



Yoyoh Satrianto
Dr. Nurul Hak, MA

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
BENGKULU 2022/1444H

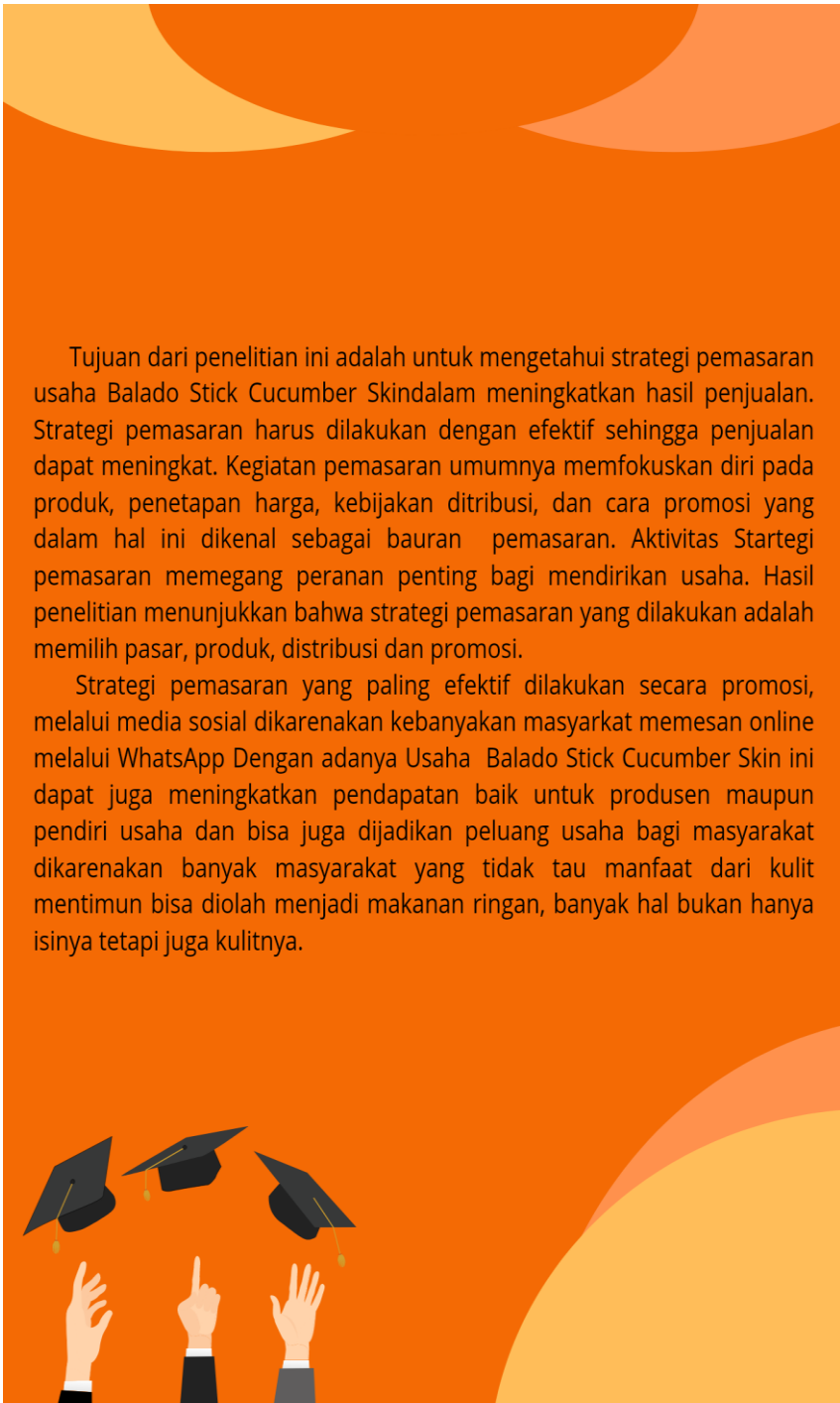
STRATEGI PEMASARAN BALADO STICK CUCUMBER
SKIN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA
KREATIVITAS MAHASISWA



Editor :
H.Makmur,Lc.MA

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran usaha Balado Stick Cucumber Skin dalam meningkatkan hasil penjualan. Strategi pemasaran harus dilakukan dengan efektif sehingga penjualan dapat meningkat. Kegiatan pemasaran umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi, dan cara promosi yang dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran. Aktivitas Strategi pemasaran memegang peranan penting bagi mendirikan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan adalah memilih pasar, produk, distribusi dan promosi.

Strategi pemasaran yang paling efektif dilakukan secara promosi, melalui media sosial dikarenakan kebanyakan masyarakat memesan online melalui WhatsApp. Dengan adanya Usaha Balado Stick Cucumber Skin ini dapat juga meningkatkan pendapatan baik untuk produsen maupun pendiri usaha dan bisa juga dijadikan peluang usaha bagi masyarakat dikarenakan banyak masyarakat yang tidak tau manfaat dari kulit mentimun bisa diolah menjadi makanan ringan, banyak hal bukan hanya isinya tetapi juga kulitnya.



**STRATEGI PEMASARAN *BALADO STICK CUCUMBER*
SKIN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA
KREATIVITAS MAHASISWA**



PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

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

**Disusun oleh :
Yoyoh Satrianto (1811140049)**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SOEKARNO (UINFAS) BENGKULU
TAHUN AJARAN 2022/2023**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skrripsi yang ditulis oleh Yoyoh Satrianto, Nim.1811140049 dengan judul “Strategi Pemasaran *Balado Sick Cucumber Skin* Untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha Kreativitas Mahasiswa”, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu

Bengkulu, 25 Maret 2022 M
22 Syaaban 1443 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Nurul Hak, M.A.


H. Makmur, Lc., M.A.

NIP.196606161995031002

NIP.2004107601



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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "STRATEGI PEMASARAN BALADO STICK CUCUMBER

SKIN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA KREATIVITAS

MAHASISWA Oleh **Yoyoh Satrianto NIM:1811140049** Program Studi **Perbankan**

Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam

Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu Pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 09 Juni 2022 M/09 Dzulqada'ah 1443H

Dinyatakan LULUS, Telah diperbaiki, dapat diterima dan di sahkan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana

Ekonomi (S.E)

Bengkulu, 09 Juni 2022

09 Dzulqada'ah 1443H

Tim Sidang Munaqosah

Ketua

Sekretaris

Prof. Andang Sunarto, Ph. D

H. Makmur, Lc.MA

NIP.197611242006041002

NIDN.2004107601

Penguji I

Penguji II

Prof. Andang Sunarto, Ph. D

Debby Arisandi, MBA

NIP.197611242006041002

NIDN.2014128401



Dr. H. Suparji, M.A

NIP.19650401993031007

ABSTRAK

Strategi Pemasaran *Balado Stick Cucumber Skin* Untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha Kreativitas Mahasiswa Oleh Yoyoh Satrianto 1811140049

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran usaha *Balado Stick Cucumber Skin* dalam meningkatkan hasil penjualan. Strategi pemasaran harus dilakukan dengan efektif sehingga penjualan dapat meningkat. Kegiatan pemasaran umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi, dan cara promosi yang dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran. Aktivitas Strategi pemasaran memegang peranan penting bagi mendirikan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan adalah memilih pasar, produk, distribusi dan promosi. Strategi pemasaran yang paling efektif dilakukan secara promosi, melalui media sosial dikarenakan kebanyakan masyarakat memesan online melalui WhatsApp Dengan adanya Usaha *Balado Stick Cucumber Skin* ini dapat juga meningkatkan pendapatan baik untuk produsen maupun pendiri usaha dan bisa juga dijadikan peluang usaha bagi masyarakat dikarenakan banyak masyarakat yang tidak tau manfaat dari kulit mentimun bisa diolah menjadi makanan ringan, banyak hal bukan hanya isinya tetapi juga kulitnya. Kulit mentimun mempunyai banyak sekali manfaat, salah satunya adalah mengandung vitamin K yang dapat membantu memproduksi

protein-protein tertentu yang dibutuhkan tulang supaya tetap kuat dan padat, maka dari itu *Balado Stick Cucumber Skin* ini tidak hanya menjadi makanan ringan biasa namun mempunyai banyak manfaat yang sangat baik untuk dikonsumsi.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Pendapatan Kreativitas Mahasiswa

ABSTRACT

***Marketing Strategy Balado Stick Cucumber Skin To Increase
Student Creativity Business Income
By yoyoh satrianto 1811140049***

The purpose of this study was to determine the marketing strategy of Balado Stick Cucumber Skin's business in increasing sales results. Marketing strategies must be carried out effectively so that sales can increase. Marketing activities generally focus on products, pricing, distribution policies, and ways of promotion which in this case is known as the marketing mix. Activities Marketing strategy plays an important role in establishing a business. The results showed that the marketing strategy used was choosing the market, product, distribution and promotion. The most effective marketing strategy is carried out promotionally, through social media because most people order online via WhatsApp. With the Balado Stick Cucumber Skin Business, this can also increase income for both producers and business founders and can also be used as a business opportunity for the community because many people don't know the benefits of cucumber skin can be processed into snacks, many things not only the contents but also the skin. Cucumber skin has many benefits, one of which is that it contains vitamin K which can help produce certain proteins needed for bones to stay strong and solid, therefore Balado Stick

Cucumber Skin is not only an ordinary snack but has many very beneficial benefits, good for consumption.

Keywords: *Marketing Strategy, Income, Student Creativity*

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran *Balado Stick Cucumber Skin* Untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha Kreativitas Mahasiswa” adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UINFAS Bengkulu maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran rumusan saya sendiri tanpa ada bantuan yang tidak sah dari pihak lainnya kecuali dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas, dicantumkan nama pengarangnya dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Mei 2022

Mahasiswa yang menyatakan

Yoyoh Satrianto
1811140049

MOTTO

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa

ia selalu senang”

(Imam Syafi’I)

“Doa dan Usaha Modal Terbaik Untuk Meraih Kesuksesan”

(Yoyoh Satrianto)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Atas Izin Mu Yaallah Dan Atas Do'a Kedua Orang Tua Penyusun Serta Atas Dukungan Semua Pihak Yang Membantu Dalam Penyelesaian Skripsi Ini. Dengan Ini, Penyusun Persembahkan Skripsi Ini Kepada :

1. Terkhusus Kepada Kedua orang tua saya bapak Yardiansyah, Ibu Ermi Yati dan adik-adik saya yang sudah mendukung dalam setiap langkah yang saya ambil, Skripsi ini saya persembahkan untuk kalian Bapak Dan Ibu. Alhamdulillah saya dapat menyelesaikan ini dan insya Allah membuat kalian bangga dengan pencapaian yang saya dapatkan ini saya sayang kalian berdua.
2. Terimakasih kepada semua anggota keluarga, sanak saudara yang selama ini yang selalu memberikan dukungan serta motivasi.
3. Untuk kedua pembimbing saya terimakasih tanpa kalian saya tidak akan pernah bisa menyelesaikan skripsi ini, terimakasih untuk koreksi dan masukan yang selalu kalian berikan kepada saya.
4. Kepada Cendi Nur Cahyani sebagai partner special saya, terimakasih telah menjadi partner dalam segala hal yang baik, yang menemani meluangkan waktunya, mendukung saya dalam kesedihan, menghibur dan memberi semangat untuk terus maju

dan jangan menyerah dalam segala hal untuk meraih apa yang menjadi impian saya.

5. Terimakasih untuk partner tugas akhir Ici Mutiara yang dapat berkerja sama dengan baik bersama saya.
6. Terkhusus untuk sahabat terdekat Anggi Arris Munandar, Ariza putriani serta kelas PBS B Angkatan 2018 terimakasih sudah menjadi partner selama kuliah.
7. Almamater hijau yang telah memberikan jalan dan langkah saya untuk menuju menggapai cita-cita
8. Agama, Bangsa, Kampus dan Fakultas FEBI
9. Cevitas Akademik Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah subhanahuwata'ala, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, tidak lupa kita panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan kita nabi Muhammad saw. dimana berkat karunia dari beliau lah penulis dapat menyelesaikan skripsinya yang berjudul “**Strategi Pemasaran *Balado Stick Cucumber Skin* Untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha Kreativitas Mahasiswa**” Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui proses *Balado Stick Cucumber Skin* dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno (UINFAS)

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

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

3. Dr. Nurul Hak, M.A. Selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan bimbingan pada penulisan tugas akhir ini.
4. H.Makmur,Lc., M.A. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Kedua orang tua Penulis yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua rekan-rekan seperjuangan yang selalu ada dan telah memotivasi penulis dalam penulisan tugas akhir ini.

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

Bengkulu, 25 Maret 2022 M

22 Syakban 1443 H

Yoyoh Satrianto

1811140049

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN PEMBIBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Luaran Yang Diharapkan	9
BAB II 13KAJIAN TEORI	13
A. Pemasaran	13
B. Proses pemasaran	16
C. Sterategi Pemasaran	17
D. Pangsa Pasar.....	26
E. Tinjauan Tentang Kulit Mentimun (<i>Balado Stick Cucumber Skin</i>).....	28

F. Analisa Produk.....	30
G. Lokasi Usaha.....	31
H. Analisis Produksi dan Keuntungan	34
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	39
A. Uji Produk	39
B. Alat dan Bahan.....	39
C. Proses Produksi	40
D. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Pemasaran.....	45
E. Proses Promosi Dan Pemasaran	46
BAB IV ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN.....	51
A. Anggaran Biaya.....	51
B. Rencana Jadwal Kegiatan	53
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	58
A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luran Program	58
B. Potensi Keberlanjutan Program.....	60
C. Evaluasi	62
BAB VI PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TAB

Tabel 2.1 Analisis Produksi dan Keuntungan.....	36
Tabel 3.1 Alat dan bahan.....	39
Tabel 4.1 Anggaran biaya.....	51
Tabel 4.2 Jadwal kegiatan.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Form Pengajuan Judul Tugas Akhir
- Lampiran 2 : Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 3 : Lembar Bimbingan
- Lampiran 4 : Surat Pernyataan Plagiat
- Lampiran 5 : Perizinan Industri Rumah Tangga (P-IRT)
- Lampiran 6 : Perizinan Berusaha Berbasis Risiko (PBBR)
- Lampiran 7 : Dokumentasi Kegiatan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan keilmuan lain dalam hal kreativitas mahasiswa salah satunya dapat ditingkatkan melalui Program Kreativitas Mahasiswa (PKM), PKM dikembangkan untuk mengantarkan mahasiswa mencapai taraf pencerahan kreativitas dan inovasi.¹

PKM dilaksanakan pertama kali pada tahun 2001, yaitu setelah dilaksanakannya program restrukturisasi di lingkungan Ditlitabmas. Kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang selama ini sarat dengan partisipasi aktif mahasiswa, diintegrasikan ke dalam satu wahana, yaitu PKM. PKM diklarifikasikan menjadi, PKM Penelitian, PKM Kewirausahaan, PKM Pengabdian kepada Masyarakat, PKM Teknologi, PKM Karsa Cipta, PKM Gagasan Tertulis, PKM Artikel Ilmiah

PKM secara umum bertujuan untuk meningkatkan iklim akademik yang kreatif, inovatif, visioner, solution dan mandiri. Meningkatkan mutu peserta didik (mahasiswa) di Perguruan Tinggi agar kelak dapat menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis

¹ Tri puji rahayu,S.Pt.,M.P, *Memunculkan Ide Kreatif Melalui Program Kreativitas Mahasiswa,(Jawa Tengah:Pustaka Rumah Cinta,2020),h.4*

dan profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menyebar luaskan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian serta memperkaya budaya nasional. PKM mencakup tujuh bidang yang masing-masing memiliki tujuan yang spesifik.²

Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) merupakan program pengembangan keterampilan mahasiswa dalam berwirausaha dan berorientasi pada laba (*profit*). Komoditas usaha yang dihasilkan oleh mahasiswa dapat berupa barang atau jasa yang selanjutnya merupakan salah satu modal dasar mahasiswa dalam berwirausaha dan memasuki pasar.³

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan:

1. Wiraswasta adalah orang yang pandai atau nernakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.
2. Pengusaha adalah orang yang mengusahakan (perdagangan, industri, dan sebagainya), orang yang berusaha dalam bidang

² Dwi Cahyo Yulianto,” Kamus Lengkap (lolos) PKM “, (Jakarta:Bhuanna Ilmu Popular,2019),h.11-12

³ Dr.Haryono ,S.,E.,M.Si.,” *Kewirausahaan Era Kampus Merdeka*”,(Surabaya:CV.Jakad Media Publishing,2021),h.18

3. perdagangan. Usaha adalah kegiatan di bidang perdagangan (dengan maksud mencari untung), perdagangan dan perusahaan.⁴

Kosakata wirausaha atau wirausahawan belum masuk didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Wirausaha dan pengusaha menurut KBBI seakan-akan memiliki fungsi yang berbeda. Namun, kenyataan dilapangan dunia wirausaha Indonesia, antara istilah wiraswata, pengusaha, dan wirausahawan memiliki makna yang serupa dalam bahasa Inggris dikenal sebagai. Entreprenuer Entreprenuer atau wirausahawan atau pengusaha atau wiraswasta adalah orang yang mengabdikan diri untuk mencari sesuatu yang baru dan mengeksploitasi gagasan dan visi baru menjadi peluang yang menguntungkan dengan menanggung risiko yang terlibat dalam proses.⁵

Adam Smith, sosok Bapak ekonomi dunia menggambarkan bahwa seorang Entrepreneur adalah sosok individu yang menciptakan sebuah organisasi untuk tujuan-tujuan komersil. Peran seorang Entrepreneur dikaitkan oleh

⁴ Setiawati, S. (2016). Penggunaan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dalam Pembelajaran Kosakata Baku dan Tidak Baku pada Siswa Kelas IV SD. *Jurnal Gramatika*, 2(1), 80391.

⁵ Agung purnomo ,dkk, "Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Penguruan Tinggi Dan Dunia Bisnis ". (sumatra utara : yayasan kita menulis ,2020) h.6

Smith dengan peran seorang industrialis, tetapi Smith juga memandang sosok Entrepreneur sebagai seorang dengan visi jauh ke depan, hingga mampu mendeteksi permintaan potensial atas sebuah jasa atau barang tertentu. Dalam persepsi Adam Smith, para Entrepreneur bereaksi terhadap perubahan-perubahan ekonomi sehingga mereka menjadi pelaku ekonomi yang mentransformasi permintaan yang ada menjadi sebuah penawaran.

Seorang wirausaha pada hakekatnya memiliki berbagai ciri, atau sifat serta watak yang membedakannya dengan orang-orang biasa. Seorang wirausahawan akan cenderung berkeinginan kuat untuk mewujudkan ide-ide.

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. UKM dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan mewujudkan stabilitas nasional. Dalam pengembangan kegiatan UKM dianggap sebagai salah satu alternatif yang mampu mngurangi beban berat yang dihadapi perekonomian nasional dan daerah.

Seiring berjalannya waktu, masyarakat menginginkan adanya perubahan ataupun inovasi dalam berbagai bidang, termasuk bidang kuliner atau makanan.

Salah satu inovasi baru yang ingin kami buat adalah stick cucumber skin bahan utamanya adalah mentimun dipadukan dengan rasa balado agar mendapatkan kenikmatan yang padu.

Mentimun dalam bahasa latinnya Cucumis sativus merupakan tanaman sayuran buah yang paling banyak diminati masyarakat hampir di seluruh daerah di Indonesia. Tanaman sayuran buah biasanya selalu tersaji dimeja-meja makan, dan cukup setia mendampingi masakan yang lain baik sebagai sayuran yang dimasak sebagai sayur, maupun disajikan sebagai lalapan pendamping lauk pauk seperti ayam goreng, ikan goreng atau yang lainnya dan tentunya tidak ketinggalan sambal pedas sebagai temannya, bahkan mentimun bisa juga disajikan sebagai penyegar pelepas dahaga jika disajikan sebagai minuman segar. Itulah beberapa kenikmatan yang disajikan sayuran buah yang satu ini.

Mentimun sebagai tanaman sayuran buah selalu ada dan hadir di setiap daerah karena memang sayuran ini banyak dibudidayakan dimasyarakat, sayuran ini dibudidayakan sebagai komoditi sayuran yang berorientasi bisnis maupun sekedar dibudidayakan secukupnya oleh masyarakat dan hanya untuk memenuhi kebutuhan sayur keluarga. Karena memang tanaman sayuran buah ini cukup mudah dibudidayakan. Mentimun sangat cocok

dibudidayakan di tanah ringan, baik di daerah panas maupun di daerah pegunungan berhawa dingin.

Olahan *Balado Stick Cucumber Skin* dibuat tanpa bahan pengawet, kita tahu bahwa kulit mentimun mengandung banyak manfaat diantaranya yaitu kaya akan serat, mengandung vitamin K, mengandung beta karoten yang tinggi, rendah kalori yang baik untuk kesehatan tubuh kita dalam pembuatan stik kulit mentimun kita membutuhkan bahan tambahan.

Industri *Balado Stick Cucumber Skin* saat ini belum terlalu mendapat perhatian, sehingga dalam penanganannya pun belum tertata dengan baik. Industri kecil di bidang pangan sangat membutuhkan binaan agar produk pangan yang dihasilkan baik dan aman bagi konsumennya karena telah memenuhi persyaratan mutu dan keamanan. Pangan yang aman, dan bermutu harus tersedia bagi semua lapisan masyarakat Indonesia. Jika tidak dipilih secara hati-hati atau tidak diolah dengan cara-cara yang benar, pangan dapat membahayakan kesehatan konsumen yang mengkonsumsinya. Untuk mencapai kualitas stik kulit mentimun yang baik dan sesuai kriteria yang dipersyaratkan.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah

perusahaan. Seperti yang dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong dalam bauran pemasaran setidaknya ada 4 (empat) cara yang harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha yang ingin menjadi pemenang pasar, keempat cara tersebut ialah produk dengan kualitas baik (product), harga bersaing di pasaran (price), promosi penjualan (promotion), dan yang terakhir adalah tempat atau saluran distribusi yang baik (place).⁶

Dari keempat cara tersebut penelitian difokuskan pada bagian periklanan yang termasuk dalam bagian promosi penjualan, sebagai salah satu alat untuk dapat memenangkan persaingan pasar. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengonsumsinya.

Upaya peningkatan diversifikasi pangan dapat dilakukan dengan mengganti pangan yang berbahan dasar kulit mentimun dengan produk olahan pangan seperti *balado stick cucumber skin* untuk lebih memperkenalkan potensi dan pemberdayaan pangan local serta untuk meningkatkan pendapatan penjualan mentimun, dan pendapatan produsen. Hingga saat ini di Indonesia kulit mentimun pada umumnya tidak di jadikan apa-apa kulitnya hanya dibuang saja oleh kebanyakan warga Negara

⁶ Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Millinium 1*, (Jakarta: PT Prehindo, 1997) hlm 75

indonesia. Semakin maraknya usaha dibidang kuliner saat ini, terjadi pergeseran tren kuliner yang mengakibatkan berkurangnya minat untuk mengonsumsi pangan tradisional.

Untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai Dapat melakukan promosi maka ada beberapa cara untuk melakukan promosi antara lain: melalui e-mail, melalui WhatsApp, melalui pembicaraan, melalui iklan, dan masih banyak media yang dapat digunakan. agar makanan tradisional dapat dinikmati masyarakat, dengan melakukan inovasi pengolahan pangan yaitu menggunakan bahan pangan lokal sebagai bahan baku olahan pangan kekinian. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Pemasaran *Balado Stick Cucumber Skin* Untuk Meningkatkan Pendapatan usaha Kreativitas Mahasiswa**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Strategi Bauran pemasaran *Balado Stick Cucumber Skin*?
2. Bagaimana proses pemasaran *Balado Stik Cucumber Skin*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi bauran pemasaran *Balado Stick Cucumber Skin*
2. Untuk mengetahui proses pemasaran *Balado Stik Cucumber Skin*

D. Manfaat Penelitian

1. Menambah keberagaman jenis kuliner masyarakat Provinsi Bengkulu.
2. Memanfaatkan sumber daya yang dimiliki, yakni mentimun
3. Membuka peluang usaha baru.
4. Dapat memberikan informasi kepada masyarakat dan industri pangan mengenai pemanfaatan mentimun sebagai kulit mentimun yang dijadikan stik untuk menjadi produk yang memiliki nilai tambah dan nilai ekonomi yang lebih tinggi
5. Dapat meningkatkan harga jual Mentimun

E. Luaran Yang Diharapkan

1. Terciptanya produk *belado stick cucumber skin* bahan dasar kulit mentimun sebagai alternatif makanan bergizi
2. Produk makanan dapat menginspirasi masyarakat untuk menciptakan produk baru yang bernilai dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.

3. Dapat memberikan pelatihan terhadap masyarakat untuk memulai suatu produk dengan bahan yang dimiliki sekitar.
4. Dapat membuka peluang usaha

F. Penelitian terdahulu

1. Penelitian Kotler dan Armstrong “*Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM*” pada tahun 2004. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang dipadukan dalam perusahaan yang diinginkan dipasar. Bauran pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel yang disebut “empat p”.
2. Penelitian Syamruddin “*Analisis Peluang Dan Tantangan Serta Prospek Bisnis PT Citra Karsa Integritas Ditinjau Dari Aspek Bauran Pemasaran*” pada tahun 2018. Dalam strategi bauran pemasaran, analisis yang dilakukan melalui pendekatan teori General Electric Matriks, yaitu dengan menggunakan kekuatan internal (business strength) dan kekuatan eksternal (industry attractiveness). Bobot yang digunakan menunjukkan bahwa kekuatan peluang PT Citra Karsa Integritas masih berada pada tahap medium ke atas. Hal ini menunjukkan bahwa prospek bisnis PT Citra Karsa Integritas apabila ditinjau dari aspek bauran pemasaran masih bagus. Aspek bauran

pemasaran diharapkan tetap menjadi perhatian manajemen kendati prospek bisnis perusahaan dari aspek ini masih bagus.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam pembuatan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan : Pada bab pendahuluan berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan program, manfaat program, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Teori : pada bab kajian teori berisi mengenai konsep-konsep dan prinsip dasar yang dijadikan kajian teori yang dibahas dalam penelitian yaitu tentang strategi bauran pemasaran, analisa produk, pangsa pasar, lokasi usaha, analisa kelayakan program, dan analisis keuntungan.

BAB III Metode Pelaksanaan : bab ini menjelaskan tentang gambaran metode pelaksanaan yang terdiri dari alat dan bahan, proses pembuatan, uraian pelaksanaan tugas pemasaran, proses promosi dan pemasaran, dan analisa peluang usaha.

BAB IV Anggaran Biaya Dan Jadwal kegiatan: bab ini menjelaskan tentang anggaran biaya dan jadwal kegiatan

BAB V Hasil Yang Dicapai Dan Potensi

Keberlanjutan : bab ini menjelaskan tentang analisis hasil dan pembahasan mengenai hasil yang dicapai berdasarkan luaran program, potensi keberlanjutan program, dan evaluasi.

BAB VI Penutup: Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Pemasaran

Pengertian pemasaran berasal dari kata “pasar” yang artinya tempat terjadinya pertemuan transaksi jual-beli atau tempat bertemunya penjual dan pembeli. Kondisi dinamika masyarakat dan desakan ekonomi, maka dikenal istilah “pemasaran” yang berarti melakukan suatu aktivitas penjualan dan pembelian suatu produk atau jasa, didasari oleh kepentingan atau keinginan untuk membeli dan menjual. Dasar pengertian ini yang melahirkan teori pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler, sebagai teori pasar. Kotler selanjutnya memberikan batasan bahwa teori pasar memiliki dua dimensi yaitu dimensi sosial dan dimensi ekonomi.⁷

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain. Dalam melakukan promosi, mereka akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk yang dipasarkan. Biasanya mereka juga melibatkan selebriti, selebgram atau siapapun yang

⁷ Philip Kotler, dalam buku.Susanto, Manajemen Pemasaran di Indonesia (Jakarta: PT Salemba Emban Patria, 2001), h. 157.

memiliki kepopuleran untuk mendongkrak produk tersebut. Tak hanya itu, dalam pemasaran, bagian yang memiliki tugas ini akan membuat kemasan atau desain yang menarik pada iklan sehingga akan banyak orang yang tertarik⁸.

Selain itu, dengan adanya pemasaran juga sangat membantu para konsumen. Jadi mereka akan lebih mudah menemukan produk yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Ketika pemasaran sesuai dengan targetnya, perusahaan akan mendapatkan banyak pembeli dan keuntungan bisa didapatkan.

Apabila masyarakat berbicara mengenai pemasaran, umumnya yang dimaksudkan adalah permintaan atau penawaran dan harga. Sedangkan apabila seorang tenaga penjualan atau manajer penjualan berbicara mengenai pemasaran, sebenarnya yang dibicarakan adalah penjualan. Pemasaran dalam arti sempit oleh para pengusaha diartikan sebagai pendistribusian, termasuk kegiatan yang dibutuhkan untuk menempatkan produk yang berwujud pada tangan konsumen rumah tangga dan pemakai industri.⁹ Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh individu ataupun

⁸ Basu Swastha, Manajemen Pemasaran, (Bandung: Remaja Karya, 2005), hal. 94

⁹ 2 Ibid.Hal. 2

kelompok dalam memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara membuat dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Menurut Djaslim S, “pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.¹⁰ Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa tenaga pemasaran zaman modern dan global saat ini harus mampu menciptakan nilai dan hubungan yang berkesinambungan dengan pelanggan.¹¹ Pada dasarnya pasar adalah daerah atau tempat yang didalamnya terdapat kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga. Pasar adapat diartikan pula sebagai suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar menawar sehingga dapat terbentuk suatu harga. Pemasaran dan produksi merupakan fungsi pokok bagi suatu perusahaan. Semua perusahaan berusaha memproduksi dan memasarkan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Saat ini kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam

¹⁰ Djaslim S. Manajemen pemasaran (Bandung:linda karya 2015)
Vol, 6 No 4, hal.2

¹¹ Ibid. Nana Herdiana Abdurrahman. Hal. 2

dunia usaha. Kegiatan pemasaran tidak bermula pada saat kegiatan penjualan dilakukan, perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika mengharapkan usahanya dapat berjalan terus atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.¹²

B. Proses pemasaran

Secara sederhana, berikut ini adalah model lima tahap proses pemasaran:

- a. Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan
- b. Desain strategi pemasaran berorientasi pelanggan
- c. Mendesain program pemasaran terpadu (bauran pemasaran)
- d. Membangun hubungan dengan pelanggan dan menciptakan kepuasan pelanggan
- e. Menangkap nilai dari pelanggan untuk menciptakan profit dan ekuitas pelanggan.¹³

Adapun proses pemasaran produk *Balado Stick Cucumber Skin* yakni dengan menggunakan media sosial yaitu dengan menyebarkan label produk *Balado Stick*

¹² Widya Silviana. Penerapan strategi pemasaran (jakarta: Gramedia) 2014 hl 5

¹³ <https://www.studocu.com/id/document/universitas-indonesia-timur/manajemen/5-tahap-proses-pemasaran/6693400>. Diakses Pada Hari Senin 15 Juli 2020

Cucumber Skin melalui media seperti instagram, Whatsapp, atau Instagram dan lain-lain dan cara yang ke dua yaitu dengan menitipkan produk ke kedai- kedai yang ada di Kota Bengkulu. Dengan kedua cara ini produk yang dibuat berkembang cepat karena di zaman yang modern ini orang-orang banyak membeli makanan atau pun yang lainnya yaitu dengan secara online sedangkan cara yang ke dua yaitu dengan membuka stan-stan di pasaran atau tempat wisata, dengan cara ini agar produk *Balado Sick Cucumber Skin* ini bukan hanya diketahui di media sosial akan tetapi masyarakat yang belum menggunakan media sosial itu juga bisa mengetahui tentang produk *Balado Sick Cucumber Skin* ini.

C. Strategi Pemasaran

Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹⁴ Pemasaran merupakan proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan.¹⁵ Strategi pemasaran juga diartikan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan

¹⁴ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008), hlm. 1340

¹⁵ Ibid., h. 1027

perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Pemasaran menurut WY Stanton “Dalam bukunya yang berjudul “Strategi pemasaran” adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli actual maupun potensial¹⁶.”

Tujuan dari pemasaran yaitu :

1. Konsumen potensial mengetahui secara detail produk yang kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan mereka atas produk yang dihasilkan.
2. Perusahaan dapat menjelaskan secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini meliputi penjelasan tentang produk, desain produk, promosi produk, pengiklanan produk, komunikasi kepada konsumen sampai

¹⁶ WY Stanton. Strategi Pemasaran, (Jakarta.: : PT Prehindo, 1995), hlm. 3

pengiriman produk agar sampai ke tangan konsumen secara cepat

3. ada beberapa hal yang dapat disimpulkan bahwa pembuatan produk atau jasa yang diinginkan oleh konsumen harus menjadi focus kegiatan operasional maupun perencanaan suatu perusahaan. Pemasaran yang berkesinambungan harus adanya koordinasi yang baik dengan berbagai departemen sehingga dapat menciptakan sinergi dalam upaya melakukan kegiatan pemasaran.¹⁷ Selain itu terdapat sembilan strategi yang dapat dijalankan dalam menghadapi saingan melalui diferensiasi harga dan mutu yaitu:

1. Kualitas tinggi dan harga tinggi
2. Kualitas tinggi dan harga sedang/menengah
3. Kualitas tinggi dan harga murah
4. Kualitas menengah dan harga tinggi
5. Kualitas menengah dan harga sedang/menengah
6. Kualitas menengah dan harga murah
7. Kualitas rendah dan harga tinggi
8. Kualitas rendah dan harga sedang/menengah
9. Kualitas rendah dan harga murah¹⁸

Sedangkan strategi pemasaran syari'ah adalah cara yang ditempuh dalam rangka menawarkan dan menjual

¹⁷Ibid. Thamrin Abdullah. hal. 67

¹⁸Ibid. Sofjan Assauri. hal. 173

kepada masyarakat produk-produk yang diwujudkan dalam bentuk tindakan dan langkah-langkah kebijakan yang sejalan dengan prinsip-prinsip syari'ah dan tidak boleh keluar kecuali tunduk mengikuti prinsip-prinsip tersebut.¹⁹ Islam pun telah mengajarkan penerapan prinsip-prinsip syariah di dalam entitas bisnis. Pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang teguh pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam al-Qur'an dan hadis), dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi (bisnis).

Pada firman Allah SWT dalam al-Quran surah al-Nisa [4]: (29) bahwa:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman”
Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan
jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan

¹⁹ Makhul Ilmi, Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syari'ah,
(Yogyakarta: UII Press, 2002), hlm. 57

yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”

Ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk perkembangan aktivitas usaha dalam kerangka Islam demi tercapainya keberlangsungan usaha, yaitu²⁰ :

a. Produksi

Produksi adalah proses mencari, mengalokasikan, dan mengolah sumber daya menjadi *output* dalam rangka meningkatkan kesejahteraan bagi manusia. Seluruh kegiatan produksi terikat pada tatanan nilai moral dan teknikal Islami. Nilai-nilai Islam yang relevan dengan produksi dikembangkan dari tiga nilai utama dalam ekonomi Islam yaitu khilafah, adil, dan takaful.

b. Pemasaran

Pemasaran dalam Islam diartikan sebagai disiplin bisnis strategis yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalat (bisnis) dalam Islam.

c. Permodalan

²⁰Hanifiyah Yuliatul Hijriah, “Spiritualitas Islam dalam Kewirausahaan”, *jurnal peradapan islam* Vol. 12, No. 1, Mei 2016, hal.9.

beberapa cara yang efektif untuk penciptaan modal salah satunya dengan prinsip partisipasi, yaitu mendorong kerja sama dan solidaritas yang sama-sama saling menguntungkan. Keberadaan lembaga keuangan syariah memberikan kemudahan untuk mendapatkan modal dengan skema kerja sama yang telah disepakati.

d. Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah sumber daya perusahaan yang sifatnya dinamis sehingga diperlukan perlakuan tertentu. Kecerdasan spiritual Islam membuka wacana baru dalam mengelolah Saat ini pemasaran harus dipahami tidak dalam pemahaman kuno sebagai membuat penjualan dan menjual tetapi dalam pemahaman modern yaitu memuaskan kebutuhan pelanggan²¹.

D. Strategi Bauran Pemasaran

Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Elemen-elemen bauran pemasaran terdiri dari semua variabel yang dapat dikontrol

²¹Eriza Yolanda Maldina, "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista". *Jurnal I-Economic* Vol.3. No 1. Juni 2017, hal.5.

perusahaan untuk dapat memuaskan para konsumen. Pengertian bauran pemasaran menurut Alma “Marketing mix merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendapatkan hasil yang paling memuaskan”.²²

Menurut Zeithaml dan Bitner “Bauran pemasaran adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan tamu dan untuk memuaskan tamu.”²³

Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong “Bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang baik yaitu terdiri dari produk, harga, promosi, distribusi, lalu dikombinasikan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dari target pasar.”²⁴

Menurut Kotler, dan Armstrong Strategi bauran pemasaran yang digunakan dalam usaha ini membuat makanan yang digemari dari bahan kulit mentimun, menggunakan analisis bauran pemasaran yaitu mengenai kebijakan produk, harga, promosi, dan distribusi. Dalam

²² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (Bandung : Alfabet, 2007), hlm.130

²³ Zeithaml, Valarie, Bitner & Gremler. *Service Marketing*. (Singapore: Mc Graw-Hill Companies Inc., 2008), hlm. 48

²⁴ Kotler, dan Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2012), h 92

pemasaran sangat dibutuhkan yang namanya strategi (empat p)²⁵ .:

1. Produk (*Product*)

Produk (*Product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar agar menarik perhatian²⁶, Yang mana untuk masuk ke dunia pasar harus memiliki produk yang bagus sesuai dengan target pemasarannya. balado stick Cucumber skin ini dibuat dari bahan baku mentimun yang memiliki banyak manfaat yang mengandung vitamin K yang dapat membantu memproduksi protein-protein tertentu yang dibutuhkan tulang supaya tetap kuat dan padat terdapat pada buah mentimun dan berperan dalam menentukan nilai gizinya.

2. Harga (*Price*)

Harga yaitu telah ditetapkan oleh penjual²⁷. yang konsumen bisa menjangkau, untuk satu Pcs *balado stick cucumber skin* dengan harga Rp.10.000

²⁵ kotler dan Armstrong “*Analisis Strategi bauran Pemasran (empat p) Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM*” (Malang: Universitas Brawijaya, 2004). hal 78

²⁶Giri Sumantri Putra,” *Analisis Strategi Bauran Pemasaran* ”, (Universitas Galuh:Jawa Barat,2019).

²⁷Harun Al Rasyid, “Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan”, *jurnar Perspektif* Vol. XVI No. 1 Maret 2018, hal 3.

3. Tempat (*Place*)

Weber dalam Tarigan menyatakan bahwa lokasi, Tempat di mana total biaya transportasi dan tenaga kerja yang minimum²⁸. akan menghasilkan keuntungan yang maksimum. strategi pemasaran place ini tertuju pada kampus UINFAS Bengkulu, pasar tradisional, tempat pariwisata dan pasar pagi pagar dawa.

4. Promosi (*Promotion*)

Menurut Kotler dan Keller komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.²⁹

Promosi strategi pemasaran ini kami menggunakan dua strategi pemasaran yaitu secara offline dan online. Dalam skala kecil, penggunaan strategi pemasaran secara offline yaitu dengan

²⁸Erwin Dwi Putra S. "Mengkaji Kesesuaian Teori Lokasi Dan Aglomerasi Dalam Perspektif Ekonomi Regional"(Universitas Komputer Indonesia, 2013), hal 4.

²⁹Kotler dan Keller dalam buku Rini Lestari. "Sales Promotion Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Mobil Low Cost Green Car Daihatsu Aylapada Pt. Astra Internasional Tbk Cabang Ciledugkota Tangerang", Ilmu Komunikasi, Juli 2015. hal 4.

kerjasama antar pedagang dan secara online dengan cara lewat sosial media, seperti instagram dan watshapp.

E. Pangsa Pasar

Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pengertian pasar dapat dititik beratkan dalam arti ekonomi yaitu untuk transaksi jual dan beli. Pada prinsipnya, aktivitas perekonomian yang terjadi di pasar didasarkan dengan adanya kebebasan dalam bersaing, baik itu untuk pembeli maupun penjual. Penjual mempunyai kebebasan untuk memutuskan barang atau jasa apa yang seharusnya untuk diproduksi serta yang akan di distribusikan. Sedangkan bagi pembeli atau konsumen mempunyai kebebasan untuk membelian memilih barang atau jasa yang sesuai dengan tingkat daya belinya.

Pasar menurut kajian ilmu ekonomi adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan dan jumlah yang diperdagangkan yaitu :

- a. Segmentasi pasar adalah suatu proses untuk membagi-bagi atau mengelompokkan konsumen atau pembeli

berdasarkan kebutuhan karakteristik ataupun perilaku yang membutuhkan bauran produk dan bauran pemasaran tersendiri. Segmentasi pasar produk yang kami tuju seperti kampus UINFAS, pasar tradisional, dan Ibu rumah tangga.

- b. Target Pasar Dalam pemasaran produk *balado stick cucumber skin* ini yang menjadi target sasarannya adalah pasar pagi pagar dewa dan tempat perbelanjaan lainnya.
- c. Positioning merupakan strategi untuk merebut posisi dibenak konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan dan kompetisi bagi pelanggan. Keunggulan dari produk “*balado stick cucumber skin*” mempunyai banyak nutrisi untuk sebagai cemilan dan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan yang lain.
- d. Strategi pemasaran yang digunakan dalam usaha ini membuat makanan yang digemari dari bahan kulit mentimun, menggunakan analisis bauran pemasaran yaitu mengenai kebijakan produk, harga, promosi, dan distribusi.³⁰

³⁰Imam Heryanto, “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Ekonomi Bisnis & Entrepreneurship* Vol. 9 No. 2, Oktober 2015, hal 83-84.

F. Tinjauan Tentang Kulit Mentimun (*Balado Stick Cucumber Skin*)

Pada tinjauan tentang *Balado Stick Cucumber Skin* akan dibahas mengenai pengertian, kulit mentimun, dan kandungan gizinya.

a. Balado Stick Cucumber Skin

Stick adalah salah satu jajanan khas Indonesia yang berbentuk kecil-kecil panjang. *Balado Stick Cucumber Skin* adalah makanan yang berbahan dasar kulit mentimun yang dilapisi dengan bahan tepung terigu, mentega dan baking powder agar dia mengembang dan gurih, kemudian diigiling agar berbentuk stick setelah selesai digoreng ditambahkan balado, cabe bubuk dan daun jeruk, untuk menambah cita rasa. *Balado Stick Cucumber Skin* ini dijual dengan harga Rp.10.000/pcs.

Balado Stick Cucumber Skin memiliki cita rasa yang gurih dan pedas. Akan semakin nikmat bila diberi banyak balado. Tekstur merupakan sifat penting pada produk pangan yang dapat memengaruhi penerimaan konsumen. Karakteristik dan kriteria *Balado Stick Cucumber Skin* yang baik diantaranya :

1. Rasanya pedas manis
2. Aromanya yang harum
3. Teksturnya yang gurih dan renyah

4. Bentuknya yang menarik

- b. Kandungan Gizi kulit mentimun Sistematika tanaman
Mentimun menurut Cahyono adalah sebagai berikut.

Kingdom : *Plantae*
Division : *Spermatophyta*
Subdivision : *Dicotyledonae*
Ordo : *Cucurbitales*
Famili : *Cucurbitaceae*
Genus : *Cucumis*
Spesies : *Cucumis Sativus L*

Selain mengandung karbohidrat yang tinggi Kulit Mentimun juga mengandung berbagai antioksidan dan vitamin yang bermanfaat bagi kesehatan. Berikut adalah kandungan gizi kulit mentimun. Berikut ini kandungan nutrisi kulit timun dan dagingnya:

1. Vitamin B
2. kompleks
3. Antioksidan
4. Flavonoid
5. Antiinflamasi
6. Vitamin C
7. Vitamin K
8. Antikanker
9. Magnesium

10. Potasium
11. Serat
12. Protein
13. Mangan
14. Selenium
15. Zinc
16. Zat besi
17. Fosfor
18. Kalsium
19. Tembaga³¹

G. Analisa Produk

Produk adalah hasil dari suatu aktivitas proses produksinya yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipergunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan yang termasuk di dalamnya adalah objek fisik, jasa, barang orang, tempat, organisasi dan gagasan.³²

Nama produk ini adalah *balado stick Cucumber Skin* yang merupakan salah satu olahan dari kulit mentimun dan produk ini bergerak dibidang olahan dan pangan. Produk ini di beri nama *balado stick Cucumber*

³¹ <https://doktersehat.com/informasi/kesehatan-umum/manfaat-kulit-timun/>

³²Juhari Dkk, “analisis Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Sepatu Bola Merek adidas”, *Jurnal Bisnis Darmaja*, Vol.1, No.2, (2015), hal.50

skin ini dilakukan untuk dapat menarik minat para konsumen, karena keunikan namanya (memberi kesan utama konsumen untuk membeli). Selain itu untuk meningkatkan nilai jualnya kami mengembangkan produk dengan cara memberi inovasi pada rasa *balado stick Cucumber Skin* serta perbaikan kemasan pada produk kami. Besar keiginan kami untuk lebih memperkenalkan potensi dan pemberdayaan pangan lokal.

H. Lokasi Usaha

Lokasi usaha juga salah satu hal penting dalam menarik konsumen. Selain dengan rasa dan kualitas barang yang di perhatikan, lokasi juga sangat mempengaruhi konsumen dalam membeli produk yang di inginkan atau di nikmati. Bahwasannya jika lokasi tersebut strategis, maka konsumen akan lebih nyaman untuk membeli produk yang di tawarkan. Sebaliknya, jika wilayah atau daerah pembuatan produk sangat jauh maka konsumen bisa mengurungkan niat atau ragu.

Lokasi usaha merupakan pusat kegiatan bisnis. Baik teknis, administrasi maupun material. Sebab, dengan tempat yang strategis dapat memperbesar peluang untuk mendapatkan konsumen. Sebaliknya, jika tempat kurang bagus maka penjualan pun nantinya kurang maksimal.

Lokasi usaha juga pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha memiliki kekuatan untuk membuat

atau menghancurkan strategi bisnis sebuah usaha. Disaat pemilik usaha memutuskan lokasi usahanya dan beroperasi di satu lokasi tertentu, banyak biaya akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi. Pemilihan lokasi usaha mempertimbangkan antara strategi pemasaran jasa dan preferensi pemilik.

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap kesuksesan atau keberhasilan usaha. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih didominasi oleh pemilihan lokasi di sektor manufaktur, industri teknologi tinggi, dan perusahaan besar, dimana pemilihan lokasi usaha-usaha tersebut didorong oleh pertimbangan besarnya biaya transportasi bahan produksi.

Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Pemilihan lokasi yang tepat seringkali menentukan keberhasilan suatu usaha. Kesalahan pemilihan lokasi dapat menghambat keberhasilan usaha. Menurut Kotler Salah satu kunci menuju keberhasilan/sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas". Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan

stabilitas, persaingan, iklim bisnis, dan sebagainya.³³

Melihat dari kondisi dan situasi sekarang, kami memilih lokasi yang tidak terlalu jauh dari pusat Kota dan juga masih bisa dijangkau masyarakat daerah lain. Selain itu lokasi usaha yang kami pilih juga dekat dengan kampus UINFAS Bengkulu sehingga sangat strategis bagi para Mahasiswa/i UINFAS Bengkulu untuk menikmati produk kami. Kami telah memilih lokasi tempat usaha kami yakni di Jl.Adam malik pagar dewa gang 5A, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu.

Akan tetapi lokasi ini mempunyai suatu tantangan yaitu masuk ke gang, sehingga pemasarannya lebih banyak dengan menggunakan media sosial. Kemudian apabila konsumen ingin membeli produk ini bisa secara offline.

I. Analisis Kelayakan Program

Pada analisis kelayakan usaha, yaitu aspek pasar Jakfar dan Kasmir, menganalisis seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar market share yang dikuasai oleh pesaing dewasa ini, aspek legal dan lingkungan bertujuan untuk Jakfar dan Kasmir, meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan

³³Sandra Fitriyani Trisna Murni Sri Warsono, 2015. ” Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil Jakarta: kajian pustaka”, 48-49

keaslian dari dokumen-dokumentasi yang dimiliki.³⁴

Berdasarkan analisa pasar, *Balado Stick Cucumber Skin* ini mempunyai peluang yang tinggi di banding produk lain. Adanya keunggulan dari produk lain dari segi komposisi yang bergizi dan varian rasa membuat produk *Balado Stick Cucumber Skin* ini makin digemari oleh konsumen. Usaha ini juga termasuk investasi dimasa mendatang karena Bisa menjadi suatu Potensi penghasilan jangka panjang.

Apabila usaha ini mengalami kerugian dimasa mendatang dalam hal pendapatan atau income per bulannya mendapatkan untung atau income yang besar namun tak jarang mendapatkan hasil yang sedikit bahkan bisa juga justru rugi. Menjalankan sebuah bisnis kita harus siap rugi. Mempersiapkan pula finansial kita apabila sesuatu masalah terjadi pada usaha yang kita bangun.

J. Analisis Produksi dan Keuntungan

Mengenai pemikiran inovatif bisnis ini, kami membutuhkan kisaraan dana untuk berwirausaha makanan “*Balado Stick Cucumber Skin*” yang akan kami bangun dan kemungkinan dapat kami kembangkan seiring perkembangan kewirausahaan yang selalu tumbuh dalam

³⁴Reva Fiqih Lauzuardi, Lisy Fitria, Abu Bakar, 2014, “Kelayakan Usaha Mobiele Carwash Kota Bandung”, *Jurnal Online Institut* , Vol, 01, No. 3, hal. 48.

mensejahterahkan perpnomian UKM (Usaha Kecil Menengah di Indonesia.

Rekap biaya *Balado Stik Cucumber Skin*

Tabel 2.1

Total Biaya					
No	Item	Satuan	Harga	Jumlah	Total
A	Biaya bahan baku				
1	Mentimun	kg	Rp 5,000	6	Rp 30,000
2	Tepung terigu	kg	Rp 8,000	5	Rp 40,000
3	Minyak goreng	L	Rp 24,000	1	Rp 24,000
4	Baking powder	gr	Rp 3,000	15	Rp 3,000
5	Mentega	gr	Rp 6,000	200	Rp 6,000
6	Bumbu balado	gr	Rp 6,000	200	Rp 6,000
7	Cabe bubuk	gr	Rp 2,000	125	Rp 2,000
8	Kemasan	pcs	Rp 420	40	Rp 16,800
9	Stiker	pcs	Rp 500	40	Rp 20,000
10	Daun jeruk	gr	Rp 1,000	100	Rp 1,000
Sub Total					Rp 148,800
B	Biaya Bahan Pendukung				
1	Sarung tangan	pcs	Rp 5,000	1	Rp 5,000
2	Gas	pcs	Rp 17,000	1	Rp 17,000
Sub Total					Rp 22,000

C	Biaya Tenaga Kerja				Rp	-
D	Biaya Overhead	Satuan	Harga Beli	Jumlah	Total	
1	Listrik		Rp -		Rp	100
2	Blender	pcs	Rp 150,000	1	Rp	150
3	Timbangan	pcs	Rp 50,000	1	Rp	50
4	Wajan	pcs	Rp 50,000	1	Rp	50
5	Kompom gas	pcs	Rp 150,000	1	Rp	200
6	Baskom	pcs	Rp 10,000	1	Rp	10
7	Ampia	pcs	Rp 116,000	1	Rp	200
8	pisau	pcs	Rp 10,000	2	Rp	10
9	saringan besar	pcs	Rp 20,000	1	Rp	10
10	saringan kecil	pcs	Rp 10,000	1	Rp	10
11	toples besar	pcs	Rp 50,000	1	Rp	50
Sub Total			Rp 616,000		Rp	840
Biaya (A+B+C+D)						Rp 171,640
Total Bungkus						40
HPP					Rp	4,291

a. Pendapatan (p) = 40 Bungkus x Rp 10.000

$$= \text{Rp } 400.000$$

b. Margin Laba Kotor =

$$\frac{\text{total pendapatan} - \text{hpp}}{\text{total pendapatan}} 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp } 10.000 - \text{Rp } 4.291}{\text{Rp } 10.000} 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp } 5.709}{\text{Rp } 10.000} 100\%$$

$$= 57\%$$

c. Analisis Break Event Point (BEP)

$$\text{BEP/Unit} = \frac{\text{FC}}{\text{Price}-\text{VC/unit}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 616.000}{\text{Rp } 10.000 - 3.720}$$

$$= \frac{\text{Rp } 616.000}{\text{Rp } 6.280}$$

$$= 98 \text{ unit}$$

$$\text{BEP/Rp} = \frac{\text{FC}}{\text{Price}-\text{VC/unit}} \times \text{price}$$

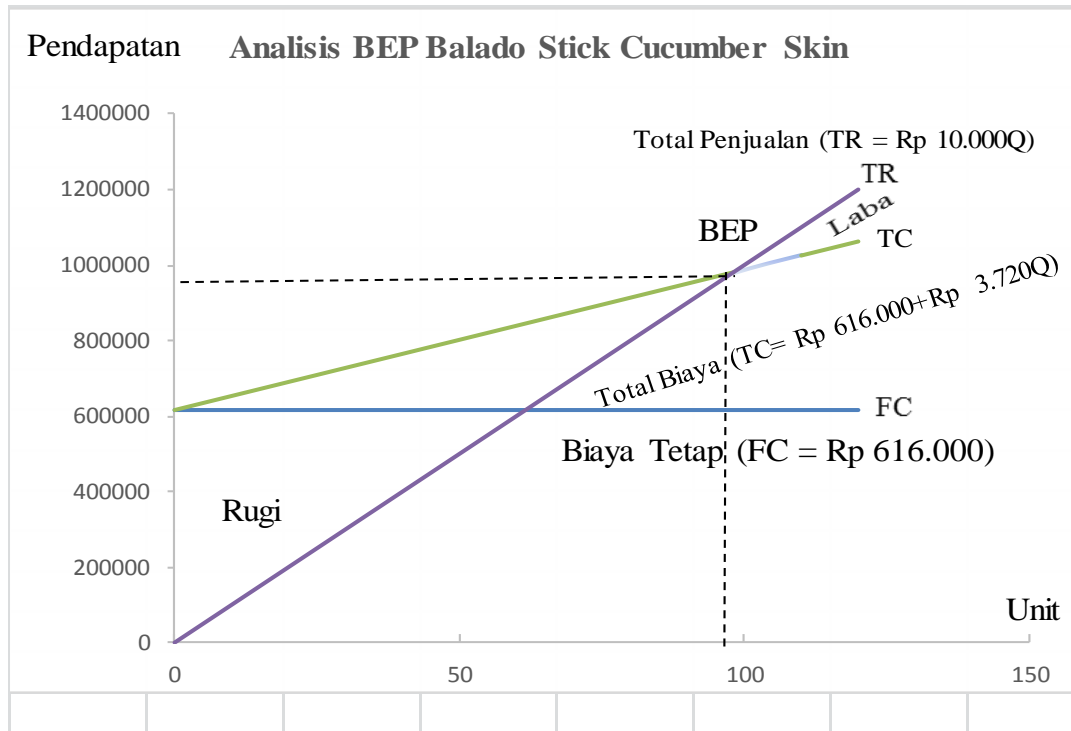
$$= \frac{\text{Rp } 616.000}{\text{Rp } 10.000 - 3.720} \times 10.000$$

$$= \frac{\text{Rp } 616.000}{\text{Rp } 6.280} \times 10.000$$

$$= 98 \times 10.000$$

$$= \text{Rp } 980.000$$

Grafik.2.1 Analisis BEP



Keterangan :

TR = Total Revenue (Total Penjualan/Pendapatan)

TC = Total Cost (Total Biaya)

FC = Fix Cost (Biaya Tetap)

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Uji Produk

Meliputi pembuatan logo produk, brand produk serta melakukan uji coba terkait komposisi balado stick untuk mendapatkan tekstur dan rasa yang sesuai.

B. Alat dan Bahan

a. Alat-alat yang di gunakan yakni :

Tabel 3.1

No	Jenis Alat	Jumlah
1	Wajan	1 buah
2	Saringan	1 buah
3	Ampia	1 buah
4	Pisau kupas	2 buah
5	Baskom	1 buah
6	Talenan	1 buah
7	Tabung Gas	1 buah
8	Toples Besar	1 buah
9	Baskom Kecil	1 buah
10	Sarung tangan	1 buah
11	Mesin Mie	1 buah
12	Kompore Gas	1 buah
14	Kemasan Produk	4 Pack
15	Blender	1 buah

b. Bahan yang digunakan yakni :

Pembuatan produk kewirausahaan ini menggunakan bahan dasar dari kulit mentimun pilihan yang mudah didapat dan harganya pun terjangkau.

Tabel 3.2

No	Jenis Bahan
1	Mentimun
2	Tepung Terigu
3	Mentega
4	Minyak Goreng
5	Baking Powder
6	Bumbu Balado
7	Cabe Bubuk
8	Daun Jeruk

C. Proses Produksi

Dalam konsep ekonomi konvensional (kapitalis) produksi dimaksudkan untuk memperoleh laba sebesar-besarnya, berbeda dengan tujuan produksi dalam Islam yang bertujuan untuk memberikan Mashlahah yang maksimum bagi konsumen. Walaupun dalam ekonomi Islam tujuan utamanya adalah memaksimalkan mashlaha, memperoleh laba tidaklah dilarang selama berada dalam bingkai tujuan dan hukum Islam. Secara lebih spesifik, tujuan kegiatan produksi adalah meningkatkan kemashlahatan yang bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk di antaranya:

1. Pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkat moderat.
2. Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya.
3. Menyiapkan persediaan barang dan jasa di masa depan.
4. Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan beribadah

Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan menegaskan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan.³⁵ Pengendalian biaya produksi dipandang sebagai usaha manajemen untuk mencapai sasaran biaya dalam suatu kegiatan tertentu. Pengendalian biaya produksi dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya melalui program-program pengurangan biaya, perencanaan biaya, dan perhatian

³⁵Chelsea Regina Pitoy1 Arazzi Bin Hasan Jan2 Merlyn Mourah Karuntu3, 2017, "Perencanaan Kualitas Pada Produksi Ikan Asap (Studi Kasus Di Desa Minaesa Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara)", *Jurnal Emba* Vol 5 No.2 , hal. 829.

yang terus menerus terhadap pengambilan keputusan biaya dalam kaitannya dengan pengeluaran biaya.³⁶

Berikut Proses produksi *Balado Stik Balado Cucumber Skin*:

1. Pengupasan

Pilihlah mentimun yang bagus, berwarna kehijauan tekstur agak keras dan kenampakan bagus. Mentimun kemudian di kupas kulitnya dengan menggunakan pisau, agar terpisah antara kulit dari daging buah mentimun dan langsung dipisahkan antara kulit dan dagingnya.

2. Pemotongan

Kulit mentimun yang sudah dikupas kemudian di lakukan pemotongan kecil-kecil karena dengan pengecilan ukuran lebih memudahkan pada saat di belender.

3. Penimbangan

Tahapan selanjutnya di lakukan penimbangan bahan baku (4 buah mentimun dengan berat 1kg, setelah dipisahkan dari dagingnya dan hanya kulitnya menjadi 400grm, tepung terigu 1/4, mentega

³⁶Novela Irene Karly Massie, David P. E Saerang, Victorina Z Tirayon, 2018, “ Analisis Pengendalian Produksi Untuk Menilai Efisien dan Efektivitas Biaya Produksi”, *Jurnal riset akuntansi* Vol. 13, No. 1, hal.356-357.

2 sendok makan) dan bahan tambahan (bawang putih 1gr, cabe bubuk 1 bungkus, balado 1 bungkus, 10 daun jeruk dan air secukupnya)

4. Pencucian

Kulit mentimun yang sudah di timbang kemudian di lakukan pencucian yang bertujuan menghilangkan kotoran air yang di gunakan air yang bersih.

5. Pembelenderan

Setelah dicuci potongan-potang kecil kulit mentimun yang sudah bersih akan diblender menjadi halus kemudian serat kulit mentimun ditiris agar airnya berkurang serta membelender bawang agar menjadi halus.

6. Pencampuran

- a) Langkah pertama mengadon tepung terlebih dahulu setelah itu melarutkan mentega
- b) Kedua mencampurkan mentega yang sudah larut kedalam tepung yang sudah disiapkan dan barulah mengadonnya agar tercampur.
- c) Ketiga setelah tercampur mentega dengan tepung baru masukan kulit mentimun berserta air secukupnya dan juga beking powder agar dia mengembang dan gurih

- d) Dan langkah selanjutnya mengadon semua bahan yang telah dicampurkan hingga melumat/pengumpal tidak lembek karena jika lembek saat melakukan tahap selanjutnya akan mengalami kesulitan.
- e) Pengilingan: Setelah melumat/mengumpal barulah diambil sedikit-sedikit kemudian dibentuk agar dapat mengilingnya agar menjadi rata sesudah itu baru lah pindah kepenggiligan berbentuk stick.
- f) Penggorengan: Tuangkan minyak terlebih dahulu lalu Panaskan tunggu beberpa menit lalu setelah itu masukan stick kulit mentimun yang sudah jadi kedalam minyak goreng yang sudah dipanaskan dengan api yang sedang.
- g) Penyaringan: Setelah stick agak kekuning-kuningan dirasa sudah matang barulah disaring dari minyak goreng lalu sticknya diletakan ditempat yang sudah disediakan.
- h) Penggabungan: Stick kulit mentimun yang sudah dingin dicampurkan dengan bawang putih, daun jeruk, bubuk cabe dan balado diguncang hingga merata hingga rasanya sesuai dengan keinginan.
- i) Pengemasan: Masukkan balado stick kulit mentimun yang sudah jadi dalam kemasan yang

sudah disediakan menggunakan sedok setelah dirasa cukup lalu ditimbang untuk mengetahui berat isinya agar bisa disamakan. Setelah selesai diberi logo yang sudah dibuat lalu siap untuk dipasarkan.

D. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Pemasaran

- a. Menjalankan strategi yang saya lakukan dalam hal pemasaran adalah melakukan segmentasi pasar, targetting dan positioning.
- b. Mempromosikan produk melalui sosial media online dan offline Mempromosi produk melalui sosial media seperti Instagram, Facebook, WhatsApp. Menawarkan produk secara langsung dari mulut ke mulut, kemudian mempromosikan ke warung-warung, toko oleh-oleh dan masyarakat lainnya.

Melakukan analisis pasar dan mengatur distribusi produksi Dalam hal ini saya melihat kondisi pasar, peminat dan para pesaing yang ada. Kemudian saya mengatur distribusi produksi dengan secara langsung dan tidak langsung. Distribusi secara langsung saya melakukan dari produsen langsung ke konsumen, sedangkan tidak langsung dari produsen ke outlet-outlet atau toko oleh-oleh kemudian kekonsumen.

E. Proses Promosi Dan Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan marketing mix dengan cara memuaskan melalui empat elemen yakni:

a. *Product*/Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar guna mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan. *Stick kulit mentimun* adalah produk yang kami keluarkan dari usaha kami yang bernama *Balado Stick Cucumber Skin* yang memiliki keunggulan, buah mentimun bisa diolah menjadi *Stick* cemilan yang lebih sehat dan keunikan buah itu sendiri.

b. *Price*/Harga

Harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Penetapan harga ini tidak mementingkan keinginan pedagang sendiri, tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat. Harga yang kami tawarkan sebesar Rp 10.000 dimana harga yang kami tawarkan sangat ekonomis di masyarakat.

c. *Place*/ Lokasi

Tujuan lokasi pemasaran yang kami pilih yaitu Pasar pagi pagar dewa dan dibantu dengan media

sosial. Adapun kami memilih lokasi tersebut karena dekat dengan keramaian.

d. *Promotion/Promosi*

Promosi adalah komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan membujuk dan mengingatkan para calon membeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon. Adapun kegiatan promosi yang kami lakukan dalam memasarkan produk yakni dengan menyebarkan brosur dan media social seperti Whatsapp, Facebook, dan Instagram.

F. Analisis Peluang Usaha

Analisis adalah salah satu cara untuk mengidentifikasi berbagai macam faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Dalam menganalisis peluang usaha ini menggunakan analisis SWOT. Analisis swot adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi atau perusahaan yang akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja atau usaha. Analisis SWOT di dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat menimbulkan ancaman.

Berikut ini beberapa penjelasan mengenai komponenen dalam analisis swot.

- a. Kekuatan (*Strength*) adalah sumber daya yang dikendalikan oleh perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompotensi yang tersedia bagi perusahaan. Kekuatan adalah kompesi khusus yang memberikan keunggulan kompotetif bagi perusahaan di pasar.
- b. Kelemahan (*Weaknesses*) adalah analisis kelemahan, situasi ataupun konsisi yang merupakan kelemahan dari suatu perusahaan saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan yang menjadi kendala serius dalam kemajuan perusahaan.
- c. Peluang (*Opportunity*) adalah analisis peluang-peluang apa saja yang mungkin bisa di manfaatkan oleh perusahaan dimasa yang akan datang agar bisa berkembang nantinya, cara ini adalah untuk mencari terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang dimasa depan.
- d. Ancaman (*Threats*) adalah cara menganalisis keberadaan ancaman-ancaman apa saja yang mungkin akan dihadapi oleh perusahaan dalam perjalananya,

yang mana dapat menghambat perkembangan dari perusahaan.

Dengan melakukan analisis SWOT pada bisnis *Balado Stick Cucumber Skin* dapat mengetahui apa saja ancaman, kesempatan kekuatan dan kelemahan yang akan dihadapi oleh *balado stick kulit mentimun* dalam rangka persaingan dengan produk lain. Analisis peluang usaha pada *Balado Stick Cucumber Skin* yaitu:

1. Kekuatan (*Strengths*)
 - a. Produk *Balado Stick Cucumber Skin* di jual dengan harga ekonomis.
 - b. Produk kami tanpa menggunakan bahan pengawet atau zat-zat berbahaya lainnya.
 - c. Rasanya yang gurih, pedas dan renyah
2. Kekurangan (*weaknesses*)
 - a. *Balado Stick Cucumber Skin* tidak tahan lama karena tanpa bahan pengawet
 - b. Produknya mudah ditiru
3. Peluang (*Opportunity*)
 - a. Peningkatan taraf hidup masyarakat
 - b. Industri kulinernya tidak perah surut
 - c. Peluang cukup besar untuk dikembangkan
 - d. Di gemari sebagian, anak-anak, pelajar, mahasiswa dan masyarakat.

4. Ancaman (*Threats*)

- a. Adanya perbedaan selera rasa dari masing-masing pelanggan.
- b. Banyak bisnis yang sudah berjalan lama dan dikenal masyarakat
- c. Harga bahan baku yang sewaktu-waktu bisa berubah.

BAB IV
ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

A. Anggaran Biaya

Tabel 4.1

No	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Usaha	
A	TAHAP PELATIHAN			
	Pelatihan PKP	1 Orang	Rp. 350.000	Rp. 350.000
	Jumlah			Rp. 350.000
B	TAHAP PELAKSANAAN			
1	Bahan Habis Pakai	Jumlah	Hrga Satuan (Rp)	Total Harga
	Mentimun	6 kg	Rp 5.000	Rp. 30.000
	Tepung Terigu	5 kg	Rp. 8.000	Rp. 40.000
	Minyak Goreng	1 Drigen	Rp. 8.000	Rp. 8.000
	Bawang Putih	1/2kg	Rp. 25.000	Rp. 12.500
	Baking Powder	1 Bungkus	Rp.3.000	Rp. 3.000
	Bumbu Balado	2 Bungkus	Rp.6.000	Rp. 12.000
	Cabe Bubuk	1 Bungkus	Rp. 6.000	Rp. 6.000
	Daun Jeruk	10 lembar	Rp. 3.000	Rp. 3.000
	Jumlah			Rp. 191.500
2	Peralatan Tetap	Jumlah	Harga Satuan(Rp)	Total Harga

	Wajan	1 buah	Rp 50.000	Rp 50.000
	Saringan	1 buah	Rp 20.000	Rp 20.000
	Pisau kupas	2 buah	Rp.5.000	Rp. 10.000
	Baskom Plastik	5 buah	Rp.10.000	Rp. 50.000
	Tabung Gas	1 buah	Rp. 100.000	Rp. 100.000
	Toples Besar	1 buah	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Baskom Kecil	1 buah	Rp. 15.000	Rp. 15.000
	Sarung tangan plastik	1 buah	Rp. 5.000	Rp. 5.000
	Mesin Mie	1 buah	Rp. 116.000	Rp. 116.000
	Kompor Gas	1 buah	Rp. 150.000	Rp. 150.000
	Kemasan Produk	2 Pack	Rp. 20.000	Rp. 40.000
	Blender	1 buah	Rp. 150.000	Rp. 150.000
	Jumlah			Rp. 756.000
C	PELAPAORAN			
	Proposal Dan Pengadaan	3 rangkap	Rp. 5.000	Rp. 15.000
	Jumlah			Rp. 15.000
D	TRANSPORTASI			
	Distribusi Produk	1 orang x 4 hari	Rp 10.000	Rp. 40.000
	Jumlah			Rp. 40.000
E	PROMOSI			

	Cetak Label Produk dan spanduk		Rp 100.000	Rp 100.000
	Jumlah			Rp. 100.0000
	Total Biaya (Jumlah A – E)			Rp.1.102.500

B. Rencana Jadwal Kegiatan

Tabel 4.2

No	Pelaksanaan Kegiatan	Bulan Ke I				Bulan Ke II				Bulan Ke III			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Perencanaan												
2	Pengadaan alat dan Bahan												
3	Publikasi dan Promosi												
4	Produksi												
5	Pemasaran												
6	Evaluasi dan pengembangan usaha												
7	Evaluasi akhir												
8	Pembuatan Laporan												

Keterangan :

1. Persiapan program dimulai dengan Survei Pasar, dilakukan dengan cara survei dari pasar ke pasar untuk mengetahui peluang/prospek *Balado Stick Cucumber Skin* ini di pasaran. Hasil yang diharapkan dari survei pasar ini adalah peningkatan penjualan, promosi dan juga perluasan pasar. Serta belum adanya wirausahawan yang memproduksi *Balado Stick Cucumber Skin*.
2. Pengadaan alat dan bahan dilakukan untuk persiapan yang akan dilakukan berupa penyusunan jadwal kegiatan, survei pasar yang meliputi survei harga dan kualitas bahan baku dan alat pendukung produksi serta selera masyarakat mengenai produk serupa , pembuatan kerjasama dengan mitra kerja.
3. Promosi pada awalnya membuat akun sosial media agar lebih mudah menawarkan produk yang akan kami jual dan dilakukan dengan cara menawarkan produk secara langsung kepada konsumen dan bekerja sama dengan toko atau perorangan di sekitar tempat tinggal serta membagikan brosur dan personal selling.
4. Produksi selama program ini berlangsung akan dilakukan di rumah salah satu anggota kelompok di Jl.Adam malik pagar dewa gang 5A kota Bengkulu, Pondokan Mutiara Hijau, kecamatan Selebar, Selama program ini

berlangsung, produksi akan dilakukan selama tiga bulan. produksi dilakukan sebanyak 1 kali dalam satu minggu.

5. Pemasaran merupakan suatu seni menjual produk, sehingga pemasaran proses penjualannya dimulai dari perancangan produk sampai setelah produk terjual. Berbeda dengan penjualan yang hanya terjadi pada transaksi jual barang atau jasa. Pemasaran dilakukan dengan membagi tugas yaitu menjual langsung kepada konsumen dan menjalin kerjasama dengan toko/warung atau perorangan.
6. Evaluasi dan pengembangan usaha dilakukan setelah produksi agar bisa melihat respon dari konsumen terkait rasa, serta kemasan. Untuk itu kami terus mengevaluasi agar mendapatkan respon yang baik dari konsumen serta mendapatkan masukan yang bersifat semangat agar bisa memperbaiki rasa maupun kemasan supaya dapat diterima dengan baik oleh konsumen.
7. Evaluasi akhir dilakukan ketika semuanya sudah berjalan dengan baik dan sempurna untuk mendapatkan hasil yang memuaskan bagi kami maupun konsumen. Evaluasi dilakukan setiap satu minggu sekali. Hal ini dilakukan untuk mengevaluasi apa saja kekurangan dari pelaksanaan selama satu minggu. Evaluasi meliputi kualitas produk, harga produk, kepuasan konsumen dan tingkat daya beli konsumen.

8. Laporan pertanggung jawaban ini dibuat untuk mewujudkan suatu usaha yang profesional, maka perlu diadakan pembagian tugas. Pengorganisasian yang dilakukan berdasarkan kemampuan setiap anggota. Tujuannya agar pencapaian target usaha lebih efektif dan efisien.

I. Ketua : Yoyoh Satrianto

- a. Membuat konsep dan menandatangani proposal, mengurus perizinan usaha
- b. Mengkordinir jalannya suatu pekerjaan semua proses
- c. Memantau kegiatan yang dilaksanakan oleh anggota
- d. Mengarahkan tugas secara umum yang dilaksanakan anggota.
- e. Berperan penting dalam promosi dan pemasaran usaha.

II. Anggota : Ici Mutiara

- a. Membuat produk dan mendesain logo untuk penjualan
- b. Melaksanakan tugas dengan sebaik mungkin sesuai Peraturan yang di sepakati bersama
- c. Mendokumentasikan setiap peristiwa yang dianggap perlu
- d. Membuat laporan hasil usaha

e. Melaksanakan tugas dengan sebaik mungkin sesuai Peraturan yang di sepakati bersama.
Mendata dan mencatat semua peralatan yang dibutuhkan saat proses berlangsung.

BAB V
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI
KEBERLANJUTAN

A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luran Program

1. Kegiatan Pelatihan PIRT

PKP adalah singkat dari pelatihan penyuluhan keamanan pangan yang merupakan jaminan tertulis yang diberikan oleh Bupati/Wali Kota, melalui dinas kesehatan. Adapun kegiatan pelatihan dilakukan di hptel adeeva, kota Bengkulu. Melalui ujian pree-test dan post-test selama pelaksanaan Penyuluhan Keamanan Pangan (PKP) maka setiap peserta yang dinyatakan lulus untuk mendapatkan sertifikat PKP. Setiap peserta diharapkan mengikuti dan menyelesaikan pembelajaran setiap modul penyuluhan keamanan pangan dengan total sebanyak 7 modul.

Adapun syarat mengikuti pelatihan adalah sebagai berikut:

- a. Foto pemohon ukura 3 x 4 dua lembar.
 - b. Fotokopi KTP pemohon satu lembar
2. Surat Nomor Induk Berusaha NIB

NIB adalah singkatan dari nomor induk berusaha yang merupakan idntitas pelaku usaha dalam rangkah pelaksaan kegiatan berusaha sesuai bisang

usaha. NIB wajib memiliki pelaku usaha yang ingin mengurus perizinan berusaha melalui OSS.

Syarat membuat Nib online sebagai berikut:

- a. Nomor Induk Kependudukan (NIK).
- b. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
- c. Alamat email yang aktif.
- d. Nomor data ponsel yang aktif.

Data hak Akses Mikro Kecil (UMK). Adapun caranya sebagai berikut:

- a. Masuk ke alamat [http/oss.id/](http://oss.id/)
 - b. Pilih perizinan UMK.
 - c. Pilih jenis pelaku usaha status (Perseorangan atau badan usaha).
 - d. Masukkan data diri yaitu : NIK, Nama, jenis Kelamin, Alamat, Alamat Email, Nomor Telepon, dan isi kode capthan.
 - e. Pilih daftar
 - f. Sistem otomatis mengirim ke alamat email aktif terdaftar untuk proses verifikasi dan aktivasi.
 - g. Lakukan verifikasi dengan mengikuti langkah yang ada di dalam email tersebut
 - h. Username dan passord akan dikirim oleh OSS ke email terdaftar.
 - i. Hak akses bisa digunakan masuk ke sistem OSS.
3. Surat Pangan Industri Rumah Tangga PIRT

Kegiatan Pelatihan PIRT adalah singkatan dari Pangan Industri Rumah Tangga dimana saat ini permintaannya sedang meningkat dikarenakan saat ini bisnis rumahan sedang sangat menjamur di masyarakat Indonesia, khususnya di industri pangan. Bisnis dengan skala kecil atau yang biasa dikategorikan dengan Usaha Kecil Menengah (UKM) sedang berkembang dengan pesat, dan berubah menjadi penopang utama di dalam roda perekonomian Indonesia saat ini. Para pelaku industri mengaku mendapatkan banyak keuntungan jika menjalankan bisnisnya dengan cara rumahan. Mereka mengaku bisa lebih berhemat dalam anggaran sewa lokasi produksi, anggaran modal, memiliki kendali penuh, dan juga bisa memiliki waktu yang lebih fleksibel untuk bekerja ataupun bersama keluarga dirumah. Tetapi sebelum para pelaku industri olahan pangan dapat memulai bisnisnya, mereka harus terlebih dahulu mengurus sertifikat perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) seperti mengikuti pelatihan PKP dan mengurus NIB.

B. Potensi Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program ini akan terus berlanjut dengan produk lebih berinovasi dan proses produksi lebih banyak untuk menghasilkan produk yang lebih bagus, dan

memperluas pangsa pasar terkhusus untuk provinsi Bengkulu dan luar kota. Dan melihat tingginya minat masyarakat terhadap *balado stick cucumber skin* cemilan lezat sehat dan harga yang terjangkau untuk masyarakat umum dan mahasiswa serta mendorong kami untuk meningkatkan kualitas balado stick cucumber skin. Hasil produksi ini merupakan stick yang memiliki rasa asin dan gurih dan pedas dengan yang berbahan dasar buah kulit mentimun, stick kulit mentimun ini masih mempertahankan rasa yang khas.

Karena selama ini kulit mentimun masih belum banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, kami mencoba membuka peluang usaha dengan berbahan dasar buah mentimun. Usaha stick kulit mentimun kami ini berbeda dengan stick yang lain karena kami menggunakan bahan dasar yang jarang digunakan oleh masyarakat. Usaha akan tetap bertahan bila menghadapi persaingan baik dengan sesama produsen maupun persaingan lain. Segmentasi Pasar yang akan kami tuju adalah seluruh kalangan masyarakat, tetapi kami lebih menekan pada masyarakat umum karena mereka adalah penggemar stick yang bervariasi. Kami akan memasarkan produk kami disekitar tempat tinggal dan diberbagai pasar daerah bahkan kami akan memasukkan produk kami ke jajanan oleh-oleh khas Bengkulu. Kami mengharapkan semoga dengan adanya

produk kami ini dapat lebih meningkatkan manfaat dari kulit buah mentimun yang selama ini hanya dibiarkan tidak diolah oleh masyarakat menjadi bahan makanan yang bernilai ekonomis dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat itu sendiri.

Produksi kulit mentimun dengan aneka rasa pedas diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk stick kulit mentimun itu sendiri. Dan mampu menjadi alternative cemilan baru dikalangan masyarakat Bengkulu sehingga bisa menjadi salah satu makanan khas kota Bengkulu.

C. Evaluasi

Dari evaluasi dapat disimpulkan bahwa Produk *Balado Stick Cucumber Skin* melalui uji coba pasar yang didapat dari percobaan pertama yakni dari sepuluh orang yang membeli *Balado Stick Cucumber Skin*, konsumen pertama menyatakan bahwa Stick ini enak dan layak untuk dikonsumsi, konsumen ke dua menyatakan stick ini kurang pedas dan kemasannya kurang menarik sedangkan konsumen yang menyatakan hal yang sama dengan konsumen yang pertama yang menyatakan enak dan layak dikonsumsi. Dari uji pasar yang dilakukan dari sepuluh orang, ada salah satu konsumen yang menyatakan ada kekurangan sehingga adanya perbaikan produk dari kekurangan atau masukan dari konsumen sehingga bisa

memenuhi dan memberikan produk yang terbaik bagi konsumen.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Ditinjau dari aspek bauran pemasaran Produk *Balado Stick Cucumber Skin* melakukan pemasaran dengan mengimplementasikan elemen-elemen bauran yakni produk yang dijual merupakan produk yang halal serta tidak merugikan orang lain, harga yang ditawarkan oleh produsen merupakan harga yang kompetitif, lokasi pembuatan berada ditempat yang strategis, didukung dengan promosi melalui sosial media secara kreatif. produsen menggunakan pakaian yang sopan ketika bertemu dengan konsumen, menyerahkan produk sesuai dengan yang di promosikan serta selalu ramah dan sabar dalam melayani konsumen. Aspek bauran pemasaran diharapkan tetap menjadi perhatian agar prospek pada produk ini tetap bagus.
2. Dengan memahami keinginan konsumen kebanyakan masyarakat Bengkulu menyukai rasa pedas,serta didukung dengan desain pemasaran terpadu (bauran pemasaran) dengan ini proses pemasaran produk *Balado Stick Cucumber Skin* yakni dengan

menggunakan media sosial yaitu dengan menyebarkan brosur Produk Balado Stick Cucumber Skin melalui media seperti instagram, Whatsapp, atau Instagram dan lain-lain dan cara yang ke dua yaitu dengan menitipkan produk ke kedai-kedai yang ada di Kota Bengkulu. Dengan kedua cara ini produk yang dibuat berkembang cepat karena di zaman yang modern ini orang-orang banyak membeli makanan atau pun yang lainnya yaitu dengan secara online sedangkan cara yang ke dua yaitu dengan membuka stan-stan di pasaran atau tempat wisata, dengan cara ini agar produk Balado Stick Cucumber Skin ini bukan hanya diketahui di media sosial akan tetapi masyarakat yang belum menggunakan media sosial itu juga bisa mengetahui tentang produk Balado Sick Cucumber Skin ini.

B. Saran

Agar laporan ini menjadi lebih baik, penyusun memerlukan kritik dan saran yang bersifat membangun dalam penulisan laporan. Sehingga dalam menyusun laporan ini dapat menjadi lebih baik lagi dan dapat menjadi referensi bagi pihak yang membutuhkan. Diharapkan dengan disusunnya laporan ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca, terutama di bidang kewirausahaan. Serta dapat menjadi

pedoman dalam membuat laporan usaha untuk generasi selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, purnomo dkk. 2020. *Dasar-Dasar Kewirausahaan Untuk Penguruan Tinggi Dan Dunia Bisnis*. Sumatera utara : yayasan kita menulis
- Alma, Buchari. 2017. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Basu, Swastha. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Remaja Karya
- Chelsea, Regina dkk. 2017. "Perencanaan Kualitas Pada Produksi Ikan Asap (Studi Kasus Di Desa Minaesa Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara)", *Jurnal Emba Vol 5 No.2*
- Dwi, Cahyo Yulianto. 2019. *Kamus Lengkap (lolos) PKM*. Jakarta: Bhuanna Ilmu Popular
- Eriza, Yolanda Maldina, "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada usaha". *Jurnal I-Economic Vol.3. No 1. Juni 2017*
- Erwin Dwi Putra. "Mengkaji Kesesuaian Teori Lokasi Dan Aglomerasi Dalam Perspektif Ekonomi Regional" Universitas Komputer Indonesia, 2013 vol 4. No 3

- Giri, Sumantri Putra. 2019. ” *Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4P*. Jawa Barat: Universitas Galuh
- Hanifiyah, Yuliatul Hijriah. 2016 “Spiritualitas Islam dalam Kewirausahaan”, *jurnal peradapan islam* Vol. 12, No.1
- Haryono.2021. *Kewirausahaan Era Kampus Merdeka* .Surabaya: CV Jakad Media Publishing,
- Harun Al Rasyid, “Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan di Kota Tangerang Selatan”, *jurnal Perspektif* Vol. XVI No. 1 Maret 2018
- Imam, Heryanto. 2015. “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Ekonomi Bisnis & Entrepreneurship* Vol. 9 No. 2,
- Juhari Dkk. 2015. analisis Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Sepatu Bola Merek adidas, *Jurnal Bisnis Darmaja*, Vol.1, No.2
- Kotler.1997. *Manajemen Pemasaran Edisi Millinium* Jakarta: PT Prehindo
- Misbahul, Ali. 2013. *Prinsip Dasar Produksi Dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Gramedia.

Makhul Ilmi 2002. Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syari'ah.
Yogyakarta: UII Press

Novela,Irene. 2018. Analisis Pengendalian Produksi Untuk Menilai Efesien dan Efektivitas Biaya Produksi”, *Jurnal riset akuntansi* Vol. 13, No.1

Philip, Kotler dan Susanto. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia Jakarta: PT Salemba Emban Patria

Purnomo, Agung dkk 2020. *Dasar-Dasar Kewirausahaan Untuk Penguruan Tinggi Dan Dunia Bisnis*. sumatra utara : yayasan kita menulis

Reva Fiqih Lauzuardi. 2014, “Kelayakan Usaha Mobiele Carwash Kota Bandung”, *Jurnal Online Institut* , Vol, 01, No. 3.

Rini Lestari. ”*Sales Promotion Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Mobil Low Cost Green Car Daihatsu Aylapada Pt. Astra Internasional Tbk Cabang Ciledugkota Tangerang*”, Ilmu Komunikasi, Juli 2015

Sandra, Fitriyani. 2015. Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. Jakarta: kajian pustaka

Setiawati, S. (2016). Penggunaan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dalam Pembelajaran Kosakata Baku dan Tidak Baku pada Siswa Kelas IV SD. *Jurnal Gramatika*

Suwarman, Ujang dkk. 2009. Pemasaran strategi untuk pertumbuhan perusahaan dalam penciptaan nilai bagi pemegang saham. Jakarta: Inti Prima Promosindo

Sukmadi. 2016. *Inovasi Dan Kewirausahaan Edisi Paradigm Baru Kewirausahaan*. Bandung: humaniora utama

Tri puji, rahayu. 2010 *Memunculkan Ide Kreatif Melalui Program Kreativitas Mahasiswa*. Jawa Tengah: Pustaka Rumah Cinta.

WY Stanton. 1995. Strategi Pemasaran. Jakarta: PT Prehindo

L
A
M
P
I
R
A
N



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

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

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. No. Pendaftaran | : P-IRT 2051704010007-27 |
| 2. Nama IRTP | : YOYOH SATRIANTO |
| 3. Nama Pemilik | : YOYOH SATRIANTO |
| 4. Alamat | : Desa Papahan Kec. Kinal |
| 5. Provinsi | : BENGKULU |
| 6. Kabupaten/Kota | : KAB. KAUR |
| 7. Jenis Pangan | : Tepung dan Hasil Olahannya |
| 8. Nama Produk Pangan | : Makanan Ringan Simulasi |
| 9. Branding Produk | : BALADO STICK CUCUMBER SKIN |
| 10. Komposisi | : kulit mentimun, tepung terigu, baking
podwer, mentega, balado, bubuk cabe,
bawang, minyak, daun jeruk |
| 11. Kemasan Primer | : Plastik |
| 12. Masa Berlaku Sertifikat | : 03-02-2027 |
| 13. Komitmen | : |
| | a. Mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan. |
| | b. Memenuhi persyaratan Cara Produksi Pangan yang Baik untuk
Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT) atau higiene 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 REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 0302220009215

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

- | | |
|--|---|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : YOYOH SATRIANTO |
| 2. Alamat | : Papahan, Kec. Kinal, Kab. Kaur, Provinsi Bengkulu |
| 3. Nomor Telepon Seluler | : 085764146963 |
| 4. Email | : yoyohsatrianto@gmail.com |
| 5. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 6. 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 kepastian, serta pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan.

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 sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 3 Februari 2022

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



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 3 Februari 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 BSI/E-BSSN. Data
4. lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Bahan dasar Balado Stick Cucumber skin



Proses pembuatan



Pengupasan Kulit mentimun



Pemotongan kulit mentimun



Pencucian kulit mentimun



Pemblenderan kulit mentimun



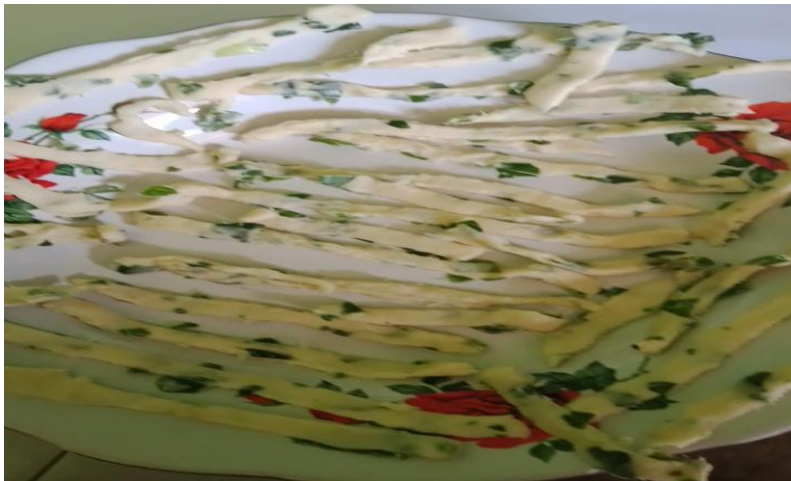
Pencampuran kulit menitimun dll.



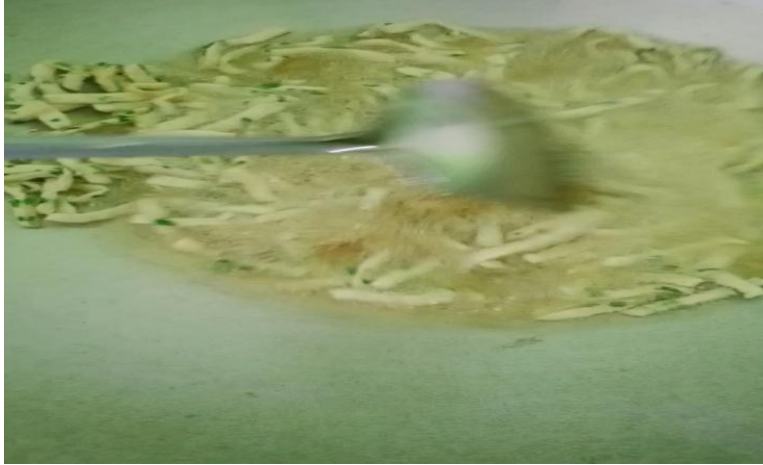
Pencampuran yang telah jadi



Proses pengilingan



Sudah berbentuk stick



Tahap penggorengan



Tahap pencampuran balado,cabe bubuk dan daun jeruk



Tahap pengemasan



Sudah dikemas

Pemasaran balado stick cucumber skin

Label produk

**Balado Stick
Cucumber
Skin**

Netto:
150 g

*Balado Stick kulit
mentimun*

Komposisi:
Kulit Mentimun, tepung
terigu, beking powder, mentega,
balado, bubuk cabe dan daun jeruk

P-IRT NO. 2051704010007-27 Alamat : Jl. Adam Malik Pagar dewa
kota bengkulu

Kode produksi: XII26YC

Exp. 3 Agustus 2022  085764146963



Tanggal 18 Januari 2022, tempat halaman Lab kewirausahaan
FEBI UINFAS Bengkulu dalam rangka jalan santai



Menitipkan di warung ibuk ana



**Bazar, kegiatan expo dan workshop “ Bengkulu
Entrepreneur-menuju generasi Emas 2045” SMK Agribisnis
Dangau datuk YAPD**









IG Balado Stick Cucumber Skin

