi satu jenis produk, apabila lebih dari satu jenis komposisi masing-masing jenis produk dianggap konstan (tetap).

Analisa *break event point* juga dapat digunakan oleh pihak manajemen perusahaan dalam berbagai pengambilan keputusan, antara lain mengenai :

- a. Jumlah minimal produk yang harus terjual agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- b. Jumlah penjualan yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- c. Besarnya penyimpanan penjualan berupa penurunan volume yang terjual agar perusahaan tidak menderita kerugian.
- d. Untuk mengetahui efek perubahan harga jual, biaya maupun volume penjualan terhadap laba yang diperoleh.

Sekalipun Analisa *break event* ini banyak digunakan oleh perusahaan, tetapi analisa ini mempunyai beberapa kelemahan. Kelemahan utama dari analisa *break event point* antara lain :

- a. Asumsi tentang linearity

Pada umumnya baik harga jual per unit maupun *variabel cost* per unit, tidaklah berdiri sendiri terlepas dari volume penjualan. Dengan perkataan lain, tingkat penjualan yang melewati suatu titik tertentu hanya akan dicapai dengan jalan menurunkan harga jual per unit. Hal ini tentu saja akan menyebabkan garis *revenue* tidak akan lurus, melainkan melengkung. Disamping itu *variabel operating cost* per unit juga akan bertambah besar dengan

meningkatkan volume penjualan mendekati kapasitas penuh. Hal ini bisa saja disebabkan karena menurunnya efisiensi tenaga kerja atau bertambah besarnya upah lembur.

b. Klasifikasi biaya

Kelemahan kedua dari analisa *break even point* adalah kesulitan di dalam mengklasifikasikan biaya karena adanya semi *variabel cost* dimana biaya ini tetap sampai dengan tingkat tertentu dan kemudian berubah-ubah setelah melewati titik tersebut.

c. Jangka waktu penggunaan

Kelemahan lain dari analisa *break even point* adalah jangka waktu penerapannya yang terbatas, biasanya hanya digunakan di dalam pembuatan proyeksi operasi selama setahun. Apabila perusahaan mengeluarkan biaya-biaya untuk *advertensi* ataupun biaya lainnya yang cukup besar dimana hasil dari pengeluaran tersebut (tambahan investasi) tidak akan terlihat dalam waktu yang dekat sedangkan *operating cost* sudah meningkat, maka sebagai akibatnya jumlah pendapatan yang harus dicapai menurut analisa *break even point* agar dapat menutup

semua biaya-biaya operasi yang bertambah besar juga.

Penentuan tingkat *Break Event Point*, metode yang dapat dilakukan untuk menentukan tingkat BEP antara lain :

a. Metode Aljabar

Metode ini dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

1) Dasar Unit

Yaitu dari hasil penjualan dikurangi dengan biaya variabel merupakan sisa atau margin yang tersedia untuk menutup biaya tetap. Secara sistematis dapat dirumuskan :

$$\mathbf{BEP (Unit) = \frac{FC}{P-VC}}$$

Keterangan

BEP : Break even point/titik impas/titik kembali pokok

FC : Biaya tetap

P : Harga jual per unit

VC : Biaya variabel per unit

2) Dasar Sales dan Rupiah

Perhitungan dengan dasar penjualan dalam rupiah yakni dengan membagi jumlah biaya tetap dengan margin income rasionya sehingga akan diperoleh tingkat penjualan (dalam rupiah) yang harus dicapai agar perusahaan tidak menderita kerugian atau memperoleh keuntungan. Secara sistematis dapat dirumuskan :

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{S}}$$

Keterangan

BEP :Break even point/titik impas/titik kembali pokok

FC :Biaya tetap

VC :Biaya variabel

S :Jumlah penjualan

b. Metode Trial and Error

Perhitungan dengan menggunakan dasar keuntungan neto dari nilai suatu volume produksi/penjualan tertentu. Apabila perhitungan tersebut menghasilkan keuntungan maka diambil volume produksi yang lebih rendah. Jika dengan suatu volume produksi/penjualan tertentu, perusahaan menderita kerugian maka volume produksi/penjualan ditentukan lagi pada nilai yang lebih besar.

c. Metode Grafis

Menggambarkan garis-garis biaya tetap, biaya total (penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel) dan garis penghasilan penjualan. *Break even point* juga dapat digunakan dengan dalam tiga cara terpisah, namun ketiganya saling berhubungan, yaitu untuk :

- 1) Menganalisa program otomatisasi dimana suatu perusahaan akan beroperasi secara lebih mekanis dan otomatis dan mengganti biaya variabel dengan biaya tetap.

- 2) Menelaah impek dari perluasan tingkat operasi secara umum.
- 3) Untuk membuat keputusan tentang produk baru yang harus dicapai jika perusahaan menginginkan *break even point* dalam suatu proyek yang diusulkan.

Analisa *break even point* memberikan penerapan yang luas untuk menguji tindakan-tindakan yang diusulkan dalam mempertimbangkan alternatif-alternatif atau tujuan pengambilan keputusan yang lain. Analisa *break even point* tidak hanya semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang *break even* saja, akan tetapi analisa *break even point* mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungan dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.

Jenis biaya menurut konsep *break even* terdiri dari tiga yaitu :

- a. *Variabel cost*

Variabel cost (biaya variabel) ialah Biaya yang berhubungan langsung dengan tingkat produksi atau penjualan karena besarnya ditentukan oleh berapa besar volume produksi atau penjualan yang dilakukan.

b. *Fixed cost*

Fixed cost (biaya tetap) dapat dikatakan berhubungan dengan waktu (*function of time*) dan tidak berhubungan dengan tingkat penjualan. Pembayaranannya didasarkan pada periode akuntansi tertentu dan besarnya adalah sama, sampai dengan jumlah tertentu biaya ini secara total tidak berubah.

c. *Semi variabel cost*

Semi variabel cost (biaya semi variabel) ialah biaya yang kadang-kadang juga disebut dengan “*semifixed cost*” mempunyai ciri-ciri gabungan antara biaya tetap dan biaya variabel. Contoh dari *semi variable cost* saja komisi bagi para salesman yang jumlahnya tetap sampai pada volume penjualan tertentu dan bertambah besar pada volume penjualan yang lebih tinggi. Di dalam BEP hanya ada bentuk biaya (tetap dan variabel). Oleh karena itu biaya semi variabel haruslah dikelompokkan ke dalam biaya tetap ataupun biaya variabel.²¹

$$\text{Biaya variable per unit} = \frac{\text{biaya Tetap}}{\text{Harga jual}-\text{Biaya Variabel}}$$

²¹ M. Yusuf, 2014, Analisa Break Event Point (Bep) Terhadap Laba Perusahaan, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 4 No. 1 hlm 50-54.

$$\text{BEP (Rupiah)} = \frac{\text{biaya Tetap}}{1 - (\text{Biaya variabel} / \text{harga jual})}$$

Jadi :

$$\begin{aligned} \text{Biaya variable per unit} &= \text{Rp. } 93.000 / 32 \text{ Kotak} \\ &= \text{Rp. } 2.906.- \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya Harga Jual Per Unit} &= \text{Rp. } 5000 / 32 \text{ Kotak} \\ &= \text{Rp. } 156.- \end{aligned}$$

Selanjutnya :

$$\begin{aligned} \text{BEP (unit)} &= \frac{\text{Rp } 378.000}{5000 - 2.906} \\ &= 180 \text{ Unit} \end{aligned}$$

Jadi usaha ini menjual sebanyak 180 unit teh Jantung Pisang agar BEP.

$$\begin{aligned} \text{BEP (Rupiah)} &= \frac{\text{RP.378.000}}{1 - (\text{Rp}93.000/\text{Rp. } 180)} \\ &= \text{Rp. } 747.537.- \end{aligned}$$

Jadi, usaha teh jantung pisang ini harus mendapat omset senilai Rp. 747.537,- agar terjadi BEP.

C. Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak

dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan

Pengembangan produk merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi penjualan dan pengiriman produk ke konsumen. pengembangan produk baru adalah satu cara agar konsumen tidak merasa bosan dan mau terus-menerus membeli produk yang ada. Sehingga produk yang dimiliki dapat menjadi keunggulan persaingan.²² Pengembangan produk adalah kegiatan yang mengarah pada ciri khas yang baru atau berbeda dari sebuah produk atau pemanfaatan konsumen. Pengembangan tersebut membentang dari konsep yang sama sekali baru untuk memenuhi keinginan konsumen yang ditetapkan secara baru hingga modifikasi atau memperbarui dari produk yang sudah ada sebelumnya, ini merupakan sebuah proses yang harus berkesinambungan

²² Sylvia Nailuvary, dkk, "Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember", *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 14 No. 1 (2020): 186

untuk menahan masa penurunan dalam daur hidup intrinsik dari sebuah produk yang ada. Dalam arti lain pengembangan produk adalah suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar untuk memperbaiki produk yang ada, atau untuk menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan kemudian dipasarkan. Pengembangan produk tersebut terdiri atas suatu penjualan yang bertambah dan diusahakan oleh perusahaan dengan mengembangkan produk-produk yang diperbarui untuk pasar yang sekarang. Dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan mengembangkan produk yang sudah ada atau menghasilkan produk baru serta melakukan pendekatan strategi untuk meraih keberhasilan dan terhindar dari risiko, dan menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kemudahan dalam transaksi, serta *sesuai* dengan kebutuhan masyarakat dan industri pasar.²³

Ketentuan-ketentuan konsumen untuk peningkatan produk akan menjadi input yang sangat penting dalam pengembangan produk. Selain itu, dengan melakukan penelitian terhadap *product life cycle*

²³ Ahmad Mukhlisin, Aan Suhendri, "Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah Di Indonesia", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 3, Nomor 2 (2018): 192

memungkinkan suatu perusahaan untuk melakukan inovasi dalam memperkenalkan rancangan atau pengembangan produknya, sehingga dapat lebih mengembangkan perusahaannya.²⁴

Maka dari teori yang sudah dijelaskan diatas kami sebagai pelaku UMKM produk teh jantung pisang melakukan atau menerapkan strategi pengembangan produk dengan upaya melakukan inovasi terhadap varian rasa baru, yaitu membuat teh jantung pisang yang ditambah dengan bunga melati dan lemon bertujuan untuk memperbanyak varian rasa sehingga dapat menawarkan produk yang beraneka rasa, selain itu kami juga akan melakukan perbaikan terhadap kemasan produk ini dengan upaya dbuat semenarik mungkin agar dapat bersaing dipasaran yang ada.

Seperti yan dikemukakan oleh Saladin (2003:79) terdapat beberapa strategi dalam pengembangan produk, yaitu:

1. Memperbaiki produk yang sudah ada.
2. Memperluas lini produk.
3. Merubah produk yang sudah ada.
4. Meniru strategi pesaing.

²⁴ Fitri Agustina, Nuzullis Lailatul Kamalia, ” Perumusan Strategi Pengembangan Produk Kurma Salak Berdasarkan Analisis Product Life Cycle (Plc) Dan Swot Pada Kelompok Tani Ambudi Makmur Ii Bangkalan”, *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, Volume 1, No 2 (2012) : 105-106

5. Menambahkan produk baru yang tidak ada hubungan dengan lini produk.²⁵

²⁵ Dita Amanah, Fauzia Agustini, “ Strategi Pengembangan Produk Taman Margasatwa Medan, Indonesia, Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA”, (2016):132-135

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Alat dan Bahan

1. Alat Adapun alat dan bahan yang digunakan dalam proses pembuatan Teh Jantung Pisang sebagai berikut:

Tabel 3.1 Alat

NO.	Rekap Biaya	Jumlah
1.	Pisau	1
2.	Spatula	1
3.	Baskom	1
4.	Tampah	1

5.	Wajan	1
6.	Toples	1
7.	Kompor	1
8.	Gas Elpiji	1
9.	Blender	1

2. Bahan

Pada proses pembuatan produk teh herbal jantung pisang menggunakan bahan dasar berupa bunga jantung pisang yang berasal dari jantung pisang itu sendiri. Kemudian, bahan kedua yang digunakan adalah kapur sirih, tujuan penggunaan kapur siri disini adalah untuk menghilangkan getah serta rasa kelat yang merupakan ciri khas rasa dari jantung pisang. Bahan terakhir yang digunakan adalah

kayu manis, dimana kayu manis ini memiliki tujuan agar bau maung dari jantung pisang ini dapat terminimalisir.

B. Anggaran Biaya

Untuk mengetahui uraian anggaran biaya yang dikeluarkan pada saat proses produksi produk teh jantung pisang adalah sebagai berikut :

NO	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga	
Tahap Pelaksanaan				
Bahan Habis Pakai				
1.	Jantung Pisang	4 Buah	Rp. 4.000	Rp. 16.000
2.	Kapur Sirih	¼ Kg	Rp. 8.000	Rp. 8.000
3.	Kayu Manis	1 Ons	Rp. 2.000	Rp. 2.000
4.	Logo	65 lembar	Rp. 650	Rp. 10.000
5.	Kemasan	70 Pcs	Rp. 700	Rp. 49.000
6.	Kantong teh celup	100 Pcs	Rp. 100	Rp. 10.000
	Jumlah			Rp. 93.000
Peralatan Tetap				

1.	Pisau	1	Rp. 5.000	Rp. 5.000
2.	Spatula	1	Rp. 5.000	Rp. 5.000
3.	Baskom	1	Rp. 10.000	Rp. 10.000
4.	Tampah	1	Rp. 8.000	Rp. 8.000
5.	Wajan	1	Rp. 25.000	Rp. 25.000
6.	Toples	1	Rp. 15.000	Rp. 15.000
7.	Kompor	1	Rp. 130.000	Rp. 130.000
8.	Gas LPG	1	Rp. 100.000	Rp. 100.000
9.	Blender	1	Rp. 80.000	Rp. 80.000
	Jumlah			Rp. 378.000

Dari table anggaran biaya diatas dapat dilihat bahwasannya anggaran biaya yang digunakan ada dua:pertaa bahan habis pakaiuntuk sekali produksi memerlukan Rp

93.000,00.- yang kedua peralatan tetap dengan kisaran biaya Rp
378.000,00.

C. Jadwal Kegiatan

NO	Pelaksanaan Kegiatan	Bulan Ke I				Bulan Ke II				Bulan ke III				Bulan ke IV			
1.	Perencanaan	■	■														
2.	Survey bahan baku	■	■	■													
3.	Pelatihan dan praktek	■	■	■	■												
4.	Publikasi dan promosi	■	■	■		■	■	■		■	■	■		■	■		
5.	Produksi	■	■	■			■	■	■	■	■	■					
6.	Pemasaran	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
7.	Evaluasi	■	■	■					■	■	■	■					
8.	Pembuatan laporan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Keterangan :

1. Warna hijau : kegiatan dilakukan Tim bersama-sama
2. Warna kuning : kegiatan mandiri bagian pemasaran
3. Warna putih : libur

Tabel diatas menunjukkan kegiatan yang dilakukan setelah selesai produksi yang sempurna, bermula dari proses produksi, pemasaran hingga pembuatan laporan. Kegiatan ini dilakukan sudah lebih dari empat kali dalam satu bulan yang menghasilkan keuntungan dari setiap perkemasannya sebesar Rp. 2.000.

Adapun penjelasan proses-proses dari tabel diatas secara rinci yaitu :

1. Perencanaan

Yaitu proses yang dimulai dengan menentukan produk apa yang akan di produksi serta bagaimana tata cara pengelolaan dan pangsa pasar yang akan dituju. Proses perencanaan ini berlangsung selama dua minggu di bulan pertama. Kami telah menentukan pilihan, jantung pisang kepok sebagai bahan dasar pembuatan produk teh jantung pisang ini, yang akan diproduksi menjadi teh dan dipasarkan dilingkungan sekitar.

2. survey bahan baku

Merupakan kunci utama dalam melihat peluang bisnis, melalui proses ini lah bisa mengetahui

seberapa besar peluang keuntungan yang bisa diraih, seberapa besar peluang kita agar bisa bersaing dengan produk sejenis yang telah ada. Jantung pisang kepok tergolong sulit dicari dipasaran karena penjualan yang tidak menentu terkadang ada dan juga terkadang tidak ada. sehingga mempengaruhi ketersediaan bahan utama dalam pembuatan produk yang akan diproduksi. Proses survey bahan baku ini sendiri memakan waktu selama tiga minggu.

3. Pelatihan dan Praktek

Dalam proses ini, pertama kami melakukan uji coba pembuatan teh jantung pisang yang mana hasilnya tidak layak untuk dikonsumsi dikarenakan kami salah dalam memilih jantung pisang sehingga menimbulkan rasa yang begitu pahit. Setelah melalui berbagai proses kami dapat mengatasi masalah yang kami hadapi ini yaitu dengan mengganti jantung pisang jantan sebagai bahan dasar pembuatan teh ini dengan menggunakan jantung pisang kepok. Jantung pisang kepok tidak menimbulkan rasa pahit ketika dikonsumsi dan sudah terbukti banyak yang mengkonsumsi jantung pisang sebagai sayur gulai. Dalam proses pelatihan dan praktek ini cukup memakan waktu hingga satu bulan lamanya, karena proses melalui proses penjemuran dan lain-lain.

4. Publikasi dan Promosi

Proses promosi ini dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan promosi face to face, promosi ini dilakukan dengan cara mengenalkan produk langsung ke masyarakat sekitar atau orang-orang terdekat, selanjutnya promosi dengan menggunakan sosial media seperti whatshapp, instagram. Kegiatan promosi ini dilakukan setiap awal bulan dan juga pertengahan bulan.

5. Produksi

Proses produksi dilakukan secara bertahap, dimana pada bulan pertama proses produksi teh jantung pisang hanya dilakukan selama tiga minggu saja. Pada bulan kedua yaitu di minggu pertama dan kedua kami memutuskan untuk tidak berproduksi (libur) karena stock masih ada. Pada bulan ketiga kami terus melakukan produksi hingga selesai. Proses produksi ini dimulai dengan membeli jantung pisang kemudian dikupas dan di kelotek bunga jantung pisang, lalu dicuci hingga bersih dengan menggunakan air mengalir, setelah proses pencucian kemudian proses perendaman dengan menambahkan kapur sirih guna untuk menghilangkan getah yang akan menimbulkan rasa pahit pada bunga jantung pisang itu sendiri, setelah perendaman kemudian

proses penjemuran, setelah kering bunga jantung pisang tadi kemudian di sangrai dan di tambahkan kayu manis secukupnya guna untuk menambahkan aroma pada teh, selanjutnya proses blender ntuk menghaluskan sangraian tadi, kemudian teh jantung pisang siap untuk dikemas.

6. Pemasaran

Proses pemasaran dilakukan dengan sistem ambil ditempat atau juga bisa dengan *cash on delivery*.

7. Evaluasi

Setelah melakukan berbagai rangkaian proses dan kegiatan diharapkan untuk kedepannya agar dapat lebih berinovasi lagi dan meningkatkan kualitas pelayanan.

8. Pembuatan laporan ini terdiri dari laporan kelompok dan laporan induvidu.

D. Proses Pembuatan

Tahap-tahap pembuatan teh jantung pisang sebagai berikut:

- a. Pertama, kupas (klotek) kulit dari jantung pisang kemudian ambil bunga jantung pisang yang menyerupai jari-jari, setelah terkumpul bunga jantung pisang tersebut buang benang sari yang ada pada bunga tersebut.

Gambar 3.1 Proses pengupasan jantung pisang



- b. Kedua, cuci bunga jantung pisang pada air yang mengalir hingga bersih lalu rendam bunga jantung pisang ke dalam baskom berisikan air secukupnya kemudian tambahkan satu sendok makan kapur sirih kedalam air rendaman.

Gambar 3.2 Proses pencucian bunga jantung pisang



Gambar 3.3 Proses pemberian kapur sirih dan perendaman bunga jantung pisang



- c. Ketiga, cuci kembali bunga jantung pisang yang sudah di rendam tadi hingga bersih kemudian jemur bunga jantung pisang menggunakan tampah yang bersih dibawah sinar matahari. Proses penjemuran berlangsung selama kurang lebih 2 hari jika cuaca panas.

Gambar 3.4 Proses penjemuran bunga jantung pisang



- d. Keempat, sangrai bunga jantung pisang yang sudah kering menggunakan api kecil. Proses penyangraian kurang lebih selama 20 menit.

Gambar 3.5 Proses penyangraian bunga jantung pisang



- e. Kelima, blender sangraian bunga jantung pisang sampai tingkat kehalusan yang diinginkan.

Gambar 3.6 Proses pemblenderan



- f. Keenam, kemas bunga jantung pisang yang sudah dihaluskan tadi kedalam kemasan teh celup.

Gambar 3.7 dan 3.8 Proses pengemasan kantung teh celup



Gambar 3.9 Proses pengemasan teh jantung pisang



E. Proses Promosi dan Pemasaran

1. Promosi secara *face to face*

Produk olahan teh jantung pisang pertama kali dipromosikan pada orang-orang terdekat atau lingkungan sekitar rumah. sejak awal kami memutuskan untuk membuat olahan ini kami sudah mulai menjelaskan kepada calon konsumen mengenai cita rasa serta khasiat yang terkandung pada teh jantung pisang ini. Meski saat ini masih pandemi covid proses promosi produk ini dilakukan dengan menggunakan protocol kesehatan dengan menjaga jarak.

Gambar 3.1 Secara *face to face*

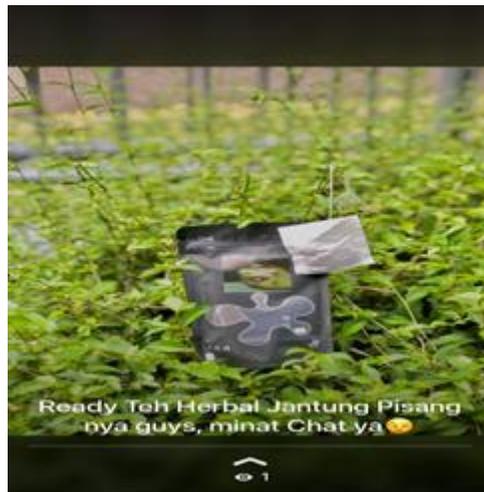


2. Promosi menggunakan WhatsApp

Semakin berkembangnya zaman gadget merupakan barang yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam berkomunikasi, bahkan dengan adanya fitur aplikasi dari gadget ini kita

dapat melakukan promosi kapanpun dan dimanapun. Adapun fitur aplikasi yang sangat sering digunakan dalam sehari-hari yaitu WhatsApp, dengan menggunakan aplikasi ini maka kita dapat lebih mudah memberikan gambaran tentang khasiat, kemasan serta cita rasa dari teh jantung pisang ini. Strategi yang dilakukan ini dengan cara mengupload snap story serta penawaran COD (Cash On Delivery).

Gambar 3.2 Promosi menggunakan WhatsApp



3. Promosi menggunakan Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang saat ini sangat digemari anak-anak milenial, mereka menggunakan Instagram mulai dari mengekspos kegiatan sehari-hari serta aktivitas lainnya seperti halnya dalam mempromosikan produk yang akan dijual.

Selain WhatsApp tentunya Instagram digunakan untuk menambah konsumen. Dengan menggunakan Instagram konsumen dapat dapat terus melihat produk ini, karena dengan menggunakan aplikasi ini promosi akan terus bertahan dalam jangka waktu yang lama, serta memperluas target penjualan.

Gambar 3.3 Promosi menggunakan Instagram



Philip Kotler dan Armstrong berpendapat bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi

khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya. Manajemen pemasaran dapat dikelompokkan dalam empat aspek yang sering dikenal dengan marketing mix atau strategi pemasaran. Strategi pemasaran (*marketing mix*) merupakan sekumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Strategi pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel yang disebut “4P” yaitu :

1. Produk (*Product*)

produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipegunakan, atau dikonsumsi, dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk teh jantung pisang merupakan produk olahan jenis baru yang akan menjadi sesuatu agar dapat dipasarkan dan diperjual belikan sehingga menghasilkan nilai jual yang tinggi. Produk teh jantung pisang ini memiliki brand yaitu “*Go Healty and Happy*” dimana brand ini tercipta bermula dengan berjalannya proses dari perencanaan, pembuatan PIRT yang terciptanya nama produk untuk dikenal orang-orang. Brand *Go Healty and*

Happy ini dibuat saat proses survey dari dinas kesehatan makanan yang mengharuskan ada nama brand pada produk. Dengan adanya masukan dari tim, terbentuklah *Go Healty and Happy* yang mana memiliki makna “sehat dan bahagia” Adanya brand ini diharapkan nantinya produk olahan ini dapat dikenal oleh banyak orang. Produk olahan ini bahan utamanya menggunakan jantung pisang. Dalam satu kemasan terdapat 5 kantong teh celup. Produk olahan teh jantung pisang ini dapat bertahan selama 1 bulan dalam suhu ruangan. Selain itu dengan adanya teh jantung pisang ini dapat berkontribusi dengan penjual serta petani pisang yang membudidayakan tanaman pisang di daerah Bengkulu. Banyak sekali manfaat dari kandungan produk olahan teh jantung pisang ini yaitu per 100 Kandungan nutrisi gram jantung pisang segar menurut Direktorat Gizi Departemen Kesehatan RI mengandung (1992) : energi 31 kkal, protein 1,2 g, lemak 0,3 g, karbohidrat 7,1 g, kalsium 3,0 mg, fosfor 50 mg, zat besi 0,1 mg, vitamin A 170 mg, vitamin B1 0,05 mg, vitamin C10 mg, air 90,2 g dan BDD 25%. Untuk menarik pelanggan maka kami

menggunakan kemasan produk menarik dengan menggunakan stand plastik, tidak seperti kemasan the pada umumnya yang menggunakan kotak. Sehingga produk teh jantung pisang ini semakin mempunyai karakter.

Gambar 3.4 logo produk



Gambar 3.5 kemasan produk



2. Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga menurut Lewis adalah jumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual. Penetapan harga pada produk kami berpegang pada pemikiran bahwa

kebijakan harga didasarkan atas tingkat harga wajar bagi dua pihak yaitu konsumen dan produsen. Harga teh jantung pisang yaitu sebesar Rp. 5.000.- Dalam satu kemasan teh jantung pisang terdapat 6 kantong teh celup.

3. Tempat/Lokasi (*Place*)

Lokasi pemasaran atau penjualan saat ini berlangsung di perumahan Jl.Hibrida 10 gang semarak 2 RT 16 RW 06 No.55 Kec Gading Cempaka kota Bengkulu.

Gambar 3.6 Tempat/Lokasi



4. Promosi (*promotion*)

Promosi yang dilakukan pertama kali yaitu menggunakan jenis promosi secara langsung (*direct marketing*) yang mana promosi jenis ini dapat berkomunikasi langsung dengan pembeli. Kegiatan promosi jenis ini lebih efektif dan efisien untuk mendapatkan interaksi langsung

dengan pembeli serta kita juga bisa membujuk mereka agar mereka tertarik untuk membeli produk yang kita tawarkan. Selanjutnya promosi dilakukan secara online dengan menggunakan sosial media seperti WhatsApp dan Instagram, dengan menggunakan promosi jenis ini lebih memperluas jangkauan penjualan.

Gambar 3.7 Pemasaran Produk ke-1



Gambar 3.8 Pemasaran Produk ke-2



F. Analisis Peluang Usaha

Berikut merupakan peluang dan tantangan dari usaha produk teh jantung pisang, yaitu:

1. Peluang usaha

- a. Bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan produk teh jantung pisang relative mudah untuk didapatkan.
 - b. Proses pengolahan terbilang simpel, akan tetapi membutuhkan waktu dan juga cuaca yang mendukung.
 - c. Pemasaran dapat dilakukan kapan saja, karena produk terbilang tahan lama.
 - d. Dapat dijadikan ciri khas oleh-oleh Bengkulu, karena produk ini merupakan inovasi baru di daerah kota Bengkulu.
 - e. Mempunyai nilai jual dan dapat meningkatkan harga jual dari jantung pisang.
2. Tantangan usaha Adapun tantangan dari produk jantung pisang ini yaitu saingan dari produk teh lainnya yang sudah terkenal dipasaran, sehingga masyarakat masih enggan untuk mencoba produk baru. Maka dari itu perlunya untuk dilakukan promosi yang lebih extra agar produk teh jantung pisang ini mampu bersaing dengan produk lainnya dipasaran. Inovasi yang dapat menarik perhatian masyarakat lainnya yaitu dengan kemasan, dimana kemasan teh pada umumnya menggunakan kotak, untuk itu kemasan pada

produk teh jantung pisang menggunakan standing pouch berwarna hitam agar lebih mudah diingat konsumen.

Investasi Modal Kerja:

Total biaya yang akan dibutuhkan untuk mendirikan industri kecil teh herbal jantung pisang dalam kemasan adalah $\text{Rp. } 378.000 + \text{Rp. } 93.000 = \text{Rp. } 471.000$

Biaya Variabel:

Dalam satu buah jantung pisang dapat menghasilkan 50 pcs kantong teh celup yang dikemas menjadi kurang lebih 8 Pcs stand plastic/kotak teh jantung yang berisi 6 kantong teh celup, dengan harga jual Rp. 5.000 per kotak. Dalam satu minggu kami memproduksi sebanyak 32 pcs teh herbal jantung pisang. Jadi, dalam satu bulan kami menghasilkan 128 pcs teh herbal jantung pisang, yang sama dengan 32 Pcs stand plastic.

Jantung Pisang	: Rp. 4.000
Kapur Sirih	: Rp. 2.000
Kayu Manis	: Rp. 2.000
Kantung Teh Celup	: Rp. 100
Logo	: Rp. 650

Pakaging Stand Plastik : Rp. 700

Total : Rp. 9.450

Pendapatan usaha yakni :

16 minggu x 32 pcs/kotak x Rp 5.000 = Rp 2.560.0000

Biaya Usaha :

Biaya bahan baku sekali produksi Rp 93.000

Peralatan tetap Rp 378.000

Biaya tenaga kerja Rp -----

Total biaya = Rp 93.000 x 16 minggu + 378.000

= Rp 1.866.000

Laba bersih :

Pendapatan usaha – total biaya =

= Rp 2.560.000 – Rp 1.866.000

= Rp 694.000

Jadi, selama 4 bulan prooduksi dengan prolehan total penjualan sebesar Rp 2.560.000 dan laba bersih sebesar Rp 1.866.000. maka usaha sudah dikatakan layak untuk dijalankan karena sudah melebihi dari batas investasi awal yang dikeluarkannya.

Analisa Keuntungan :

Produksi dalam 1 bulan :

1 kali produksi : 32 pcs/kotak x 4 minggu

: 128 pcs/kotak

Penjualan 1 bulan :

Harga per kotak : Rp 5000

Penjualan 1 bulan : Rp 5000 x 128 pcs/kotak

: Rp 645.000

Profit yang dihasilkan dalam 4 bulan :

: Rp 645.000 x 4 bulan

: Rp 2.560.000

Total profit yang diperoleh :

= Pendapatan usaha – total biaya

= Rp 2.650.000 – Rp 1.866.000 = Rp 694.000

BAB IV
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI
KEBERLANJUTAN

A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program

1. Kegiatan Pelatihan PKP

Pelatihan yang dilakukan merupakan pelatihan (PKP) dari Dinkes Kota Bengkulu pelatihan keamanan pangan yang dilaksanakan pada tanggal 16 Desember 2021 yang bernarasumberkan dinas kesehatan, badan pengawas obat dan makanan (BPOM), dan lembaga pengkajian pangan obat-obatan dan kosmetika majelis ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Materi yang dijelaskan pada saat pelatihan yaitu :

- a. Materi pertama tentang bahan tambahan pangan, adalah bahan yang biasa tidak digunakan sebagai makanan dan yang bukan merupakan komponen khas makanan (pengawet makanan). Selanjutnya menjelaskan tentang bahan tambahan pangan yang aman untuk digunakan, karena bahan tambahan pangan itu mempunyai 2 jenis yaitu bahan yang di izinkan dan yang tidak di izinkan. Cara produksi pangan yang baik untuk industri

rumah tangga adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dari benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dari alat yang digunakan untuk produksi. Tujuannya untuk mencegah produk teh jantung pisang yang tercemar dari zat yang berbahaya pada proses pembuatan produk teh jantung pisang. Sehingga dapat mengganggu, merugikan, serta membahayakan kesehatan manusia.

- b. Keamanan dan mutu pangan merupakan kondisi yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan tiga cemaran, yaitu cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia. Adapun kunci keamanan pangan adalah jagalah kebersihan, pisahkan pangan mentah dari pangan jadi, masaklah dengan cara yang benar, simpan pangan pada suhu aman, gunakan air dan bahan baku yang halal dan aman. Karena pangan kemasan yang baik terlihat dengan ciri-cirinya yaitu kemasan dalam kondisi yang baik, tidak rusak, penyok atau mengembung, pangan

tidak kadaluwarsa, sudah memiliki nomor izin edar. Tujuannya untuk mencegah bahan yang digunakan dalam membuat teh jantung pisang yang tercemar dari zat biologis, kimia, dan bahan yang tidak sehat untuk digunakan sehingga dapat membahayakan kesetahan.

- c. Kebijakan dan program nasional keamanan pangan (IRTP) yaitu menjelaskan tentang industry rumah tangga pangan harus memiliki tempat usaha yang berada di tempat tinggal dengan peralatan dan pengelolaan pangan manual hingga semi otomatis kondisi yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan tiga cemaran, yaitu cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia sehingga aman untuk dikonsumsi dari segi tempat usaha yang digunakan untuk produksi. Tujuannya untuk mencegah produk teh jantung pisang yang tercemar dari zat-zat yang tidak diinginkan.
- d. Higiene dan sanitasi makanan (*Food Hygiene and sanitation*) adalah menjelaskan tentang cara pengelolaan atau produksi yang baik dan benar. Adapaun serangkaian cara-cara yang

dianjurkan yaitu dengan mencuci tangan untuk memelihara serta menjaga kebersihan alat makan, membuang bagian makanan yang sudah rusak untuk melindungi keutuhan makanan secara keseluruhan, mencuci tangan sehabis dari kamar mandi dan WC untuk menjaga dan melindungi kebersihan tangan, menyimpan makanan dalam lemari khusus untuk menjaga dan melindungi kebersihan makanan, tidak merokok selama bekerja untuk mencegah cemaran makanan yang disebabkan oleh asap, abu, dan puntung rokok. Tujuannya untuk mencegah produk teh jantung pisang yang diproduksi dengan cara yang tidak sehat sehingga menurunkan kualitas produk yang dihasilkan.

- e. Peraturan perundang-undangan tentang pangan adalah menjelaskan tentang undang-undang republik Indonesia nomor 18 tahun 2012 tentang pangan. Yang mana pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk hasil pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan dan air baik yang diolah maupun tidak olah yang diperuntukkan sebagai makanan atau

minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan lainnya digunakan dalam proses penyiapan pengelolaan, atau proses produksi makanan atau minuman (pasal1). Dengan ketentuan pidana setiap orang yang menyelenggarakan kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan atau peredaran pangan yang tidak memenuhi persyaratan sanitasi pangan akan dipidana. Dengan pidana paling lama 2 (dua) tahun atau denda paling banyak Rp. 4000.000.000,- (pasal 135). Selanjutnya setiap orang yang melakukan produksi pangan untuk diedarkan dengan sengaja menggunakan bahan tambahan pangan melampaui ambang batas maksimal yang ditetapkan, atau bahan yang dilarang digunakan ssebagai bahan tamabahan pangan, akan dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp 10.000.000.- (pasal 136). Tujuannya pada saat produksi produk teh jantung pisang tidak menyalahi aturan serta undang-undang yang telah ditetapkan.

- f. Label menjelaskan tentang ketentuan label yang digunakan pada produk yang akan

diproduksi yaitu makanan yang diedarkan diwilayah Indonesia yang wajib di daftarkan menurut peraturan menteri tentang wajib daftar makanan maka harus menggunakan label sesuai dengan peraturan, label harus cukup besar untuk menampung semua keterangan yang diperlukan, tidak boleh luntur atau mudah lepas, pelabelan harus dan informatif, nama dan merek produk yang digunakan harus dalam Bahasa Indonesia serta dapat juga ditambah dengan menggunakan Bahasa Inggris, nama makanan harus menunjukkan sifat atau keadaan makanan yang sebenarnya, terdapat komposisi dan bahan yang akan diterterakan pada label, tanggal produksi serta tanggal kadaluwarsa. Tujuannya agar pembuatan label pada produk olahan teh jantung pisang mengikuti standar dan ketentuan yang berlaku.

Adapun hasil pelatihan yang kami dapatkan yaitu mengetahui bagaimana cara mengurus dan menjalankan (PIRT) dan cara produksi pangan yang baik untuk industri rumah tangga serta cara mengurus sertifikat (PIRT).

2. Syarat dan Tahapan Mendapatkan Sertifikat

SPP-IRT adalah Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga yang diberikan oleh pemerintah daerah terhadap pangan IRT di wilayah kerjanya yang telah memenuhi persyaratan SPP-IRT dalam rangka peredaran pangan. Pangan IRTP yaitu Pangan Olahan Hasil Industri Rumah Tangga yang di edarkan dalam kemasan eceran dan berlabel. Sertifikat PKP adalah Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan yang diberikan ke pada pelaku usaha dengan hasil nilai minimal 65.

PIRT adalah izin edar yang diterbitkan oleh Dinas Kesehatan untuk produk makanan dan minuman yang telah memenuhi standar keamanan pangan. Sesuai dengan namanya , yaitu Pangan Industri Rumah Tangga, PIRT dikhususkan untuk produk pangan yang dihasilkan oleh industri rumah tangga, usaha kecil sudah dilengkapi dengan PIRT, telah melewati serangkaian proses pengujian menengah. Ijin edar PIRT dapat dapat diketahui oleh konsumen melalui nomor yang tertera pada kemasan produk. Yang artinya, produk yang telah dan dinyatakan lulus sebagai produk yang aman untuk dikonsumsi. Hal ini

menjadi nilai tambah untuk menyakinkan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Prosedur yang harus di lakukan untuk SPP-IRT yaitu :

- a. Login.
- b. Oss.go.id.
- c. Pemenuhan komitmen : sertifikat pkp, cara produksi pangan yang baik 1-2, label.
- d. Pengawasan oleh dinkes kota.
- e. Rekom SP-IRT (diterima atau dibekukan).

B. Potensi Keberlanjutan Program

Hasil produksi ini merupakan teh jantung pisang yang memiliki cita rasa dan aroma yang khas. Di dalam lingkungan masyarakat sekitar teh jantung pisang ini masih terbilang baru dan belum banyak dikenal oleh masyarakat, akan tetapi dengan adanya interaksi sosial serta jangkauan media sosial mereka dapat menyadari dan mengenal dengan mudah untuk mencoba produk teh jantung pisang ini. Produksi teh jantung pisang ini diharapkan agar dapat menghasilkan, mengelola inovasi baru berupa teh jantung pisang dan dapat mengeluarkan varian jenis

lainnya, sehingga menjadi alternatif minuman seduh baru di kalangan masyarakat kota Bengkulu.

Keberlanjutan program ini akan terus berlanjut dengan produk lebih berinovasi baik dari jantung pisang itu sendiri maupun jenis bahan yang berbeda, dan memperluas pangsa pasar serta meningkatkan target penjualan terkhusus untuk provinsi Bengkulu. Dan juga keberlanjutan program ini di dukung dengan kerjasama, seperti bekerja sama dengan petani buah pisang kepok untuk mendukung kemajuan usaha kami serta memiliki timbal balik yang tidak merugikan antara pihak satu dengan pihak lainnya. Berdasarkan pemasaran yang dituju merupakan kalangan remaja dan dewasa dengan respon yang sangat bagus di kalangan masyarakat, usaha produk olahan ini dapat bersaing dengan jenis produk lainnya pada masa yang akan datang. Program PKM ini dapat bertahan dan dapat dikembangkan dalam jangka waktu kedepan karena teh jantung pisang ini sudah memiliki izin usaha dan label No PIRT, yang mana PIRT ini sangat penting dalam sebuah label makanan karena tujuan PIRT ini sebagai jaminan bagi para konsumen mengenai produk yang di tawarkan dan di perjual belikan pelaku industri.

C. Evaluasi

Evaluasi yang kami lakukan yakni dengan menemui beberapa kendala dalam memproduksi teh jantung pisang ini, salah satunya yaitu waktu produksi yang terbatas karena bersamaan dengan jadwal kuliah. Kemudian kendala yang kami hadapi selanjutnya yaitu jantung pisang terkadang sulit ditemukan di pasaran dan sulit untuk dibeli langsung ke petaninya karena di kota Bengkulu ini masih sangat jarang petani khusus tanaman pisang kepok. Selanjutnya kendala yang dihadapi yaitu dalam proses penjemuran yang mana cuaca yang tidak dapat diprediksi menjadi salah satu penyebab terhambatnya dalam proses produksi teh jantung pisang ini, karena kunci dari keberhasilan produksi olahan teh jantung pisang ini terletak pada proses penjemuran bahan baku itu sendiri. Dalam kendala yang kami hadapi kami menemukan solusinya yakni dengan mengajak kerja sama kepada petani pisang kepok itu sendiri dan mendapatkan timbal balik yang tidak saling merugikan antara satu dengan yang lainnya. Selanjutnya pada proses produksi, produksi akan lebih efisien jika mengkrekrut seorang karyawan dan setelah menempuh pendidikan starata satu di perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno

Bengkulu agar lebih fokus unuk memproduksi serta mencipatakan berbagai olahan jenis baru.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam program kreativitas mahasiswa ini menjelaskan tentang proses produksi, serta terselenggaranya program ini sebagai upaya peningkatan ekonomi dan kreativitas dari mahasiswa itu sendiri. Program ini terlaksana melalui berbagai rangkaian kegiatan ataupun persiapan yang dilaksanakan selama empat bulan. teh jantung pisang ini memiliki cita rasa dan aroma yang khas, produk olahan teh jantung pisang ini merupakan terobosan baru dari jenis minuman jenis teh. Dengan adanya program kreativitas mahasiswa kewirausahaan *Go Happy Go Healty* dapat membuka peluang bisnis bagi mahasiswa dan masyarakat. Dengan berjalannya proses pembuatan teh jantung pisang ini membuktikan bahwa berbisnis dapat kita lakukan atau kita produksi dimana saja serta dari proses dan hasil produksi teh jantung pisang ini dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha ini harus menjual sebanyak 180 unit teh jantung pisang agar terjadi BEP, dan usaha teh jantung pisang harus mendapatkan omset senilai Rp. 747.537.- agar terjadi BEP. untuk dapat mempertahankan keberlangsungan produksi teh jantung pisang kami melakukan strategi pengembangan produk dengan cara

menambah varian rasa baru serta memperbaiki kemasan dan pemasaran produk ini.

B. Saran

Untuk keberlangsungan program ini disarankan untuk Go Happy Go Healty dapat mengembangkan kegiatan bisnisnya secara terus menerus dengan menambah varian teh jenis lainnya sehingga dapat bersaing dengan produk-produk sejenis lainnya dan mampu meraih pangsa pasar yang telah ada. Diharapkan untuk mahasiswa selanjutnya agar dapat membuat produk lebih kreatif dan inovatif dalam mendukung program kreativitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Dalam penyusunan penulisan ini memerlukan perbaikan, kritik serta saran yang sifatnya membangun. Sehingga dalam penulisan ini dapat menjadi lebih baik lagi, serta diharapkan dengan disusunnya penulisan ini dapat menjadikan panduan untuk membuat laporan usaha serta dapat menambah lapangan kerja yang baru agar dapat mengurangi pengangguran yang ada di lingkungan sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Fitri, Kamalia Nuzullis Lailatul. “Perumusan Strategi Pengembangan Produk Kurma Salak Berdasarkan Analisis Product Life Cycle (Plc) Dan Swot Pada Kelompok Tani Ambudi Makmur Ii Bangkalan”. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, Volume 1, No 2, 2012 : 105-106.
- Amanah Dita, Fauzia Agustini. “Strategi Pengembangan Produk Taman Margasatwa Medan, Indonesia, Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA”. 2016 : 132-135.
- Amanto, Bambang Sigit, dkk. “Pengaruh Lama Blanching Dan Rumus Petikan Daun Terhadap Karakteristik Fisik, Kimia, Serta Sensoris Teh Daun Tin (*Ficus Carica*)”, *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, Vol. XII, No. 1, 2020 : 2.
- Arini, Wahyu dkk. “Analisis Kemampuan Berpikir Kreatif Pada Materi Cahaya Siswa Kelas Viii Smp Xaverius Kota Lubuklinggau”. *SPEJ (Science and Physics Education Journal)*, Volume 1 No 1, 2017 : 25.
- Budiharja, Riyono Gigih Erlik. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua”. *Jurnal Stie Semarang*, Vol 8, No 2, 2016 : 97-98.

Choiriyah ,Vivin Ulfathu dkk. “Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba Yang Diharapkan (Studi Kasus Pada Perhutanan Plywood Industri Kediri Tahun 2013-2014)” . Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 35. No. 1, 2016 : 197.

Duwila, Ummi. “Pengaruh Produksi Padi Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Waeapo Kabupaten Buru”. Cita Ekonomika Jurnal Ekonomi, Vol. IX, No.2, 2015 : 150.

Fitri, Nana Yulia dkk. “Analisis Dan Perancangan Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Kinerja Guru Dengan Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (Saw) Pada Smk Yadika Jambi”. Jurnal Manajemen Sistem Informasi, Vol.2 No.1, 2017 : 319.

Handayani Jasella, Derriawan dkk. “Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen Shopping Goods”, Vol 10 No. 1, 2020 : 92.

Hernita, Nita. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian”. Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi, Vol. 5 No. 2, 2018 : 155-156.

Lestari Niken, Sulis Setianingsih. “Analisis Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Produsen

Genteng Di Muktisari, Kebumen, Jawa Tengah)”. Jurnal Ilmu Ekonomi Islam, Vol: 3, No. 1, 2019 : 98-102.

Magdalena, Ina dkk. “Analisis Bahan Ajar”. Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial, Vol. 2 No. 2, 2020 : 314.

Mujiati, Hanik. “Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Stok Obat Pada Apotek Arjowinangun”. Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi, Vol. 11 No. 2, 2014 : 24-25.

Mukhlisin, Ahmad, Aan Suhendri. “Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah Di Indonesia”. Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 3, Nomor 2, 2018 : 192.

Nadya Haqqe Santosa Putri, Billyardi Ramdhan. “Implementasi Kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa Bidang Kewirausahaan (Pkm-K) Bt “Bantal Terapi” : Inovasi Alat Kesehatan Portabel Dalam Rangka Membuka Peluang Usaha Mahasiswa”, AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship, Vol. 02, No. 03, 2017 : 221.

Nailuvary Sylvia, Hety Mustika Ani dkk. “Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember”. Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial, Volume 14 Nomor 1, 2020 : 185-187.

- Novitasari, Afifah dkk. “Inovasi Dari Jantung Pisang (Musa Spp.)”, Jurnal KesMaDaSka, 2013 : 97-98.
- Turmudi, Muhammad. “ Production In Islamic Economic Perspective”. Jurnal Pemikiran Islam, Vol. XVIII No. 1, 2017 : 43-48.
- Yusuf M. “Analisa Break Event Point (Bep) Terhadap Laba Perusahaan”. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 4 No. 1, 2014 : 50.

L

A

M

P

I

R

A

N



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
 Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

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

I. Identitas Mahasiswa

Nama : Melisa
 NIM : 1811140001
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Anggota : Jessica Chandra Utami (NIM: 1811140003)

II. Pilihan Tugas Akhir:

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

Judul Tugas Akhir: Pemanfaatan Limbah Jantung Pisang Sebagai Bahan Dasar Pembuatan Teh Herbal

Proses Validasi:

A. Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Catatan: *ok. dapat dilanjutkan* *Melisa*

langkah berikutnya

Bengkulu, 03 November 2021

Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

[Signature]
 Kustin Hartini, MM
 NIPN : 20209102

B. Ketua Jurusan

Judul yang disetujui:

Penunjukkan Dosen Pembimbing:

Mengesahkan
 Kapur Ekis/Manajemen
[Signature]
 Dr. Desi Isnaini, MA.
 Nip. 197412022006042000

Bengkulu, 04 November 2021

Ketua Tim

Mahasiswa

[Signature]
 Melisa
 Nim - 1811140001



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2401220066281**

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

- | | |
|--|---|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : Melisa |
| 2. Alamat | : Durian Sebatang, Kec. Kedurang, Desa/Kelurahan Durian Sebatang, Kec. Kedurang, Kab. Bengkulu Selatan, Provinsi Bengkulu |
| 3. Nomor Telepon Seluler | : +6281959705515 |
| Email | : - |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai Angka Pengenal Impor (API-P), hak akses kepabeanan, serta pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial kelenagakerjaan.

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

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai persetujuan penggunaan tanda Standar Nasional Indonesia (SNI) berdasarkan pernyataan mandiri Pelaku Usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pencampangan dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 24 Januari 2022

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



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 24 Januari 2022

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





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2401220066281

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Klasifikasi Risiko	Perizinan Berusaha	
					Jenis	Legalitas
1	10313	Industri Pengeringan Buah- buah Dan Sayuran	Jl Hibrida 10, Gng Semarak 2, RT. 16, RW 06, NO.55, Desa/Kelurahan Sidomulyo, Kec. Gading Cempaka, Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu Kode Pos: 38221	Rendah	NIB	Untuk persiapan, operasional, dan/atau komersial kegiatan usaha

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

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSI-E-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA UNTUK MENUNJANG KEGIATAN USAHA
SERTIFIKAT PEMENUHAN KOMITMEN PRODUKSI PANGAN OLAHAN
INDUSTRI RUMAH TANGGA (SPP-IRT)
LAMPIRAN PB-UMKU: 24012200662810000001

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1. No. Pendaftaran | : P-IRT 2081771010042-27 |
| 2. Nama IRTP | : Melisa |
| 3. Nama Pemilik | : Melisa |
| 4. Alamat | : Jl Hibrida 10, Gng Semarak 2, RT. 16, RW 06, NO.55 |
| 5. Provinsi | : BENGKULU |
| 6. Kabupten/Kota | : KOTA BENGKULU |
| 7. Jenis Pangan | : Kopi dan Teh Kering |
| 8. Nama Produk Pangan | : Minuman Serbuk The |
| 9. Branding Produk | : teh Jantung Pisang |
| 10. Komposisi | : bunga jantung pisang |
| 11. Kemasan Primer | : Plastik |
| 12. Masa Berlaku Sertifikat | : 24-01-2027 |
| 13. Komitmen | : |
| | a. Mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan. |
| | b. Memenuhi persyaratan Cara Produksi Pangan yang Baik untuk Industri Rumah
Tangga (CPPB-IRT) atau hygiene sanitasi dan dokumentasi. |
| | c. Memenuhi ketentuan label dan iklan pangan olahan. |
- Akan dipenuhi dalam waktu 3 bulan

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



PEMERINTAH KOTA BENGKULU
DINAS KESEHATAN

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



Sertifikat

PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN

NOMOR : 1523/1771/21

Diberikan kepada :

Nama : **MELISA**
Jabatan : **Pemilik**
Alamat : **Durian Sebatang RT/RW :0/0 Kecamatan Kedurang**

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

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



Bengkulu, 16 Desember 2021
KEPALA DINAS KESEHATAN
KOTA BENGKULU

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









