



Program Studi Pendidikan Sosial
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Patimura Sukarno Bengkulu

RIA KARUNIA
Dr. DESI ISNAINI, MA

ANALISA PEMANFAATAN TEPUNG KULIT PISANG DALAM
PEMBUATAN BOLU KUKUS KALAMANSI TERHADAP
PENDAPATAN USAHA DI TELAGA DEWA RAYA RT 14 RW 03
KELURAHAN PAGAR DEWA KECAMATAN SELEBAR KOTA
BENGKULU



Edisi :
ADI SETIAWAN, MEd

ANALISA PEMANFAATAN TEPUNG KULIT PISANG
DALAM PEMBUATAN BOLU KUKUS KALAMANSI
TERHADAP PENDAPATAN USAHA DI TELAGA DEWA
RAYA RT 14 RW 03 KELURAHAN PAGAR DEWA
KECAMATAN SELEBAR KOTA BENGKULU



SKRIPSI

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

OLEH:

RIA KARUNIA
NIM 1811140042

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Ria Karunia Nim : 1811140042 dengan judul “Analisa Pemanfaatan Tepung Kulit Pisang Dalam Pembuatan Bolu Kukus Kalamansi Terhadap Pendapatan Usaha Di Telaga Dewa Raya Rt 14 Rw 03 Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu”. 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.

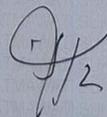
Bengkulu, 20 Januari 2022 M
18 Jumadil Akhir 1443 H

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Adi Setiawan, Lc, M.E.I
NIP. 198803312019031005



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Analisa Pemanfaatan Tepung Kulit Pisang Dalam Pembuatan Bolu Kukus Kalamansi Terhadap Pendapatan Usaha Di Telaga Dewa Raya Rt 14 Rw 03 Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu”, oleh Ria Karunia NIM 1811140042. Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 14 Juli 2022 M/ 15 Dzulhijjah 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, 9 Agustus 2022 M
11 Muharram 1444 H

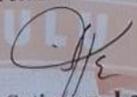
Tim Sidang Munaqasyah
Sekretaris

Ketua


Eka Sri Wahyuni, M.M
NIP. 197705092008012014

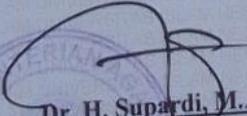
Penguji I


Eka Sri Wahyuni, M.M
NIP. 197705092008012014


Adi Setiawan, Lc., M.E.I
NIP. 199303082020122003
Penguji II


Badaruddin Nurhab, S.Th I., M.M
NIP. 198508072015031005

Mengetahui,
Dekan


Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 19640411993031007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Program Kreativitas Mahasiswa dengan judul **“Analisa Pemanfaatan Tepung Kulit Pisang Dalam Pembuatan Bolu Kukus Kalamansi Terhadap Pendapatan Usaha Di Telaga Dewa Raya Rt 14 Rw 03 Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu”**. adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UINFAS Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Program Kreativitas Mahasiswa ini murni gagasan, pemikiran serta rumusan saya sendiri tanpa ada bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam Program Kreativitas Mahasiswa ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 20 Januari 2022

18 Jumadil Akhir 1443 H

Mahasiswa yang Menyatakan



MOTTO

Man Jadda Wa Jadda

**(Barang siapa yang bersungguh-sungguh maka dia akan
berhasil)**

Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

**Ku olah kata, kubaca makna, kuikat dalam alinea, kubingkai
dalam bab sejumlah lima, jadilah sebuah mahakarya, gelar
sarjana kuterima, orang tua pun bahagia.**

Saya datang, saya bimbingan, saya revisian dan saya menang.

(Ria Karunia)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam tugas akhir ini penulis persembahkan dan terimakasih kepada :

1. Rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan baik nikmat sehat, kekuatan, iman, kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Sholawat beserta salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat beliau dan semoga selalu mendapatkan syafaatnya.
3. Ibu ku Rita Marlinda yang selalu mendoakan penulis, paman Leo Candra yang selalu memberikan semangat dan nenek Legiyem yang selalu memberikan dukungan kepada penulis semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan untuk kalian yang penulis cintai dan sayangi.
4. Adik Roy Hasbulah yang penulis sayangi dan selalu memberikan dukungan semangat yang luar biasa kepada penulis semoga kita bisa menggapai cita-cita bersama.
5. Kepada teman-teman angkatan 2018 Perbankan Syariah Universitas Negeri Islam Fatmawati Sukarno Bengkulu.
6. Para dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmunya kepada penulis
7. Almamater yang telah menempahku
8. Last but not least, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for never

quitting, i wanna thank me for always being a giver and tryna do more than i receive, i wanna thank me for tryna do more right than wrong, i wanna thank me for just being me at all times.

ABSTRAK

“Analisa Pemanfaatan Tepung Kulit Pisang Dalam Pembuatan Bolu Kukus Kalamansi Terhadap Pendapatan Usaha Di Telaga Dewa Raya Rt 14 Rw 03 Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu”.

oleh Ria Karunia, NIM 1811140042.

Tepung kulit pisang merupakan hasil samping dari olahan kulit pisang yang belum banyak dimanfaatkan. Bolu kukus merupakan makanan yang banyak disukai oleh masyarakat mulai dari usia anak-anak hingga dewasa. Tujuan penelitian ini ialah untuk mempelajari pembuatan tepung pisang dan pemanfaatannya menjadi bolu kukus. Dengan memanfaatkan tepung pisang kepek sebagai bahan substitusi dengan tepung terigu untuk menghasilkan bolu kukus yang dapat diterima oleh konsumen. limbah kulit pisang merupakan limbah yang sering di produksi setiap harinya terutama bagi penjual gorengan disekitaran kampus UINFAS Bengkulu tepatnya di Telaga Dewa Raya Rt 14 Rw 03 Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu untuk itu penulis membuat inovasi baru dari limbah kulit pisang yang akan dibuat tepung kemudian diolah menjadi bolu kukus dan dipadukan dengan sirup jeruk kalamansi khas kota Bengkulu. Cemilan ini diberi nama Bokupang Kalamansi (Bolu Kukus Kulit Pisang Kalamansi) dengan citarasa asam manis yang menyegarkan dengan harga yang terjangkau

dapat dinikmati semua kalangan. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu tepung kulit pisang dapat dijadikan sebagai bahan tepung untuk substitusi tepung terigu dalam pembuatan bolu kukus. Selain itu, tepung ini juga dapat diaplikasikan dalam pembuatan produk serupa bolu kukus.

Kata Kunci : Pisang Kepok, Limbah Kulit Pisang, Bolu Kukus Kulit Pisang Kalamansi

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir Program Kreativitas Mahasiswa yang berjudul **“Analisa Pemanfaatan Tepung Kulit Pisang Dalam Pembuatan Bolu Kukus Kalamansi Terhadap Pendapatan Usaha Di Telaga Dewa Raya Rt 14 Rw 03 Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu”**. Shalawat dan salam tak lupa saya panjatkan untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk kejalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan laporan ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, Izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. KH. Zulkarnain, M.Pd selaku Rektor UINFAS Bengkulu yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk membina ilmu di UINFAS.
2. Bapak Dr. H. Supardi, M.ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri

Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan kemudahan kepada kami selama masa perkuliahan.

3. Ibu Dr.Desi Isnaini, M.A Selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan bimbingan pada penulisan tugas akhir ini.
4. Bapak Adi Setiawan M.E.I 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 tugas akhir ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepan.

Bengkulu, 20 Januari 2022 M

18 Jumadil Akhir 1443 H

Penulis,

Ria Karunia

NIM.1811140042

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Program	5
D. Manfaat Program	6
E. Luaran yang Diharapkan	7
<u>BAB II</u> GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	8
A. Analisis Peluang Usaha	8
B. Pangsa Pasar	11
C. Lokasi Usaha	21
D. Analisa Kelayakan Usaha	27

E. Analisa Keuntungan	34
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	37
A. Alat dan Bahan.....	37
B. Proses Pembuatan	37
C. Proses Pemasaran.....	41
D. Analisis Peluang Usaha.....	47
BAB IV ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN.....	54
A. Anggaran Biaya.....	54
B. Jadwal Kegiatan	60
BAB V HASIL DAN DICAPAI DAN POTENSI	
KEBERLANJUTAN.....	66
A. Hasil yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program.....	66
B. Kegiatan Pelatihan P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga)	66
C. Potensi Keberlanjutan Program.....	67
BAB VI PENUTUP	69
A. Evaluasi	71
B. Kesimpulan	71
C. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	38
Tabel 1.2	50
Tabel 1.3	56
Tabel 1.4	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penunjukan SK Pembimbing

Lampiran 2 Pengajuan TA

Lampiran 3 Lembar Bimbingan Dosen I

Lampiran 4 Lembar Bimbingan Dosen II

Lampiran 5 Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan

Lampiran 6 Nomor Induk Berusaha Dari Lembaga OSS
(DMPTSP) Provinsi Bengkulu

Lampiran 7 Surat Keterangan Izin Usaha Dari Lembaga OSS
(DMPTSP) Provinsi Bengkulu

Lampiran 8 Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pisang merupakan salah satu buah yang paling banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Buah pisang memiliki kandungan gizi yang tinggi, mudah didapat, memiliki rasa yang enak serta memiliki harga yang relatif murah. Pisang juga merupakan buah yang banyak diproduksi di Indonesia. Berdasarkan Data Statistik Tanaman Buah-buahan dan Sayuran Tahunan, produksi buah pisang di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 7,16 juta ton sehingga pisang ditetapkan sebagai komoditas buah unggulan nasional.¹

Pisang merupakan salah satu komoditas buah tropis yang sangat populer dan cukup berpotensi di Indonesia khususnya di Pulau Enggano Kabupaten Bengkulu Utara Provinsi Bengkulu. Buah pisang merupakan hasil tanaman pertanian dari kelompok hortikultura dan termasuk salah satu tanaman pangan penting di Indonesia. Pisang kepok masuk dalam kelompok plaintain, yaitu merupakan pisang yang cara konsumsinya setelah diolah terlebih dahulu. Dengan banyaknya produksi buah pisang kepok di

¹ Suyanti, Supriadi A. 2008. *Pisang budi daya, pengolahan dan prospek pasar*. Depok : Penebar Swadaya

Bengkulu, maka semakin banyak kulit pisang. Produksi pisang kepok cukup besar mencapai 10.000 tandan setiap minggu.²

Pisang kepok (*Musa paradisiaca* Linn) adalah salah satu jenis pisang yang berasal dari Asia Tenggara (termasuk Indonesia). Pisang kepok merupakan buah yang sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia yang banyak dikonsumsi kapan saja pada segala tingkatan usia.³ Pisang kepok memiliki rasa yang enak dan memiliki kandungan gizi yang baik. Pada umumnya, masyarakat mengolah pisang kepok menjadi berbagai macam bahan pangan seperti kue, keripik pisang, pisang goreng dan lain-lain, dimana buah pisang setelah diambil buahnya kulitnya dibuang. Hasil pengolahan pisang tersebut menghasilkan hasil samping dari pisang yang cukup banyak padahal kulit pisang (*Musa paradisiaca*) memiliki nilai jual yang menguntungkan apabila dimanfaatkan sebagai bahan baku makanan.

Pisang kepok dapat diolah menjadi tepung pisang, dimana pembuatan tepung ini merupakan usaha untuk memperpanjang daya simpan tanpa mengurangi nilai gizi dari pisang tersebut.

²Usmin, "Enggano Penghasil Pisang Kepok Terbesar di Bengkulu," Berita Satu <https://www.beritasatu.com/nasional/222877/enggano-penghasil-pisang-kepok-terbesar-di-bengkulu>. Tanggal 3 November 2021. Pukul 20.00 WIB

³ Julfan, Noviar Harun, dan Rahmayuni. *Pemanfaatan Kulit Pisang Kepok (Musa paradisiaca Linn) Dalam Pembuatan Dodol*" Jurnal Fakultas Pertanian Riau, Vol.3 No. 1,2008

Tepung pisang adalah salah satu cara pengawetan pisang dalam bentuk olahan. Cara membuatnya mudah, sehingga dapat diterapkan di daerah perkotaan maupun pedesaan. Pada dasarnya, semua jenis pisang dapat diolah menjadi tepung pisang, asal tingkat ketuaanya cukup. Tetapi, sifat tepung pisang yang dihasilkan tidak sama untuk masing-masing jenis pisang. Pisang yang paling baik menghasilkan tepung pisang adalah pisang kepok.⁴

Kulit pisang juga mengandung karbohidrat (zat pati) sehingga kulit pisang dapat diolah menjadi bahan baku makanan salah satunya tepung. Tepung terigu didapatkan dari hasil import sehingga tepung terigu di Indonesia memiliki harga relatif mahal. Pada tahun 2017 import gandum di Indonesia mencapai 11,4 juta ton dan mengalami peningkatan 9% dari tahun sebelumnya.⁵ Oleh karena itu, tepung kulit pisang diharapkan dapat mengurangi penggunaan tepung terigu, mengurangi hasil samping kulit dan meningkatkan nilai jual kulit pisang.

Tepung kulit pisang kepok adalah tepung yang bahan utama pembuatannya menggunakan limbah dari buah pisang kepok. Tepung kulit pisang cocok untuk dijadikan sebagai bahan pengganti maupun campuran tepung terigu. Selain menciptakan

⁴ BPS [Badan Pusat Statistik]. 2017. *Statistik tanaman buah-buahan dan sayuran tahunan*. Jakarta : Badan Pusat Statistik.

⁵ Suyanti, Supriyadi A. 2008. *Pisang budi daya, pengolahan dan prospek pasar*. Depok: Penebar Swadaya.

sensasi baru yang unik, tepung kulit pisang yang sejatinya memiliki kandungan gizi yang banyak juga secara otomatis dapat menambah kandungan gizi dari makanan tersebut. Tepung kulit pisang memiliki kandungan kadar air 2,31%, kadar abu 5,45%, lemak 25,52%, protein 5,12%, serat 2,48%, dan karbohidrat 66,60%.

Tepung pisang yang dihasilkannya mempunyai warna yang lebih putih dibandingkan dengan yang dibuat dari pisang jenis lain. Kelemahannya adalah aroma pisangnya kurang kuat. Tepung pisang yang dihasilkannya mempunyai warna yang lebih putih dibandingkan dengan yang dibuat dari pisang jenis lain.⁶ Selain itu, juga untuk mempermudah dan memperluas pengembangan pemanfaatan pisang seperti untuk diolah menjadi bolu kukus.

Bolu adalah kue yang dapat dibuat dengan cara dipanggang ataupun dikukus. Kue bolu terbuat dari bahan dasar tepung, pada umumnya tepung terigu, dan tanpa proses fermentasi. Selain tepung, bolu terbuat dari campuran bahan-bahan lain yang dapat dibedakan menjadi dua jenis. Jenis pertama adalah bahan yang memberikan bentuk susunan bol, yaitu tepung, telur, dan susu. Jenis kedua adalah bahan yang memberikan tekstur empuk,

⁶Anonim, 2010a. *Pembuatan Tepung Pisang*. <http://blogs.unpad.ac.id/selfiertanti>. Makassar. Tanggal 3 November 2021, Pukul 20.00 WIB

yaitu gula, lemak, dan *baking powder* serta bahan tambahan lain seperti pengemulsi. Dalam pembuatan bolu, ada beberapa faktor yang mempengaruhi yaitu lama waktu pengocokan, serta lama waktu pengukusan. Pengocokan yang tidak sempurna dan merata dapat menyebabkan adonan belum mengembang atau jika terlalu lama adonan menjadi rusak dan tidak dapat mengembang ketika dipanggang atau dikukus. Lama waktu pemangangan atau pengukusan juga mempengaruhi keberhasilan dalam pembuatan bolu. Kue bolu adalah kue berbahan dasar tepung (umumnya tepung terigu, gula dan telur). Kue bolu umumnya dimasak dengan cara dipanggang di oven, walaupun ada juga yang namanya bolu kukus. Banyak macan kue bolu, misalnya kue *tart* yang biasa digunakan untuk acara pesta pernikahan dan hari raya ulang tahun, dan bolu juga bias digunakan untuk acara-acara lainnya.⁷

Hingga saat pemanfaatan tepung kulit pisang sebagai substitusi tepung terigu pada bolu kukus masih terbatas, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai berapa jumlah penambahan tepung kulit pisang untuk menghasilkan kandungan zat gizi dan sifat *organoleptik* terbaik sehingga dapat dikonsumsi. Dengan memanfaatkan tepung pisang kepok sebagai bahan substitusi dengan tepung terigu untuk menghasilkan bolu kukus yang dapat diterima oleh konsumen.

⁷Andriani, D. 2012. *Studi Pembuatan Bolu Kukus Tepung Pisang Raja* [skripsi]. Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan. Universitas Hassanudin. Makasar.

Dari sekian banyak produk-produk olahan itu, semuanya meninggalkan limbah yang sampai saat ini belum banyak dimanfaatkan, yaitu kulit pisang. Kulit pisang merupakan limbah industri pengolahan pisang yang selama ini hanya sebagian dimanfaatkan untuk makanan ternak dan sisanya dibuang begitu saja. merupakan limbah yang sering diproduksi hampir setiap hari yang terdapat di daerah Telaga Dewa serta Pagardewa dan sekitarnya. Limbah kulit pisang diambil dari penjual gorengan yang ada di Kota Bengkulu. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kulit pisang banyak mengandung zat-zat gizi yang bermanfaat bagi manusia, salah satunya serat halus yang baik untuk pencernaan. Kandungan vitamin B dan C, Kalsium, dan Karbohidrat. Selain itu, kulit pisang juga mengandung banyak serotonin yang dapat menyeimbangkan mood.

Kulit pisang berpotensi untuk dijadikan usaha bisnis yang dapat dikembangkan menjadi usaha yang menjanjikan. Hal tersebut dikarenakan masih sangat jarang masyarakat mengolahnya menjadi produk makanan. Bahan baku yang mudah diperoleh dan harganya yang murah mendukung terlaksananya usaha bisnis ini. Oleh karena itu kulit pisang dimungkinkan dapat dijadikan salah satu produk olahan pangan. Salah satu bentuk dari produk olahan yang kami kembangkan adalah bolu kukus kulit pisang.

Ada beberapa hal yang menyebabkan kami memilih untuk mengolah kulit pisang menjadi tepung. Pertama, sudah tertulis

diatas bahwa kulit pisang memiliki zat gizi yang bermanfaat bagi tubuh. Dengan diolah menjadi bolu kukus, gizi yang terkandung dalam kulit pisang diharapkan tidak hilang saat pengolahan berlangsung. Kedua, kami tahu bahwa orang-orang suka makan camilan dengan rasa manis dan asam yang menyegarkan, bolu kukus kulit pisang cocok dinikmati kapan saja dan dimana saja. Ketiga belum adanya inovasi pembuatan bolu kukus dari tepung kulit pisang di Kota Bengkulu yang selama ini banyak industri usaha dalam bidang makanan masih menggunakan tepung terigu sedangkan kami memanfaatkan limbah dari kulit pisang yang diolah menjadi tepung.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, Rumusan masalah pada tugas akhir ini adalah : bagaimana analisa pemanfaatan tepung kulit pisang dalam pembuatan bolu kukus kalamansi terhadap pendapatan usaha di Telaga Dewa Raya Rt 14 Rw 03 Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu?

C. Tujuan Program

1. Mengembangkan tepung kulit pisang sebagai produk olahan makanan ringan baru dari limbah pengolahan pisang dan membuat olahan kulit pisang dikenal dan diminati masyarakat karena masih sedikitnya

masyarakat Bengkulu yang mengolah limbah kulit pisang ini.

2. Membuka peluang bisnis dan memperluas lapangan pekerjaan kepada masyarakat umum melalui pengembangan usaha pembuatan bolu kukus kulit pisang.
3. Melatih kemampuan mahasiswa dalam berwirausaha sebagai sarana pembelajaran model industri pangan skala kecil
4. Memperoleh keuntungan
5. Proposal ini dibuat Untuk memenuhi Tugas Akhir kuliah

D. Manfaat Program

1. Untuk Diri Sendiri
 - a. Memberikan penghasilan tambahan
 - b. Memberikan wawasan tentang kulit pisang
2. Untuk Kelompok
 - a. Meningkatkan kerjasama kelompok dalam pengembangan usaha memanfaatkan limbah kulit pisang

- b. Menambah pengalaman kelompok dalam berwirausaha mengembangkan usaha bolu kukus dari kulit pisang.
3. Untuk Masyarakat
 - a. Menambah sumber gizi baru bagi masyarakat melalui konsumsi bolu kukus kulit pisang yang mengandung serat yang baik untuk pencernaan.
 - b. Menambah inovasi produk makanan ringan
 - c. Menambah pengetahuan masyarakat tentang pengolahan kulit pisang.
 - d. Mengurangi limbah kulit pisang khususnya bagi pedagang gorengan dan sejenisnya untuk memanfaatkan limbah kulit pisang

E. Luaran yang Diharapkan

Luaran yang kami harapkan dari Program Kreativitas Mahasiswa ini adalah sebagai berikut :

1. Dapat menghasilkan camilan baru bolu kukus kalamansi dari limbah kulit pisang yang unik, sehat dan bergizi tentunya tanpa bahan kimia yang berbahaya dan dapat dinikmati dari berbagai kalangan dengan harga yang terjangkau.
2. Dapat menjadi salah satu makanan khas dari masyarakat Bengkulu yang bernilai jual tinggi.

3. Mengurangi konsumsi masyarakat akan tepung terigu.
4. Dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan membantu mengurangi pengangguran.
5. Dapat menginspirasi para produsen lainnya untuk mengolah dan menciptakan makanan yang lebih berinovasi dan sehat.

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

A. Analisa Produk

1. Jenis, Nama dan Karakteristik Produk

Usaha yang akan kami jalankan adalah pembuatan dan penjualan bolu kukus berbahan dasar tepung kulit pisang dengan bahan yang digunakan yaitu kulit pisang. Kulit pisang banyak mengandung zat-zat gizi yang bermanfaat bagi manusia, salah satunya serat halus yang baik untuk pencernaan. Kandungan vitamin B dan C, Kalsium, dan Karbohidrat. Selain itu, kulit pisang juga mengandung banyak serotonin yang dapat menyeimbangkan mood.¹ Dengan adanya perpaduan kalamansi didalam bolu kukus memiliki manfaat baik bagi tubuh, karena dalam jeruk kalamansi terdapat kandungan vitamin C, karbohidrat mineral, asam askorbat, dan asam sitrat yang baik untuk kesehatan serta tidak mengandung zat yang berbahaya. Produk ini diharapkan dapat membantu masyarakat mendapatkan makanan bergizi.²

¹Alo Dokter, "Jangan Sia-siakan 7 Manfaat Kulit Pisang Bagi Kesehatan" dikutip dari <https://www.alodokter.com/jangan-sia-siakan-7-manfaat-kulit-pisang-bagi-kesehatan-ini>

²Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian "Jeruk Kalamansi Kecil Kaya Manfaat Terhadap Kesehatan" <https://www.litbang.pertanian.go.id/info-teknologi/3450/>

Jeruk kalamansi adalah jenis buah jeruk yang berkembang pesat di Provinsi Bengkulu, berbau harum dan memiliki rasa asam ketika sudah masak, dan pahit ketika masih mentah. Jeruk kalamansi memiliki dua jenis yang dibedakan yaitu dari warna kulitnya yang disebut dengan nama *Citrofortunella microcarpa* berwarna kuning kehijauan atau seperti degradasi, ada bagian kuning lalu beberapa warna yang hijau, dan yang kedua, *Citrofortunella mitis* biasanya memiliki warna kuning mencolok.

Jenis produk yang dihasilkan dalam usaha ini adalah makanan berupa bolu kukus dari tepung kulit pisang dengan rasa asam manis dari jeruk kalamansi. Pemilihan kulit pisang sebagai bahan dasar karena harganya terjangkau dan mudah ditemui. Olahan kulit ini kami beri nama “Bokupang Kalamansi (Bolu Kukus Kulit Pisang Kalamansi)”. Karakteristik dari produk ini yaitu berupa kulit pisang yang dikeringkan kemudian diolah menjadi tepung kemudian dibuat adonan menjadi bolu kukus yang dicampurkan sirup kalamansi.

Tepung pisang biasanya digunakan sebagai bahan baku atau campuran untuk membuat produk lain seperti roti, kue ataupun mie, dalam penelitian ini digunakan jenis pisang kepok untuk dijadikan tepung

dan diolah menjadi produk. Klasifikasi dan Karakteristik pisang adalah sebagai berikut :

Klasifikasi pisang kepok (*Musa paradisiaca Linn*) adalah sebagai berikut :

Kerajaan : *Plantae*
Divisi : *Magnoliophyta*
Kelas : *Liliopsida*
Ordo : *Zingiberales*
Famili : *Musaceae*
Genus : *Musa*
Spesies : *Musa paradisiaca Linn*



Gambar 1. Pisang Kepok

Klasifikasi jeruk kalamansi (*Citrofortunella microcarpa*) sebagai berikut :

Kerajaan : *Plantae*
Divisi : *Angiospermae*
Kelas : *Eudikotil*
Ordo : *Sapindales*
Famili : *Rutaceae*
Genus : *Citrofortunella*
Spesies : *Citrofortunella microcarpa*



Gambar 2. Jeruk Kalamansi

2. Keunggulan Produk
 - a. Produk olahan kulit pisang baik dan aman dikonsumsi karena mengandung vitamin B, dan C, karbohidrat serta kalsium.
 - b. Produk olahan kulit pisang dalam bentuk bolu kukus sehingga dapat bertahan 3-4 hari setelah produksi.
 - c. Produk kami memiliki inovasi yang berbeda dan terbuat dari kulit pisang dan diberi rasa asam manis dari jeruk kalamansi.

B. Pangsa Pasar

Pangsa pasar (*Market Share*) merupakan bagian penyajian penjualan suatu perusahaan terhadap hasil penjualan para kompetitor terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu.³

³Stanton, William J. 1984. *Fundamental of Marketing*. 8th Edition. Mc Graw Hill

Riset pemasaran menjadi suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh suatu perusahaan atau seorang wirausahawan agar mampu menjual produk atau jasa yang mereka punya kepada pangsa pasar yang mereka tuju. Dengan mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh pasar, maka perusahaan akan mampu membuat produk atau jasa yang ditawarkan, apakah mereka yang masih bersekolah atau mereka yang masih kuliah, atau bahkan mereka yang sudah bekerja dan bahkan berumah tangga. Riset pasar membantu perusahaan untuk mengidentifikasi dimana produk atau jasa tersebut dibutuhkan dan kualitas produk seperti apa yang dibutuhkan para konsumen. Adapun tujuan dibutuhkannya riset pemasaran adalah sebagai berikut :

1. Memperoleh informasi akurat dan sesuai dengan pasar
2. Menghemat waktu bagi manajer pemasaran ataupun pemilik usaha untuk mengambil keputusan
3. Membantu divisi pemasaran
4. Bebas dari pengaruh kepentingan pribadi
5. Perkembangan pasar sangat cepat

Riset pemasaran terbagi atas 2 klasifikasi yaitu :

1. Riset untuk identifikasi masalah terdiri atas :

- a. Riset potensi pasar, tujuan utamanya adalah untuk mengetahui tingkat permintaan (*demand*) terhadap pasar produk. Lingkup tingkat *demand* meliputi :
- 1) Level produk (kelompok industri)
 - 2) Wilayah
 - 3) Waktu
 - 4) Pasar (umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan)

Ketika melakukan riset potensi pasar ini kita dapat melakukan estimasi tingkat permintaan (*demand*) yaitu membuat rencana produksi, rencana distribusi produk, pembagian wilayah penjualan, alokasi SDM, rencana promosi dan penyusunan budget.

- b. Riset pangsa pasar, merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk melihat presentasi pasar. Kegiatan ini dilakukan dengan membandingkan penjualan perusahaan dengan penjualan pasar secara keseluruhan. Perusahaan dapat memasang harga tinggi tanpa kehilangan konsumen.
- c. Riset kesan, dilakukan untuk melihat respon dari konsumen atau pasar, penelitian ini mengetahui apakah suatu produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan mengena dihati konsumen. Hal ini sangat penting karena perusahaan perlu mengetahui

sejauh mana kesan dapat diingat oleh para konsumen

- d. Riset karakteristik pasar, bertujuan untuk melihat bagaimana karakteristik pasar. Beberapa para ahli menyebutkan mengenai jenis-jenis karakteristik pasar yang banyak dibahas dalam buku manajemen. Karakteristik yang dimaksudkan adalah pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, dan pasar oligopoli.
- e. Riset mengenai penjualan, meliputi pengukuran mengenai potensi penjualan baik produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Riset ini meliputi hasil beberapa analisis yang bersumber dari catatan-catatan mengenai penjualan yaitu :
 - 1) Penentuan dan perubahan daerah penjualan
 - 2) Evaluasi metode penjualan yang telah dilakukan
 - 3) Penelitian untuk menentukan harga yang bersaing
 - 4) Evaluasi mengenai aktivitas penjualan sekaligus daya gunanya.
 - 5) Penentuan kuota dan syarat penjualan
 - 6) Penggunaan biaya distribusi
- f. Riset tren bisnis, salah satu kunci kesuksesan dari proses bisnis adalah mendeteksi tren dengan baik. Dengan kata lain kesuksesan dipengaruhi oleh

kejelian seorang pebisnis untuk menganalisis tren dengan baik dan memilih bisnis yang tepat. Dengan melakukan riset tren, maka potensi peluang untuk dapat mencapai kesuksesan jauh lebih besar di bandingkan dengan yang tidak melakukan riset tren.⁴

1. Peluang produk di pasaran

Peluang berasal dari kata bahasa inggris yaitu *opportunity* yang berarti beberapa kesempatan yang muncul dari sebuah kejadian. Peluang usaha adalah sebuah kesempatan yang dimiliki oleh semua orang yang mempunyai jiwa kreativitas dalam dirinya untuk memlulai sebuah usaha. Peluang merupakan tren positif yang berada di lingkungan eksternal perusahaan maka peluang usaha tersebut berpotensi untuk menghasilkan laba bagi perusahaan secara berkelanjutan.

Peluang usaha adalah suatu potensi pasar terhadap bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan ataupun keinginan pelanggan. Peluang usaha muncul ketika seorang pengusaha mendapat ide bisnis, mengidentifikasi ide tersebut apakah bersifat komersial atau tidak dan kemudian jika ide tersebut bersifat menjual (komersial)

⁴ Setiawati, I. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM*. Strategi Komunikasi Pemasaran, 20.

akan dikembangkan menjadi suatu bagian bisnis yang diharapkan menjadi tren dikalangan publik.⁵

Peluang bisnis berasal dari sebuah inspirasi ide, atau kesempatan yang muncul untuk dimanfaatkan bagi kepentingan seseorang baik dalam kehidupan sehari-hari atau dalam dunia bisnis.⁶ Peluang usaha adalah kombinasi dari pemikiran dan aksi untuk mengembangkan ide bisnis berdasarkan iklim pasar dari lingkungan konsumen.⁷

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa peluang bisnis adalah suatu kegiatan yang dimulai dari ide atau hasil pemikiran bisnis dan kemudian membangun bisnis berdasarkan potensi dari konsumen. Dengan kata lain peluang usaha dimulai dari ide bisnis yang potensial bagi pelanggan yang selanjutnya dikembangkan menjadi suatu usaha.

Dalam peluang bisnis ini masih sangat jarang ditemukan produk olahan kulit pisang di Bengkulu ini. Selain itu harga bahan baku kulit pisang yang murah dapat menekan biaya produksi. Dengan begitu, kami dapat memproduksi olahan kulit pisang dengan biaya

⁵Solihin, Ismail. 2012 *Manajemen Strategik*. Jakarta:Erlangga

⁶ Mariotti, Steve. 2013. *Entrepreneurship, Owning Your Future*. USA: Pearson Education, inc.

⁷Hendro, 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta : Erlangga

murah sehingga kami juga dapat memasarkannya dengan harga terjangkau.

Peluang usaha adalah suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan bagi wirausahawan. Dikarenakan permintaan pasar yang sifatnya selalu berubah-ubah dan perkembangan zaman yang semakin maju menyebabkan wirausahawan harus berfikir jauh kedepan untuk mempersiapkan apa saja yang baru dan menarik bagi masyarakat sehingga ketika peluang usaha muncul maka wirausahawan mencari cara untuk membuat sistem kerja usaha agar menarik minat pelanggan. Ada lima faktor yang menyebabkan munculnya peluang usaha yaitu :⁸

a. Pelanggan

Pelanggan merupakan suatu hal yang paling utama dalam memunculkan peluang usaha karena riset pasar yang paling mudah adalah dari interaksi pelanggan. Untuk membangun sebuah usaha, hendaknya wirausahawan memperhatikan potensi dan jenis seperti apa pelanggan yang akan menjadi penggerak jalannya usaha yang dijalankan.

b. Kompetitor

Kebanyakan wirausahawan menganggap jika pesaing usaha maka hal tersebut menjadi suatu ancaman bagi

⁸ Bygrave & Zacharakis. 2011. *Entrepreneurship: Second Edition*. USA : John Willey & Sons.

bisnisnya. Jika wirausahawan tersebut dapat mengidentifikasi pesaing usahanya maka wirausahawan akan meraih peluang usaha. Untuk mengidentifikasi pesaing secara keseluruhan mulailah dari riset pelanggan. Seperti bagaimana cara wirausahawan memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain itu wirausahawan harus mengidentifikasi pesaing yang berdampak secara langsung, pesaing yang berdampak secara tidak langsung, dan usaha substansi.

c. Pemasok dan Perantara Pemasaran

Dalam kegiatan usaha tidak terlepas dari peran pihak lain untuk menciptakan peluang bisnis. Peran pemasok dalam menciptakan peluang adalah membentuk hubungan bisnis dengan cara menyalurkan sumber daya yang diperlukan oleh wirausaha. Sedangkan peran untuk menciptakan peluang dari perantara pemasaran adalah membantu mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan produk.

d. Kondisi Pemerintahan

Sistem politik di suatu negara sangat berpengaruh terhadap peluang usaha karena produk yang diciptakan harus sesuai dengan

sistem hukum yang berlaku di suatu negara. Misalnya negara penganut paham liberal seperti Amerika Serikat memperbolehkan wirausaha menerapkan usaha apa saja secara bebas dan negara penganut paham komunis seperti Cina dan Korea Utara membatasi wirausaha dalam menerapkan usaha yang sesuai dengan keinginan pemerintah komunis.

e. Lingkungan Global

Setiap sesuatu tidak luput dari namanya globalisasi, termasuk dalam bisnis. Bisnis juga perlu sentuhan globalisasi karena terkadang suatu hal yang dimiliki di negara sendiri tidak di miliki oleh negara lain. Oleh karena itu, peluang usahadapat muncul jika wirausahawan dapat melihatnya.

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor munculnya peluang usaha, wirausahawan juga harus mencari dimana peluang itu berasal.⁹ Ada tiga cara untuk mendapatkan peluang usaha yaitu sebagai berikut :

a. Peluang Usaha Melalui Media

Media telah menjadi hal yang tidak bisa terlepas dari lingkungan dan gaya hidup

⁹Ibid

masyarakat. Media membantu masyarakat mencari informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat luas. Termasuk dalam mencari peluang usaha. Kecanggihan teknologi membuat jenis media tidak hanya media cetak maupun radio, melainkan media televisi namun juga media internet yang bahkan mendominasi dari media yang lain. Dengan melihat potensi media internet yang tinggi menyebabkan peluang mudah didapat.

b. Internet

Internet merupakan salah satu cara mendapatkan peluang yang paling mudah karena aksesnya murah dan mudah. dari internet semua orang bisa melakukan apa saja. Dengan internet wirausahawan akan menemukan suatu peluang usaha yang unik dan tidak pernah terfikirkan orang lain untuk membuatnya.

Indikator peluang usaha meliputi :

1. Keinginan untuk Memecahkan Masalah

Banyak usaha yang sukses bermunculan dikarenakan usaha tersebut dapat memecahkan masalah

banyak orang karena masalah tersebut adalah suatu peluang usaha, seperti contohnya adalah barang tersebut tidak ada di suatu daerah. Masalah tersebut bisa dialami oleh diri sendiri, atau dialami orang lain. Pengusaha tersebut akan mempelajari sesuatu untuk memecahkan masalah, seperti bagaimana cara untuk memproduksi barang yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan tersebut dan yang lebih penting adalah apakah produk tersebut akan memperbaiki, mengubah, ataupun berpengaruh terhadap kehidupan dirinya dan orang lain.

b. Inovasi

Zaman sekarang sudah semakin mengalami banyak perubahan secara terus-menerus. Perubahan zaman seringkali menciptakan peluang yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya. Karena zaman dan tren masyarakat yang selalu berubah maka inovasi juga harus dilakukan untuk mempertahankan eksistensi usaha.

c. Kreativitas

Seorang pengusaha juga dapat membentuk peluang usaha melalui kreativitas yang dimilikinya, baik itu berupa hobi ataupun ide yang unik (*uncommon knowledge*) yang dapat direalisasikan menjadi sesuatu produk yang menjual.

d. Faktor Perubahan

Dunia akan terus berubah, seperti perubahan politik, sosial budaya, tren lokal dan global, dan bahkan iklim. Perubahan-perubahan tersebut seringkali menjadi permasalahan bagi setiap orang karena tidak adanya produk yang dibutuhkan. Oleh sebab itu, perubahan yang terjadi dapat menjadi suatu peluang usaha jika ada yang memanfaatkannya.

2. Pesaing usaha

Ada empat bentuk persaingan dalam struktur pasar yaitu¹⁰ :

1. Pasar persaingan sempurna

¹⁰Sunyoto, Danang. *Ekonomi Manajerial*, Yogyakarta : CAPS, 2013, h. 160

Pasar persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang dicirikan dengan sejumlah besar pembeli dan penjual untuk sebuah produk yang pada dasarnya sama, dimana setiap transaksi peserta pasar begitu kecil sehingga tidak memiliki pengaruh terhadap harga pasar. Para penjual dan pembeli individual adalah pengambil harga.

2. Pasar Monopoli

Pasar Monopoli adalah struktur pasar yang dicirikan dengan penjual tunggal dari sebuah produk yang sangat diferensiasi. Karena sebuah perusahaan monopoli adalah penyedia satu-satunya sebuah komoditas yang diinginkan perusahaan monopoli itu adalah industri itu sendiri.

3. Pasar Monopolistik

Pasar Monopolistik adalah struktur pasar yang sangat mirip dengan pasar persaingan sempurna. Perbedaannya dengan pasar persaingan sempurna adalah pada kondisi karakteristik komoditinya, jika pada pasar persaingan sempurna komoditi secara sempurna sama dengan komoditi lain maka pada pasar monopolistik komoditi perusahaan sedikit terdiferensiasi dengan komoditi lain.

4. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli adalah struktur pasar dimana hanya ada sejumlah kecil perusahaan yang memproduksi hampir semua komoditi yang ada dipasar. Pasar oligopoli merupakan pasar yang dicirikan dengan sedikit penjual

dimana keputusan harga saling bergantung dengan perusahaan lainnya.

Meskipun sudah banyak wirausahawan yang membuat produk serupa, namun belum ada yang membuat olahan dari kulit pisang menjadi tepung dan diolah menjadi bolu kukus belum banyak juga dikenal oleh masyarakat. Banyak wirausahawan membuat bolu kukus menggunakan tepung terigu seutuhnya sebagaimana bahwa terigu adalah hasil olahan gandum. Hal ini menjadi peluang untuk mengembangkan usaha dengan bahan dasar kulit pisang.

e. STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)

Segmenting merupakan pengelompokan kondisi pasar dengan berbagai karakteristik. Dengan melakukan segmentasi pasar, pemasaran akan lebih terarah dan efektif sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Pemasaran adalah proses untuk menciptakan nilai pelanggan yang unggul di mana segmentasi, penargetan dan penentuan posisi (STP) adalah bagian inti yang menyarankan siapa yang harus dilayani dan bagaimana cara melayani.¹¹

¹¹Mominul, Islam Mohammad (2018) “*Segmenting, Targeting, and Positioning in Islamic Marketing*” *Faculty of Business Administration, EXIM Bank Agricultural University, Chapainawabganj, Banglades, International Journal of Islamic Marketing*, doi : 10.1108/JIMA-10-2018-0181.<http://scholar.google.co.id/scholar?+segmentation+targeting+and+postioning>

Segmen pasar adalah proses aktual untuk mengidentifikasi segmen pasar dan proses membagi basis pelanggan yang luas menjadi sub-kelompok konsumen yang terdiri dari pelanggan yang sudah ada calon pelanggan. Segmentasi pasar proses yang berorientasi pada konsumen dan dapat diterapkan pada hampir semua jenis pasar. Dalam membagi segemntasi pasar pengusaha biasanya mencari karakteristik seperti kebutuhan bersama, minat bersama, gaya hidup yang serupa bahkan demografis yang sama. Segmentasi pasar mengasumsikan segmen yang berbeda memerlukan program pemasaran yang berbeda, karena pelanggan yang beragam biasanya ditargetkan melalui penawaran, harga, promosi, distribusi atau kombinasi variabel pemasaran yang berbeda. Tujuan dari segemntasi pasar adalah untuk mengidentifikasi segmen dengan hasil tinggi.

Segmentasi pasar dari produk bolu kukus kalamansi dari tepung kulit pisang didasarkan atas variabel demografis yakni tingkat pendapatan. Tepung kulit pisang dijual kepada masyarakat Kota Bengkulu pada umumnya dengan klasifikasi ekonomi kelas menengah merupakan target dari Bolu kukus kalamansi dari tepung kulit pisang. Dalam *Positioning* Bokupang Kalamansi kami posisikan sebagai

alternatif jajanan sehat, praktis, higienis, dan ekonomis bagi masyarakat aktif di Kota Bengkulu.

C. Lokasi Usaha

Teori lokasi merupakan ilmu yang menganalisa tata ruang geografis dari sumber-sumber yang memiliki kapasitas, serta hubungan dengan pengaruhnya terhadap pengaruh berbagai macam usaha lain baik sosial maupun ekonomi.¹² Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha adalah aset jangka panjang dan akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.

Lokasi usaha merupakan 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.

¹²Tarigan, Robinson.(2006), *Perencanaan Pembangunan Wilayah.*, Jakarta : Bumi Aksara.

¹³Wahyudi, N. dan Heriyanto, A.E, 2014. *Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro Di Kecamatan Sungai Kunjang.* *Jurnal Ekonomi Universitas Samarinda.*

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Lokasi usaha berpengaruh terhadap kesuksesan atau keberhasilan usaha yang 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.¹³

Pemilihan lokasi yang tepat seringkali menentukan keberhasilan suatu usaha, kesalahan memilih lokasi usaha dapat menghambat keberhasilan usaha. Salah satu kunci menuju keberhasilan adalah lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim bisnis, dan sebagainya.¹⁴

Pertimbangan yang perlu mendapatkan perhatian manajemen adalah sebagai berikut¹⁵ :

1. Perencanaan jangka panjang perusahaan, maka manajemen perlu mempertimbangkan kemungkinan perluasan area jika dimasa datang perusahaan akan melakukan ekspansi atau peningkatan kapasitas.
2. Kedekatan dengan sumber bahan, jika perusahaan memerlukan bahan baku dalam volume yang besar,

¹⁴Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran* (W. W. Bakuwaton, Trans.). Jakarta: Intermed

¹⁵Haming, Murdifin. Dan Nurnajamuddin, Mahfud. 2007. *Manajemen Produksi Modern: Operasi Manufaktur dan Jasa*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

sulit diangkut, maka perusahaan memilih lokasi dekat dengan sumber bahan dan apabila perusahaan membutuhkan bahan baku dalam volume besar maka perusahaan seperti ini memilih lokasi yang dekat dengan bahan bakunya.

3. Kedekatan dengan pasar, biasanya perusahaan cenderung memilih lokasi yang dekat dengan pasar.
4. Iklim bisnis, suatu iklim bisnis yang baik dapat meliputi hadirnya bisnis yang serupa ukurannya.
5. Biaya, tujuan kriteria ini adalah mendorong usaha industri ataupun jasa untuk memilih lokasi yang akan meminimkan biaya.
6. Kedekatan infrastruktur, perusahaan industri ataupun jasa sangat memerlukan dukungan berbagai macam prasarana seperti jalan raya, rel kereta api, hubungan udara, pasokan listrik, air sarana telekomunikasi dan energi.
7. Ketersediaan tenaga kerja dan kualitas tenaga kerja, di lokasi usaha harus tersedia pasokan tenaga kerja yang diperlukan oleh usahawan pabrik atau jasa, baik dari sisi jumlahnya ataupun dari sisi kualitasnya.
8. Ketersediaan pembekal, pembekal merupakan mitra usaha dalam mengelola bisnisnya.

9. Kebijakan pemerintah dan risiko politik, beberapa negara memberikan pembatasan dalam penempatan usaha industri asing dinegaranya.
10. Zona perdagangan bebas, beberapa negara menunjuk wilayah tertentu dinegaranya sebagai kawasan perdagangan bebas dengan berbagai insentif pajak di dalamnya.
11. Blok perdagangan, dewasa ini dijumpai pula kolaborasi beberapa negara di kawasan tertentu untuk membentuk blok perdagangan.
12. Keamanan, faktor keamanan merupakan faktor yang sangat dipertimbangkan oleh pengusaha dalam pemilihan lokasi.
13. Aturan lingkungan, semakin sadar masyarakat akan kelestarian lingkungan, maka isu lingkungan menjadi penting dalam pemilihan lokasi.
14. Penerimaan masyarakat lokal, merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan.
15. Keunggulan bersaing, suatu keputusan penting untuk perusahaan multinasional. Ialah pemilihan atas negara yang menjadi tempat kedudukan dari masing-masing bisnis yang berbeda.

Langkah dalam menentukan lokasi yang baik bagi usaha jasa adalah mengidentifikasi pasar yang paling potensial yang dapat ditemukan karena lokasi usaha seringkali

menentukan keberhasilan suatu usaha jasa.¹⁶ berikut faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan lokasi suatu usaha :

1. Lingkungan bisnis

Merupakan lingkungan yang dihadapi organisasi dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan bisnis. Lingkungan bisnis merupakan suatu kekuatan suatu kondisi, suatu keadaan, suatu peristiwa yang saling berhubungan dimana organisasi mempunyai kemampuan untuk mengendalikannya. Aktivitas keseharian organisasi mencakup interaksi dengan lingkungan kerja. Hal ini termasuk hubungannya dengan pelanggan, suplier, dan serikat dagang. Oleh karena itu, lingkungan bisnis menjadi faktor yang harus diperhatikan dalam memilih lokasi usaha karena mempengaruhi keberhasilan.¹⁷

2. Biaya lokasi

Biaya lokasi menjadi pertimbangan dalam memilih lokasi usaha. Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau *revenue* yang akan

¹⁶Fu'ad, N.E. 2015. Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 30 (1), 62-5

¹⁷Jatmiko, RD (2004). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: BPFE

dipakai sebagai pengurang penghasilan. Biaya lokasi merupakan sejumlah uang atau kas yang dikorbankan untuk mendapatkan tempat usaha atau biaya-biaya lain yang berhubungan dengan lokasi usaha. Biaya yang harus dikeluarkan yang berhubungan dengan lokasi usaha harus menjadi pertimbangan pemilik dalam memilih lokasi usahanya seperti biaya sewa, biaya renovasi, tingkat suku bunga, biaya tenaga kerja, dan pajak harus diperhitungkan secara cermat karena apabila terjadi kesalahan maka dapat menghambat pencapaian keberhasilan usaha.¹⁸

3. Pemilihan Lokasi Usaha Jasa

Pemilihan lokasi berada ditangan *top management* sebuah perusahaan baik pada usaha pabrik maupun usaha jasa. Dalam pemilihan lokasi itu manajemen puncak perlu mempertimbangkan berikut¹⁹ : Lokasi itu berkaitan dengan investasi jangka panjang yang sangat besar jumlahnya yang berhadapan dengan kondisi-kondisi yang penuh dengan ketidakpastian.

- a. Lokasi itu menentukan suatu kerangka pembatas atau kendala operasi yang permanen mencakup

¹⁸Ibid

¹⁹Ibid

²⁰ Chase, R. B. Aquila no, N. J. dan Jacobs, F.R. 2004. *Operations Management for Competitive Advantage*. China: McGraw-Hill

undang-undang, tenaga kerja, masyarakat dan lainnya. Kendala itu mahal dan sulit untuk diubah

- b. Lokasi mempunyai akibat yang signifikan dengan posisi yang kompetitif perusahaan, yaitu akan meminimalkan biaya produksi dan juga biaya pemasaran keluaran yang dihasilkan.

Keputusan pemilihan lokasi usaha manufaktur dan usaha jasa dipengaruhi oleh berbagai macam kriteria pemilihan yang mendasarkan pada kepentingan kompetitif. Diantara kriteria pemilihan tersebut adalah jarak ke pelanggan, iklim bisnis, total biaya yang harus dikeluarkan, infrastruktur, kualitas tenaga kerja, suplier, lingkungan masyarakat, dan pengaruh pajak.²⁰

Penempatan lokasi usaha ditempat yang strategis juga mempengaruhi perkembangan dan eksistensi usaha kedepannya. Lokasi yang strategis dan sesuai untuk jual beli sangat penting dan utama bagi para pengusaha mikro. Jika salah dalam memilih lokasi dan penempatan, maka usaha akan menjadi sulit untuk berkembang dan kesulitan dalam mendapatkan konsumen. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan oleh seorang pengusaha. Pemilihan lokasi yang tepat merupakan modal bagi pengusaha untuk beraktivitas, sehingga mampu memperoleh dan

meningkatkan keuntungan dan menjaga kelangsungan bisnis.²¹

Lokasi usaha dilaksanakan di dekat kampus UINFAS Bengkulu tepatnya di Bedengan Biru Jl.Telaga Dewa Raya, RT : 14 RW : O3 Kelurahan Pagar Dewa, Kecamatan Selebar Kota Bengkulu

a. **Analisa Kelayakan Usaha**

Pada studi kelayakan usaha ini dimulai dengan studi kelayakan bisnis merupakan suatu aktivitas yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan, usaha, atau bisnis yang akan dijalankan. Dalam rangka menentukan layak atau tidak layak usaha tersebut dijalankan. Kelayakan artinya penelitian dilakukan secara mendalam untuk menentukan apakah suatu usaha atau bidang yang akan dijalankan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Bisnis adalah usaha yang dijalankan dengan tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan yang dimaksud dalam usaha bisnis adalah keuntungan finansial.²²

Hasil studi kelayakan (*feasibility Study*) merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak gagasan untuk

²¹ Hidayat, R. Rusiadi, dan M.Isa Indrawan. (2014) *Teknik Proyeksi Bisnis*. USU Press.

²² Kasmir & Jakfar. 2007. *Studi Kelayakan Bisnis*, edisi kedua, cetakan ke-. Kencana Prenada Media Group, Jakarta

menjalankan usaha. Pengertian layak dalam penilaian ini adalah kemungkinan bahwa gagasan usaha yang akan dilaksanakan memberikan manfaat (*benefit*) baik dalam arti *financial benefit* maupun *social benefit*.²³

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, untuk mencapai keuntungan yang berlangsung dalam jangka panjang.²⁴

Studi kelayakan usaha penting dilakukan agar²⁵ :

1. Menghindari resiko kerugian, perlu dilakukan melalui berbagai upaya karena memang ada berbagai kondisi ketidakpastian yang dapat ditemui dimasa datang. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan kemungkinan terjadinya dimasa yang akan datang. Tetapi upaya antisipatif yang tepat dapat mencegah perusahaan mengalami kerugian, atau melakukan usaha yang tepat akan memberikan keuntungan.
2. Memudahkan perencanaan, yaitu meramalkan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang

²³ Ibrahim Yacob. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi revisi. Rineka Cipta, Jakarta.

²⁴ Umar Husein, 2007. *Study Kelayakan Bisnis, Teknik menganalisis kelayakan rencana bisnis secara komprehensif*, edisi ke-3 cetakan kesembilan. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

²⁵ Ibid hlm .9

maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan berbagai aktivitas yang perlu dilakukan. Melalui perencanaan tersebut dapat ditentukan berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau proyek akan dijalankan, dimana lokasi proyek akan dibangun, siapa yang akan melaksanakannya, bagaimana caranya, berapa besar keuntungan yang didapat serta, bagaimana mengawasinya agar tidak terjadi penyimpangan.

3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan. Dalam studi kelayakan dapat diketahui bahwa bisnis dilaksanakan untuk mendapatkan keuntungan. Dengan demikian maka langkah-langkah selanjutnya dapat lebih mudah ditentukan melalui perencanaan dan kemudian memudahkan pelaksanaan pekerjaan. Dengan rencana yang baik pelaksanaan akan lebih mudah dan efisien.
4. Memudahkan pengawasan serta, yaitu suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah disusun. Maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya suatu usaha. Pengawasan ini

perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.

5. Memudahkan pengendalian, dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi sehingga akan bisa dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai. Begitu pentingnya peranan studi kelayakan usaha dilihat dari²⁶

a. Segi perbankan dan lembaga keuangan lainnya, peranan studi kelayakan bisnis menjadi lebih penting lagi untuk mengadakan penilaian terhadap gagasan usaha yang mempunyai sumber dana dari lembaga tersebut. Dengan adanya studi kelayakan dalam berbagai kegiatan usaha dapat diketahui sampai seberapa jauh gagasan usaha yang akan dilaksanakan mampu menutupi segala kewajiban-

²⁶ Ibid h.4

kewajibannya serta prospeknya dimasa yang akan datang.

- b. Bagi penanam modal, studi kelayakan merupakan gambaran tentang usaha yang akan dikerjakan dan melalui studi kelayakan mereka dapat mengetahui prospek perusahaan dan kemungkinan-kemungkinan keuntungan yang diterima. Dengan studi kelayakan mereka akan dapat mengetahui jaminan keselamatan dari modal yang ditanam dan berdasarkan studi kelayakan ini pula, mereka mengambil keputusan (*decision making*) terhadap penanaman investasi.
- c. Kegiatan kemasyarakatan, adanya usaha-usaha pencarian dana dan kegiatan-kegiatan telah menuntut perlu adanya studi kelayakan sebagai gambaran tentang kegiatan yang akan dikerjakan.
- d. Segi pembangunan, peranan studi kelayakan dan analisis proyek terasa lebih penting lagi dalam pembangunan nasional untuk mengadakan persiapan dan penilaian terhadap proyek-proyek yang akan dilaksanakan. Pelaksanaan proyek adalah

penjabaran dari rencana yang telah ditetapkan agar menjadi kenyataan.

Faktor kelayakan usaha antara lain :

1. Aspek hukum
2. Aspek pasar dan pemasaran
3. Aspek keuangan
4. Aspek operasi
5. Aspek manajemen dan organisasi
6. Aspek ekonomi sosial
7. Aspek dampak lingkungan

Aspek ekonomi dan keuangan merupakan aspek inti, karena aspek ini menentukan kelayakan usaha dilihat dari segi ekonomi dan keuangan. Pembahasan dilakukan dalam bidang keuangan menyangkut dengan biaya investasi, modal kerja, biaya operasi dan pemeliharaan serta perhitungan pendapatan yang mungkin diterima.²⁷

Aspek keuangan mempelajari beberapa faktor penting seperti :

1. Dana yang diperlukan untuk investasi baik untuk aktiva tetap maupun modal kerja.
2. Sumber-sumber pembelanjaan yang akan dipergunakan. Seberapa banyak dana yang berupa

²⁷ Ibid h.7

modal sendiri dan berapa banyak yang berupa pinjaman jangka pendek, dan berapa yang jangka panjang.

3. Taksiran penghasilan, biaya, dan laba/rugi pada berbagai tingkat operasi termasuk di sini estimasi tentang *break event point* proyek tersebut.
4. Manfaat dan biaya dalam artian finansial seperti “*Rate of Return on Investment*”, “*Net Present Value*”, “*Internal Rate of Return*”, “*Profitability Index*”, dan “*Payback Period*”. Estimasi terhadap resiko proyek, resiko dalam artian total, dan kalau mungkin taksiran aliran kas diperlukan untuk menghitung profitabilitas finansial proyek tersebut.
5. Proyeksi keuangan, pembuatan rencana yang diproyeksi sumber dan penggunaan dana.
Aspek keuangan bertujuan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh pendapatan serta besarnya biaya yang dikeluarkan. Dari sini akan terlihat pengembalian uang yang ditanamkan seberapa akan kembali.²⁸

Survei pasar, dilakukan dengan cara survei dari pasar ke pasar untuk mengetahui peluang bolu kukus tepung kulit pisang ini di pasaran. Hasil yang diharapkan

²⁸ Ibid h.7

dari survei pasar ini adalah peningkatan penjualan, promosi dan juga perluasan pasar.

Tujuan dari analisa kelayakan usaha adalah :

- a. Untuk mengetahui seberapa menguntungkan usaha yang akan dijalankan setelah modal yang dikeluarkan.
- b. Menghindari kegiatan yang tidak menguntungkan seperti pemborosan sumber daya.
- c. Menganalisis akan adanya peluang investasi sehingga bisa memilih kegiatan alternatif yang menguntungkan.
- d. Menentukan prioritas sehingga dapat memprioritaskan aktivitas usaha yang lebih menghasilkan.

Aspek analisa kelayakan usaha :

1. Aspek pasar dan pemasaran yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pasar yang akan dimasuki, struktur dan peluang pasar yang ada, prospek pasar dimasa yang akan datang serta bagaimana strategi pemasaran yang harus dilakukan. Analisis aspek ini akan memberikan informasi mengenai :
 - a. Peluang pasar
 - b. Perkembangan permintaan produk dimasa yang akan datang.
 - c. Kendala-kendala yang dihadapi seperti keberadaan pesaing.

- d. Serta beberapa strategi yang akan dilakukan dalam pemasaran.
2. Aspek teknis dan produksi berkaitan dengan proses pembangunan fisik usaha secara teknis dan pengoperasiannya setelah bangunan fisik selesai. Analisis aspek ini akan memberikan informasi mengenai :
 - a. Penentuan lokasi usaha.
 - b. Perolehan bahan baku produksi.
 - c. Pemilihan mesin.
 - d. Jenis teknologi dalam proses produksi.
3. Aspek organisasi dan manajemen mencakup manajemen dalam pembangunan usaha dan manajemen secara operasional. Analisis aspek ini akan memberikan informasi mengenai :
 - a. Pembangunan proyek secara fisik
 - b. Pengadaan sumber daya manusia.
 - c. Jumlah tenaga kerja
 - d. Kualifikasi tenaga kerja
4. Aspek finansial mencakup penilaian dan penentuan penggunaan modal untuk hal yang dianggap layak. Analisis aspek ini akan memberikan informasi mengenai :
 - a. Sumber dan penggunaan dana
 - b. Modal kerja

- c. Pendapatan
- d. Biaya usaha
- e. Serta aliran kas atau arus kas (*cash flow*)

Serta belum adanya wirausahawan yang memproduksi limbah kulit pisang yang ada pada pedagang gorengan di Telaga Dewa dan sekitarnya dari pengolahan limbah tersebut para pedagang gorengan merasa diuntungkan karena telah mengurangi limbah kulit pisang tersebut. Setelah beberapa waktu mengamati pola makan konsumen, tercetuslah ide bisnis bolu kukus kalamansi dari tepung kulit pisang. Promosi produk akan dilakukan di minggu ke 2, 3 dan ke 4. Setelah promosi dilakukan cukup gencar, bulan ke-1 sampai ke-3 dilakukan produksi dan penjualan. Pada bulan ke-3 juga akan dilakukan evaluasi seputar kendala apa yang dihadapi.

b. Analisa Keuntungan

Keuntungan (laba) merupakan tujuan perusahaan, dimana dengan laba perusahaan dapat memperluas usahanya. Kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba merupakan salah satu petunjuk tentang kualitas manajemen serta operasi perusahaan tersebut yang berarti mencerminkan nilai perusahaan. Laba merupakan posisi dasar dan penting dari ikhtisar keuangan yang memiliki berbagai macam kegunaan dalam berbagai konteks,

pengertian laba itu sendiri merupakan selisih antara pengeluaran dan pemasukan. Laba perusahaan dalam hal ini dapat dilakukan sebagai ukuran dari efisiensi dan efektivitas dalam sebuah unit kerja dikarenakan tujuan utama dari pendirian perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang sebesar-sebesarnya dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, laba suatu perusahaan khususnya pada pusat laba atau unit usaha yang menjadikan laba sebagai tujuan utamanya merupakan alat yang baik untuk mengukur prestasi pimpinan atau manajer atau mengukur prestasi pimpinan atau dengan kata lain efisiensi dan efektivitas dari perusahaan dapat dilihat dari laba yang diraih unit tersebut.

Analisa keuntungan bertujuan untuk mengetahui suatu kondisi keuangan pada periode tertentu dalam jangka waktu tiga bulan atau enam bulan. Berikut adalah analisa keuntungan pembuatan produk olahan bolu kukus kalamansi tepung kulit pisang “Bokupang Kalamansi” selama 3 bulan :

- a. 1 bulan : 2 x 4 minggu = 8 kali produksi
- b. 2 bulan : 2 x 8 minggu = 16 kali produksi
- c. 3 bulan : 2 x 12 minggu = 24 kali produksi

Kapasitas produksi = 12 x 24 kali produksi
= 288 buah

Harga penjualan perbungkus = Rp. 5.000

Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa.²⁹

Hasil penjualan :

$$\begin{aligned} 3 \text{ Bulan} &= \text{Jumlah Produksi} \times \text{Harga Jual Per Buah} \\ &= 288 \text{ Buah} \times \text{Rp } 5.000 \\ &= \text{Rp } 1.440.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= \text{Hasil Penjualan} - \text{Biaya Produksi} \\ &= \text{Rp } 1.440.000 - \text{Rp } 954.000 \text{ (Pengeluaran selama 3 bulan)} \\ &= \text{Rp } 486.000 \end{aligned}$$

Dalam analisa keuntungan dengan modal awal sebesar Rp. 1.500.000 maka keuntungan yang didapatkan selama tiga bulan penjualan yaitu sebesar Rp. 486.000.

Dalam dunia jual beli atau perdagangan, ketentuan harga menjadi hal yang diutamakan. Dengan jelasnya harga suatu barang atau jasa, orang dapat memperkirakan dan mempersiapkan berapa jumlah uang yang harus dikeluarkan. Barang belum bisa diserahkan sebelum ada kesepakatan harga antara penjual dan pembeli. Terkadang harga jual harus mengikuti ketetapan harga pembeli atau sebaliknya. Ini hal yang biasa terjadi dalam masalah jual beli.

²⁹ Indriyo Gitosudarmo. 1999. *Manajemen Pemasaran*. BPFE : Yogyakarta.

Setiap perusahaan atau pabrik tidak sembarangan dalam menetapkan harga suatu barang. Ada aturan dan rumus tertentu yang disesuaikan dengan ongkos pembuatan barang. Harga juga berkaitan dengan kualitas barang atau jasa. Biasanya barang yang berkualitas tinggi akan lebih mahal harganya. Sebaliknya harga yang murah untuk barang yang kualitasnya agak rendah. Ketetapan harga tidak harus seperti ini. Persaingan dalam perdagangan telah membuat para pengusaha bersaing dalam harga untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya.³⁰

³⁰Fitri, Syawaliah Ida. 2006. *Berpikir dan Berprestasi*. Restu Agung : Jakarta

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Alat dan Bahan

1. Alat – alat :

- | | |
|------------------|---------------|
| 1. Mixer | 6. Kompor |
| 2. Blender | 7. Gas 3 Kg |
| 3. Loyang | 8. Pisau |
| 4. Nampan | 9. Spatula |
| 5. Dandang Kukus | 10. Timbangan |

2. Bahan Pembuatan Tepung :

1. Kulit Pisang Kepok
2. Natrium Trisulfat
3. Kapur Sirih

3. Bahan Pembuatan Bolu Kukus :

- | | |
|------------------|-----------------------------|
| 1. Tepung Pisang | 6. Keju |
| 2. Gula Pasir | 7. Sirup Jeruk
Kalamansi |
| 3. Telur | 8. Susu Kental
Manis |
| 4. Mesis | 9. Sp (Pengembang) |
| 5. Tepung Terigu | 10. Margarin |

B. Proses Pembuatan

1. Proses pembuatan Tepung Kulit Pisang :

- a. Cuci Kulit pisang dan siapkan baskom yang telah diberi larutan kapur sirih
- b. Potong kulit pisang kecil-kecil
- c. Rendam kulit pisang dalam larutan kapur sirih selama 1 jam untuk menghilangkan getah dari kulitnya.
- d. Setelah 1 jam tiriskan, kemudian rendam dalam larutan natrium trisulfat sebentar kemudian tiriskan, hal ini berguba untuk menghambat proses oksidasi pada kulit pisang
- e. Jemur kulit pisang dibawah sinar matahari kurang lebih 2 hari
- f. Setelah kering kadar airnya berkurang potongan kulit pisang dapat digiling maupun di blender
- g. Hasil penggilingan kemudian di ayak
- h. Tepung kulit pisang yang sudah di ayak kemudian dikemas.

Tabel 1.1 Karakteristik Tepung Kulit Pisang

No.	Parameter	Hasil Uji Karakteristik Tepung Kulit Pisang			
		Kepok	Uli	Raja	Raja
1	Bentuk	Serbuk	Serbuk	Serbuk	Serbuk

2	Bau	Normal	Normal	Normal	Normal
3	Rasa	-	-	-	Sedikit getir
4	Warna	Coklat	Coklat	Coklat	Coklat

Sumber : Djunaedi (2006)¹

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa bentuk tepung kulit pisang secara umum adalah srbuk, bau tepung kulit pisang adalah getir dan warna tepung kulit pisang adalah coklat. Bentuk serbuk merupakan bentuk umum tepung sehingga setiap bahan baku tepung diolah sedemikian rupa hingga mendapatkan bentuk serbuk. Pembuatan tepung kulit pisang dimulai dengan cara memotong kulit pisang kecil-kecil dengan ukuran kurang lebih 1 cm x 0,5 cm dengan pisau atau alat pengiris. Kemudian direndam dalam larutan natrium trisulfat dan garam selama 1 jam, setelah itu ditiriskan. Proses pengolahan tepung kulit uah pisang dimulai dari pengeringan kulit menggunakan oven 60°C sampai kulit mengering sehingga hasil akhir yang didapat berupa tepung yang kering. Setelah kering atau kadar air kurang dari 14 persen, potongan kulit buah dapat dihancurkan dengan menggunakan *hammer mill* atau ditumbuk. Hasil penggilingan kemudian diayak, tepung kulit buah yang lolos dari ayakan dikemas dalam kemasan.²

¹ Djunaedi, E. (2006). *Pemanfaatan Limbah Kulit Pisang Sebagai Sumber Pangan Alternatif dalam Pembuatan Cookies*. Program Studi Kimia Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Pakuan.

Karakter bau tepung kulit pisang adalah normal bau khas pisang artinya bau kulit pisang tidak seperti bau tepung terigu. Hal ini karena karakteristik bau tepung kulit merupakan identitas dari tepung. Disamping itu, proses pengolahan tepung kulit pisang yang dilakukan mampu menyimpan aroma khas dari pisang, sehingga menghasilkan aroma pisang pada tepung kulit pisang yang dihasilkan.³

Karakter rasa tepung kulit pisang sedikit getir. Hal ini mungkin disebabkan oleh kandungan fitokimia seperti saponin yang terdapat dalam kulit pisang. Saponin adalah rasa pahit atau getir. Saponin bila dikocok akan membuih. Kemampuan menurunkan tegangan permukaan disebabkan oleh molekul saponin terdiri dari hidrofor dan hidrofil. Bagian hidrofor adalah aglikonya, bagian hidrofil adalah glikonnya. Sebagian besar saponin bereaksi netral (larutan dalam air), beberapa ada yang bereaksi asam (sukar larut dalam air), sebagian kecil ada yang bereaksi basa. Aglikon saponin disebut sapogenin . sapogenin sukar larut dalam air. Saponin dapat berupa senyawa yang

² PKKP BKP. (2011). *Membuat Tepung dari Kulit Pisang*. Pusat Penganekaragaman Konsumsi dan Keamanan Pangan Badan Ketahanan Pangan Republik Indonesia. Diakses pada 4 November 2021. <http://pusat-pkb.bkp.pertanian.go.id/berita-205-membuat-tepung-dari-kulit-pisang.html>.

³ Aryani, T. dkk, (2018). Efektivitas Pengolahan Limbah Kulit Pisang Menjadi Donat Ditinjau dari Analisis Fitokimia, Proksimat dan Organoleptik. *Laporan Penelitian Hibah Penelitian Dosen Pemula DIKTI 2018 Universitas Aisyiyah Yogyakarta : Yogyakarta*.

mempunyai satu rantai gula atau dua rantai gula yang sebagian besar bercabang.⁴

Karakter warna tepung kulit menunjukkan bahwa warna tepung kulit pisang adalah coklat. Warna coklat yang dihasilkan dari tepung pisang merupakan efek dari reaksi pencoklatan oleh pengaruh enzim yang terdapat dalam dari reaksi *browning*. Hal ini disebabkan oksidasi dengan udara sehingga terbentuk reaksi pencoklatan oleh pengaruh enzim yang terdapat dalam bahan tersebut (*browning enzymatic*). Pencoklatan karena enzim merupakan reaksi antara oksigen dan suatu senyawa fenol yang dikatalis oleh polifenol oksidase. Enzim tersebut dapat mengkatalis oksidasi senyawa fenol menjadi pigmen melaniadin yang berwarna coklat.⁵

Proses pembuatan Bolu Kukus Kalamansi :

- a. Panaskan oven sekitar 15 menit kemudian siapkan semua bahan
- b. Siapkan mixer dan wadah kemudian kocok telur, sp dan gula hingga putih mengental selama kurang lebih 10-15 menit.
- c. Masukkan tepung kulit pisang dan terigu sedikit-sedikit kemudian mixer lagi.

⁴Sirait, M. (2007). *Penuntun Fitokimia dalam Farmasi*. Bandung : Penerbit ITB.

⁵Mardiah E. (1996). Penentuan aktivitas dan inhibisi enzim polifenol oksidase dari apel (*Pyrus malus* Linn) *Jurnal Kimia Andalas*.

- d. Masukkan margarin yang sudah dicairkan dan sirup jeruk kalamansi mixer hingga rata lalu matikan
- e. Siapkan Loyang yang telah diolesi minyak atau diberi kertas roti sebelumnya
- f. Tuang adonan kedalam loyang ratakan dan hentakkan
- g. Kukus sekitar ± 45 menit dan tutup bagian atas loyang dengan lap kain bersih
- h. Setelah matang dinginkan sebentar
- i. Potong dan hias bolu sesuai selera
- j. Bolu siap dikemas dan dipasarkan

C. Proses Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rencana tindakan yang hendak diikuti oleh manajer pemasaran. Rencana tindakan ini didasarkan atas analisa situasi dan tujuan perusahaan. Dalam merencanakan strategi pemasaran, manajer pemasaran haruslah mengambil keputusan mengenai bagaimana akan menggunakan alat-alat pemasaran yang dimilikinya untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. ada dua tipe faktor yang dihadapi manajer pemasaran dalam strategi perencanaanya yaitu :

- a. Faktor yang dapat dikendalikan (*controllable*) misalnya, manajer dapat memutuskan apakah memakai iklan atau tidak, berapa banyak dan apa jenisnya.

Manajer harus pula mengambil keputusan yang sama untuk gars produk, distribusi, harga promosi penjualan, dan penggunaan penjualan perorangan (*personal selling*). Manajer harus dapat menyusun ini kedalam suatu program pemasaran yang menyeluruh dengan cara-cara yang tak terbatas jumlahnya. Faktor yang dapat dikendalikan dalam strategi pemasaran adalah :

1. Produk

Produk adalah salah satu faktor terpenting yang dapat dikendalikan oleh manajer pemasaran dan dalam banyak hal merupakan alat yang efektif bagi manajer pemasaran. Produk itu dapat diubah dengan berbagai cara untuk meningkatkan tercapainya sasaran pemasaran. Produk dapat diubah kualitasnya, ukurannya, bentuknya, warnanya, variasinya, dan lain-lain.

2. Distribusi

Distribusi berkenaan dengan tersediannya produk, dimana konsumen dari pasar sasaran bisa membelinya, sehingga pembeli akan mudah menemukan.

3. Harga

Harga yang ditawarkan untuk suatu produk adalah faktor yang dapat dikendalikan dalam batas-batas tertentu. Seorang penjual dapat memilih untuk

bersaing dalam harga dan menetapkan harganya lebih rendah dari harga pesaingnya. Harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga memiliki persepsi yang berbeda-beda menurut pandangan setiap orang dalam menentukan keputusan pembelian.⁶

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada suatu produk atau layanan jasa. Artinya bahwa harga merupakan jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk atau jasa.⁷

Promosi

Promosi merupakan aspek penting dalam pengembangan dan penjualan produk. Promosi penjualan merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang percobaan dari konsumen,

⁶ Huda, Nurul dan Mustafa Edwin Nasution, *Investasi Pada Pasar Modal Syariah Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana, 2014.

meningkatkan permintaan konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.⁸

Promosi merupakan sebuah bentuk dari usaha untuk memperkenalkan produk kita kepada orang lain. Jika kita melakukan promosi dengan strategi yang baik dan benar maka berpengaruh pada konsumen untuk menarik minat pembeli dan melakukan keputusan pembelian hingga ia merasakan bahwa konsumen tersebut puas terhadap produk kita sehingga produsen atau distributor mengalami tingkat penjualan (volume penjualan) pada produksinya.⁹

Promosi merupakan salah satu variabel *marketing mix* yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan sebagai “proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan lanjutan yaitu arus informasi persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran didalam pemasaran.¹⁰

⁷Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga

⁸*American marketing association (ASA)*. 2002

⁹ Kotler Philips, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga, 2008) h. 172

¹⁰Swasta, Basu dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat Yogyakarta : Penerbit BPFE, 2004, hlm. 220

Tingkat adaptasi akan terjadi pada konsumen jika promosi penjualan dilakukan terlalu sering. Konsumen akan terbiasa dengan promosi penjualan sehingga respon terhadap kegiatan promosi penjualan akan cenderung sama dengan respon terhadap kegiatan yang bukan promosi penjualan. Sedangkan tingkat ambang batas (*threshold level*) merupakan batas konsumen akan mempunyai respon terhadap suatu aktivitas tertentu. Tingkat ambang batas dibutuhkan untuk dapat menarik perhatian konsumen semakin tinggi jika promosi penjualan dilakukan terus-menerus.

Tujuan promosi sebagai berikut¹¹ :

- a. Menarik para pembeli
- b. Memberi hadiah atau penghargaan kepada konsumen atau pelanggan lama
- c. Meningkatkan daya pembelian ulang dari konsumen lama
- d. Menghindarkan konsumen lari ke merk lain
- e. Mempopulerkan loyalitas
- f. Meningkatkan volume penjualan jangka pendek dalam rangka memperluas “*market share*” jangka panjang

Untuk mempromosikan produk Bokupang Kalamansi ini dilakukan beberapa langkah promosi

¹¹ Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2014. hlm. 95

seperti bentuk promosi yang dilakukan untuk mengenalkan produk kepada masyarakat dan meningkatkan omset penjualan adalah dengan mempromosikannya kepada konsumen kami akan membuat *icon* menggunakan aplikasi media sosial seperti *instagram*, *whatsapp*, *facebook*, untuk memudahkan konsumen memesan produk, distribusi dan promosi produk bolu kukus tepung kulit pisang serta membagikan brosur dan *personal selling*

4. Pendistribusian produk kepada konsumen dilakukan dengan cara :
 - a. Menawarkan secara langsung kepada konsumen dan bekerja sama dengan toko atau perorangan di sekitar tempat tinggal serta membagikan brosur dan *personal selling*.
 - b. Secara tidak langsung yaitu dengan menitipkan makanan ke kios-kios pedagang pasar dan warung-warung sekitar yang letaknya strategis sehingga banyak pengunjung yang dapat mengetahui produk kami karena area pemasarannya tersebar.
 - c. Secara online yaitu menggunakan media sosial seperti *instagram*, *whatsapp*, *facebook*, dan toko *online shop* untuk memudahkan konsumen memesan produk.
- b.** Faktor yang tidak dapat dikendalikan (*uncontrollable*) yaitu yang terdapat dalam lingkungan dimana strateginya

itu haruslah dilaksanakan. Contohnya manajer dihadapkan pada ciri-ciri tertentu dari permintaan (*demand*) yang terdapat dipasar. Strateginya haruslah sesuai dengan permintaan ini kalau tidak manajer tidak akan berhasil. Faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan dalam strategi pemasaran adalah

1. Permintaan (*demand*)

Permintaan akan barang dan jasa pada dasarnya tidaklah diciptakan oleh aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh penjual. Permintaan itu sendiri adalah hasil dari kebutuhan dan sasaran konsumen. Strategi pemasaran dapat digunakan untuk mengubah permintaan yang terpendam itu menjadi permintaan efektif dengan menawarkan suatu produk atau jasa-jasa dengan cara yang sesuai dengan kekuatan permintaan yang terpendam.

2. Persaingan

Keadaan persaingan sekarang, perkiraan persaingan di masa depan dan antisipasi tindakan pembalasan dari pihak saingannya, tentulah akan mempengaruhi perencanaan strategi pemasaran. Jika seorang saingan memakai suatu strategi pemasaran tertentu, ini mungkin menunjukkan bahwa untuk mengubah strategi sendiri untuk menghindari konfrontasi langsung dipasar.

3. Struktur distribusi

Kebanyakan para penjual harus mencapai pasar untuk produk mereka, melalui struktur distribusi yang sudah ada.

4. Hukum pemasaran

Banyak hambatan hukum yang telah dikenakan terhadap para penjual, demi untuk melindungi kepentingan masyarakat. Misalnya seorang penjual mungkin memutuskan akan menjual produknya kepada masing-masing segmen pasar tersebut.

5. Biaya non-pemasaran.

Dalam merencanakan strategi pemasaran, biaya-biaya non pemasaran seperti biaya produksi, dan umum (*overhead*) juga menimbulkan keterbatasan pada strategi yang dapat direncanakan.

Strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh perusahaan yang menerapkan strategi produk diferensiasi agar senantiasa memiliki keunggulan bersaing di pasar dapat dilakukan dengan melakukan pilihan terhadap strategi berikut :

a. Diferensiasi Produk

Kreativitas yang tinggi dalam menciptakan keunikan produk yang lebih menarik, sejuk, aman, nyaman, menyenangkan, karyawan yang ramah, terampil,

berwawasan, dan mampu mewujudkan dalam keseharian sehingga lebih diminati oleh konsumen dibandingkan dengan produk pesaing lainnya.

b. Diferensiasi Kualitas Pelayanan

Kreativitas yang tinggi mengharmoniskan unsur-unsur *marketing mix* : *product, place, price, promotion, packaging, programming partnership* sehingga kualitas jasa yang dirasakan oleh konsumen melebihi harapan.

c. Diferensiasi Citra

Citra identik dengan atribut adalah sebuah karakteristik, yang khusus atau pembeda dari penampilan seseorang atau benda. Diferensiasi citra adalah bauran yang tepat dari elemen pencitraan, yang harus membangun, memaksimalkan, memanfaatkan, dan mengeksplorasi kekuatan dan kelemahan setiap elemen citra untuk memastikan bahwa mereka itu memiliki prospek yang baik secara terus-menerus.

D. Analisis Peluang Usaha

Peluang usaha berasal dari kata bahasa inggris yaitu *opportunity* yang berarti sebuah atau beberapa kesempatan yang muncul dari sebuah kejadian. Peluang usaha merupakan sesuatu yang dimulai dari ide atau hasil pemikiran bisnis kemudian membangun bisnis berdasarkan potensi dari konsumen. Dengan kata lain, peluang usaha dimulai dari ide bisnis yang potensial bagi

pelanggan yang selanjutnya dikembangkan menjadi suatu usaha

Ada dua faktor yang menjadi pengaruh terhadap munculnya inspirasi peluang usaha, yakni:

1. Faktor Internal, adalah faktor yang bersumber dari dalam/diri sendiri antara lain:
 - a. Wawasan atau pengetahuan yang ada pada diri sendiri
 - b. Pengalaman pada dunia bisnis atau usaha
 - c. kemampuan ketika menyelesaikan suatu masalah
 - d. Kemampuan terhadap sesuatu atau situasi kondisi
2. Faktor eksternal adalah faktor yang bersumber dari luar antara lain:
 - a. Masalah yang muncul dan dihadapi dan belum terselesaikan
 - b. Kesulitan dalam mencari solusi masalah
 - c. Pemikiran yang baik untuk membuat sesuatu yang baru dari suatu kondisi
 - d. Keperluan yang belum tercapai atau terpenuhi untuk diri sendiri ataupun orang lain.

Adapun peluang usaha dari produk Bolu Kukus Kalamansi yaitu :

1. Peluang usaha :

- a. Bahan-bahan yang digunakan sangat mudah didapat
 - b. Proses pembuatan mudah walaupun memakan waktu yang lama.
 - c. Pemasaran dapat dilakukan hari apa saja maupun saat hari besar
 - d. Dapat dijadikan ciri khas oleh-oleh Bengkulu
 - e. Memiliki nilai jual yang bagus
2. Tantangan usaha :

Adanya daya saing dengan pengusaha bolu yang lain maka dari itu produk mampu bersaing dengan produk lainnya di pasaran. Dengan mika berbentuk segitiga yang terlihat unik untuk menarik perhatian konsumen.

Analisis SWOT adalah analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (*Strenght, Weakness, Opportunity, and Threat*). Analisis SWOT merupakan penetapan yang bersifat terstruktur dari faktor kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman lingkungan luar strategi yang menyajikan gabungan terbaik di antara keempatnya.¹²

Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan

¹²Hamali, Arif Yusuf. "Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan" Jakarta : Prenadamedia Group. 2016. hlm 107.

dihadapi oleh perusahaan. Dengan melihat kekuatan yang dimiliki serta mengembangkan kekuatan tersebut dapat dipastikan bahwa perusahaan akan lebih maju dibanding pesaing yang ada. Demikian juga dengan kelemahan yang dimiliki harus diperbaiki agar perusahaan bisa tetap eksis. Peluang yang ada harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh perusahaan agar volume penjualan dapat meningkat. Dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan haruslah dihadapi dengan mengembangkan strategi pemasaran yang baik.

SWOT digunakan untuk tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh karenanya diharapkan lebih mudah tercapai. SWOT adalah singkatan dari kata-kata *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (hambatan). Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strength* dan *Weakness* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang dan Ancaman dan faktor internal Kekuatan dan Kelemahan.

Analisis SWOT merupakan evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman

disebut analisis SWOT.¹³ Analisis SWOT mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Thearts*).

Adapun analisis SWOT usaha ini sebagai berikut

:

Tabel 1.2 Analisis SWOT

	(S) <i>Strenghts</i> :	(W) <i>Weakness</i> :
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan jajanan praktis yang enak namun sehat karena tidak menggunakan bahan tambahan 2. Bolu kukus yang unik karena menggunakan tepung kulit pisang yang masih jarang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produknya baru dan belum banyak dikenal sehingga perlu promosi lebih gencar 2. Bahan bolu kukus tidak kuat lama sehingga produksi dan penjualan tidak boleh terlalu lama jedanya.

¹³ Philip, Kotler, 2008, Manajemen Pemasaran, terjemahan Hendra Teguh, edisi kedua, cetakan kedua, Penerbit : Prenhalindo, Jakarta

	<p>dipakai</p> <p>3. Belum ada usaha sejenis di dekat kampus dan sekitarnya tersebut</p>	<p>3. Orang terbiasa dengan tekstur bolu kukus yang menggunakan tepung terigu</p>
<p>(O)Oppoturnities</p> <p>:</p> <p>1. Dapat membuka cabang lain saat usaha sudah stabil</p> <p>2. Bolu kukus yang tidak mneggunkakan bahan pangan masih sedikit</p> <p>3. Penggunaan tepung kulit pisang bukan tepung biasa</p> <p>4. Bolu kukus</p>	<p>SO(Strenght Opportunities)</p> <p>1. Mengangkat aspek kandungan gizi dan tidak asanya penggunaan</p> <p>2. Mempromosikan dan menjual produk ini di berbagai tempat yang ramai dikunjungi</p> <p>3. Mengangkat aspek kelebihan tepung kulit pisang dibanding tepung terigu.</p> <p>4. Mengangkat aspek diversifikasi pangan berbahan dasar lokal</p>	<p>WO(Weakness Oppoturnities)</p> <p>1. Menjadikan karakteristik tepung kulit pisang yang berbeda dari tepung terigu sebagai ciri khas produk.</p> <p>2. Menjelaskan kepada konsumen bahwa produk ini seluruhnya berbahan dasar alami sehingga harus segera dikonsumsi</p>

<p>merupakan jajan praktis yang banyak peminatnya.</p>		
<p>(T) Threats :</p> <p>1. Masyarakat biasa membeli bolu kukus di tempat yang sudah dikenalnya</p>	<p>ST(Strenght Threats)</p> <p>1. Konsep pemasaran promosi, serta logo yang mneraik akan menambha daya pikat produk ini.</p> <p>2. Menjaga konsistenan produk untuk mendapatkan loyalitas pelanggan</p>	<p>WT (Weakness Strenght)</p> <p>1. Mengenalkan tepung kulit pisang baik secara langsung melalui <i>direct selling</i> maupun media sosial seperti <i>facebook</i>, <i>instagram</i>, dan <i>whatsapp</i></p> <p>2. Menjelaskan kepada masyarakat bahwa penggunaan tepung kulit pisang lebih baik dibandingkan tepung terigu</p> <p>3. Meningkatkan inovasi produk dengan menambah varian rasa bolu kukus dengan buah</p>

		lokal yang disukai masyarakat.
--	--	--------------------------------

BAB IV

ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

A. Anggaran Biaya

Anggaran biaya merupakan suatu rencana kerja jangka pendek yang disusun berdasarkan rencana kegiatan jangka panjang yang ditetapkan dalam proses penyusunan program.¹ Anggaran biaya meliputi biaya peralatan sampai dengan biaya tahap pelaksanaan agar dapat mengetahui alokasi dana yang digunakan supaya dapat mencapai tujuan bersama.

Biaya dapat dibedakan menjadi tiga konsep yang berbeda yaitu, biaya alternatif (*opportunity cost*), biaya akuntansi (*accounting cost*), dan biaya ekonomi (*economic cost*). Biaya merupakan sumber daya pembayaran yang diperlukan supaya sumber-sumber daya tersebut pada penggunaannya yang sekarang.

Anggaran merupakan alat akuntansi yang dapat membantu pimpinan perusahaan dalam merencanakan dan mengendalikan operasi perusahaan. Anggaran memperlihatkan bagaimana sumber daya yang diharapkan

¹Rosidah, Euis, Cipi Krisnandi. *Peranan Anggaran Produksi Dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Biaya Produksi*” Jurnal Akuntansi FE Unsil, Vol. 3, No. I, 2008

² Nafarin, M. 2007. *Penganggaran Perusahaan*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat

³ Garrison, Noreen, dan Brewer. 2007. *Akuntansi Manajerial*. Edisi ke-11. Jakarta : Salemba Empat.

akan diperoleh dan dipakai selama periode waktu tertentu. Anggaran juga digunakan untuk mengarahkan suatu kegiatan dan juga sebagai alat perbandingan dalam mengukur hasil pelaksanaan kegiatan, sehingga proses pelaksanaan terkendali.²

Anggaran adalah rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu dan umumnya dinyatakan dalam satuan uang.³ Anggaran adalah rencana terperinci tentang perolehan dan penggunaan sumber daya keuangan dan sumber daya lainnya selama suatu periode waktu tertentu.⁴

Anggaran adalah rencana kerja organisasi di masa mendatang yang diwujudkan dalam bentuk kuantitatif, formal, dan sistematis. Dari beberapa definisi yang dikemukakan dapat disimpulkan bahwa Anggaran merupakan rencana yang dilaksanakan oleh suatu organisasi untuk masa yang akan datang dalam jangka waktu tertentu dan dinyatakan dalam satuan uang.

1. Karakteristik anggaran publik terdiri dari⁵ :
 - a. Anggaran yang dinyatakan dalam satuan keuangan dan satuan nonkeuangan.

⁴ Rudianto (2009). Pengantar akuntansi. Jakarta: Penerbit Erlangga.

⁵ Bastian, Indra. 2010. Akuntansi Sektor Publik Suatu Pengantar Edisi Ketiga. Penerbit Erlangga : Jakarta

⁶ Ibid

- b. Anggaran yang umumnya mencakup jangka waktu tertentu, yaitu satu atau beberapa tahun.
 - c. Anggaran yang berisi komitmen atau kesanggupan manajemen untuk mencapai sasaran yang ditetapkan
 - d. Usulan anggaran yang ditelaah dan disetujui oleh pihak berwenang yang lebih tinggi dari penyusun anggaran.
 - e. Anggaran yang telah disusun hanya dapat diubah dalam kondisi tertentu.
2. Jenis-jenis Anggaran⁶ :

a. Anggaran Operasional

Anggaran operasional adalah rencana kerja perusahaan yang mencakup semua kegiatan utama perusahaan dalam memperoleh pendapatan di dalam suatu periode tertentu. Karena itu, anggaran operasional mencakup :

1. Anggaran Pendapatan

Anggaran pendapatan merupakan rencana yang dibuat perusahaan untuk memperoleh pendapatan pada kurun waktu tertentu.

2. Anggaran Biaya

Anggaran biaya merupakan rencana biaya yang akan dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh pendapatan yang direncanakan. Anggaran biaya dapat dikelompokkan menjadi:

- a. Anggaran biaya tenaga kerja langsung adalah rencana besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar biaya tenaga kerja yang terlibat secara langsung di dalam proses produksi dalam suatu periode tertentu di masa mendatang.
- b. Anggaran biaya overhead adalah rencana besarnya biaya produksi di luar biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- c. Anggaran biaya pemasaran adalah rencana tentang besarnya biaya distribusi yang akan dikeluarkan perusahaan untuk mendistribusikan produknya.
- d. Anggaran biaya administrasi dan umum adalah biaya yang direncanakan untuk operasi kantor administratif di dalam suatu periode tertentu di masa mendatang.

3. Anggaran Laba

Anggaran laba adalah besarnya laba yang ingin diperoleh perusahaan di dalam suatu periode tertentu di masa mendatang. Anggaran laba sebenarnya merupakan gabungan dari anggaran pendapatan dan anggaran biaya.

3. Tujuan anggaran adalah sebagai berikut⁷ :
1. Digunakan sebagai landasan yuridis formal dalam memilih sumber dari investasi dana
 2. Memberikan batasan atas jumlah dana yang dicari dan digunakan.
 3. Merinci sumber dana yang dicari maupun jenis investasi dana, sehingga dapat memudahkan pengawasan
 4. Merasionalkan sumber dan investasi dana agar dapat mencapai hasil yang maksimal
 5. Menyempurnakan rencana yang telah disusun, karena dengan anggaran lebih jelas dan nyata terlihat
 6. Menampung dan menganalisis serta memutuskan setiap usulan yang berkaitan dengan keuangan.

Tabel 1.3 Anggaran Biaya

No.	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga (Rp)	
A	Biaya Peralatan			
	Tabung Gas	2 buah	Rp. 85.000	Rp. 170.000

⁷ Nafarin, M. 2007. Penganggaran Perusahaan. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat

	Cetakan Bolu	2 buah	Rp. 25.000	Rp. 50.000
	Mixer	1 buah	Rp. 250.000	Rp. 250.000
	Blender	1 buah	Rp. 150.000	Rp. 150.000
	Jumlah			Rp. 620.000
B	Tahap Pelaksanaan (Biaya Habis Pakai)			
	Telur	3 Karpet	Rp. 25.000	Rp. 75.000
	Gula	10 kg	Rp. 12.000	Rp. 120.000
	Terigu	10 kg	Rp. 8.000	Rp. 80.000
	Susu Kental Manis	5 kaleng	Rp. 12.000	Rp. 60.000
	Sirup Kalamansi 250 ml	10 botol	Rp. 12.000	Rp. 120.000
	Sp (Pembang))	5 bungkus	Rp. 2.000	Rp. 10.000

	Margarin	5 kg	Rp. 5.000	Rp. 25.000
	Mesis	2 kg	Rp. 15.000	Rp. 30.000
	Keju	10 batang	Rp. 5.000	Rp. 50.000
	Plastik pembungkus	10 bungkus	Rp. 5.000	Rp. 50.000
	Mika ukuran small (s) isi 25 pcs	8 bungkus	Rp. 15.000	Rp. 120.000
	Jumlah			Rp. 740.000
C	Akomodasi			
	Transportasi	-	Rp. 240.000	Rp. 240.000
	Isi ulang gas	10 kali	Rp. 23.000	Rp. 230.000
	Listrik & Air	3 bulan	Rp. 300.000	Rp. 300.000
	Jumlah			Rp.770.000

D	Biaya lain-lain			
	Biaya tak terduga	-	Rp. 100.000	Rp. 100.000
	Print	90 lembar	Rp. 1.000	Rp. 90.000
	Fotocopy	120 lembar	Rp. 5.000	Rp. 60.000
	Pembuatan brosur	50 lembar	Rp. 3.000	Rp. 130.000
	Jumlah			Rp. 380.000
	TOTAL BIAYA (A-D)			Rp. 2.510.000

Pada rincian anggaran biaya diatas merupakan biaya dan bahan yang dipakai dalam melakukan kegiatan unuk biaya peralatan manghabiskan sebesar Rp. 620.000. untuk biaya habis pakai menghabiskan sebesar Rp. 740.000 edangkan biaya akomodasi menghabiskan Rp. 770.000, untuk biaya yang terduga dan lainnya menghabiskan sebesar Rp. 380.000 jadi total seluruh biaya ditas sebesar Rp. 2.510.000 untuk Program Kreativitas Mahasiswa yaitu pembuatan bolu kukus

kalamansi dalam jangka waktu kurang lebih 3 bulan. Ada beberapa bahan yang awal mulanya sebagai bahan pelengkap untuk produksi.

B. Jadwal Kegiatan

Jadwal didefinisikan sebagai sesuatu yang menjelaskan di mana dan kapan orang-orang dan sumber daya berada pada suatu waktu. Jadwal kegiatan dalam jangka waktu 3 bulan dimulai dari persiapan program dimulai dengan survei pasar, dilakukan dengan cara survei dari pasar ke pasar untuk mengetahui peluang/prospek bolu kukus tepung kulit pisang ini di pasaran. Jadwal kegiatan ini menjadi pedoman bagi anggota panitia tentang kegiatan untuk membantu evaluasi selama proses kegiatan berlangsung. dari awal kegiatan sampai evaluasi akhir dan laporan akhir dari kegiatan yang telah berlangsung.

Tabel 1.4 Jadwal Kegiatan

No.	Jenis Kegiatan	Bulan ke-1				Bulan ke-2				Bulan ke-3			
1	Persiapan program												
2	Pengadaan alat dan Bahan												
3	Promosi												
4	Produksi karya												
5	Pemasaran												

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 merupakan suatu kegiatan atau usaha untuk menambah atau menciptakan kegunaan barangbarang/bahan-bahan tersebut. Untuk berhasilnya suatu usaha atau kegiatan produksi perlu dilaksanakan melalui sistem produksi yaitu dengan kegiatan mentransformasikan faktor-faktor produksi seperti dana (*money*), mesin (*machines*), bahan (*material*), dan manusia (*man*) yang dikombinasikan dan diatur sedemikian rupa dengan metode dan skills sehingga dapat mengubah dan menciptakan barang/bahan yang mempunyai kegunaan yang lebih besar dari bentuk semula. Produk adalah perwujudan yang paling jelas dari pertemuan antara pemasaran dan produksi. Tidak cukup hanya konsumen membutuhkan produk tersebut , tetapi organisasi harus mampu memproduksinya. Karena itu perlu dicapai persesuaian antara semua fungsi-fungsi bisnis atas masalah-masalah seperti : prestasi, estetika,

kualitas, keberandalan, kuantitas, harga jual atau biaya produksi, tanggal dan waktu penyerahan. Dalam mencapai kesepakatan tentang hal-hal tersebut, pengetahuan atas faktor-faktor ekstern harus diambil, seperti kebutuhan pasar dan budaya yang berlaku, pembatasan hukum dan permintaan lingkungan. Produksi selama program ini berlangsung akan dilakukan di rumah salah satu anggota kelompok di Bedengan Biru Jl. Telaga Dewa Raya Selama program ini berlangsung, produksi akan dilakukan selama dua bulan. produksi dilakukan sebanyak dua kali dalam satu minggu, yaitu setiap hari Kamis dan Minggu pukul 09.00-15.00 WIB.

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.⁸

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa

⁸Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabet, 2012), hal 5.

⁹ Kharisma, dkk. 2016. Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI. (Bandung: Jurnal Tidak Diterbitkan)

¹⁰ Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.

¹¹ Stanton, William J dan Futrell, Charles. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchori Alma. Jakarta: Erlangga.

yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dari pihak lain.⁹ Pemasaran bukanlah semata-mata kegiatan menjual produk dan jasa, namun didalam pemasaran harus ada kerjasama yang baik antar bagian agar tercapai pemasaran yang efektif.¹⁰ mengidentifikasi pemasaran sebagai suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran adalah salah satu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.¹¹ Berdasarkan definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah salah satu kegiatan usaha untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa agar mencapai tujuan organisasi dan dapat diterima serta disenangi oleh konsumen.

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 dapat 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 bias memperbaiki rasa maupaun 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. Promosi merupakan media untuk mengenalkan suatu produk barang dan jasa yang baru untuk memperkuat suatu produk sebelumnya. Promis dapat diartikan sebagai suatu

komunikasi dan suatu cara untuk melihat keseluruhan proses pemasaran dari sudut pandang penerima.¹²

Promosi merupakan sebuah bentuk dari usaha untuk memperkenalkan produk kita kepada orang lain. Jika kita melakukan promosi dengan strategi yang baik dan benar maka berpengaruh pada konsumen untuk menarik minat beli dan melakukan keputusan pembelian sehingga ia merasakan bahwa konsumen tersebut puas terhadap produk kita sehingga produsen dan distributor mengalami tingkat penjualan pada produknya.

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.
 1. Ketua : Muhammad Egi Whidyanto
 - a. Membuat konsep dan menandatangani proposal, mengurus perizinan usaha
 - b. Mengkoordinir jalannya suatu pekerjaan semua proses
 - c. Memantau kegiatan yang dilaksanakan oleh anggota

¹²Kotler Philip, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga 2008. h. 172

- d. Mengarahkan tugas secara umum yang dilaksanakan anggota.
 - e. Berperan penting dalam promosi dan pemasaran usaha.
2. Anggota : Ria Karunia
- 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.
 - f. Mendata dan mencatat semua peralatan yang dibutuhkan saat proses berlangsung.

BAB V

HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN

A. Hasil yang Dicapai

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini dilakukan dari bulan September 2021 hingga bulan Januari 2022 yang dimulai dari perencanaan, produksi hingga pemasaran. Pada perencanaan hasil yang dicapai merupakan rencana pembuatan produk tepung kulit pisang yang kemudian dibuat bolu kukus kalamansi yang sebelumnya telah dibuat rincian alat dan bahan. Setelah itu tahap selanjutnya menentukan lokasi produksi sekaligus pemasaran. Lokasi usaha dilaksanakan di dekat Kampus UINFAS Bengkulu tepatnya di Bedengan Biru Jl.Telaga Dewa Raya, RT : 14 RW : 03 Kelurahan Pagar Dewa, Kecamatan Selebar Kota Bengkulu.

Pada kegiatan produksi hasil yang telah dicapai terciptalah dua produk yaitu tepung dari limbah kulit pisang kemudian dari tepung di buat makanan yaitu bolu kukus yang dipadukan dengan sirup kalamansi yang memiliki cita rasa yang khas. Untuk tahap pembuatan bolu kukuskulit pisang kalamansi ini memerlukan waktu yang lumayan terutama dalam pembuatan tepung dari kulit pisang. Awal mula pembuatan bolu kukus kulit pisang ini mengalami kegagalan dimana terlalu banyak

sirup sehingga bolu menjadi terlalu masam dan pembuatan bolu yang tidak mengembang sehingga olahan masih terasa mentah walau sudah memakan waktu yang lama pada proses pembuatannya. Produksi yang kedua sari jeruk kalamansi masih kurang terasa dan bolunyahpun masih tidak mengembang. Untuk produksi selanjutnya sudah diproduksi sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Selanjutnya proses pengemasan yang membutuhkan kreativitas dari tim untuk menentukan kemasan yang cocok untuk produk. Pada awalnya kemasan produk ini menggunakan toples mini seperti tempat *dessert* dan salad buah namun jika menggunakan toples akan memakan tempat. Maka dengan kesepakatan bersama kami menggunakan mika mini yang berbentuk segitiga agar tampilannya lebih mewah dan unik supaya bias menarik perhatian dari konsumen. Pada pemesanan dari konsumen, pengantaran produk dilakukan dengan bayar ditempat atau COD (*cash delivery order*). Pemasaran ini dilakukan selama tiga bulan dan produksi disesuaikan berdasarkan pemasaran. Produk ini dijual dengan harga Rp. 5.000 – 35.000 sesuai ukuran yang di inginkan.

B. Kegiatan pelatihan P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga

Produk Industri Rumah Tangga atau (PIRT) adalah sertifikasi perizinan bagi industri yang memproduksi makanan dan minuman dengan skala rumahan. 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.¹ Kegiatan diadakan oleh Dinas Kesehatan pada 16 Desember 2021 di Hotel *Adeeva And Convention* Bengkulu yang bertempat di Pantai Panjang, Jl. Pariwisata, Nusa Indah, Kec. Ratu Agung, Kota Bengkulu diikuti oleh Ria Karunia sebagai peserta penyuluhan keamanan pangan dengan narasumber dari Kepala Dinas Kesehatan yaitu, Bapak Dr. Hairul Arifin, dari Label Halal yaitu bapak Edwar Suharnas dan bagian Bidang Pelayanan SDK Dinas Kesehatan Ibu Ganevi S.Kep dan Ibu dr. Dessy Noermadaningsih. Sumber dana pelatihan ini diperoleh dari anggota kelompok Bolu Kukus Kulit Pisang Kalamansi. Materi yang disampaikan sebagai berikut :

1. Mengisi Syarat Pendaftaran PIRT
 - a. Melengkapi struktur pendaftaran Konseling Keamanan Pangan
 - b. Mengumpulkan Fotocopy KTP serta Foto 3x4 dan 4x6
 - c. Mengikuti pelatihan yang diadakan sampai selesai

¹Trias, "Apa Itu PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)" dikutip dari <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2020/12/04/apa-itu-pirt/>

Pengajuan PIRT ini bias langsung ke Dinas Kesehatan setempat izin tersebut bisa jadi penjamin dan barang bukti bahwa produk pelaku UMKM layak dan aman dikonsumsi. Dengan SPP-IRT, pelaku UMKM bisa dengan tenang memproduksi produk dan menjualnya secara luas.

2. Produk PIRT

Jenis pangan yang tidak dapat memperoleh PIRT yaitu jenis makanan yang diproses dengan sterilisasi komersial atau pasteurisasi, pangan yang diproses dengan pembekuan (*frozen food*) yang penyimpanannya memerlukan lemari pembeku, pangan olahan asal hewan yang disimpan dingin/beku, pangan diet khusus dan pangan keperluan medis khusus, antara lain MP-ASI, booster ASI, formula bayi, formula lanjutan, dan pangan untuk penderita diabetes. Dalam Pelatihan yang diikuti kemarin kami tidak diwajibkan membawa contoh produk yang terbilang tidak tahan lama.

3. Masa Berlaku PIRT

Untuk masa berlaku izin PIRT akan berlaku paling lama 5 (lima) tahun untuk makanan yang memiliki masa kadaluarsa lebih dari tujuh hari terhitung sejak diterbitkan dan perpanjangan dapat dilakukan paling lambat 6 (enam) bulan sebelum masa berlaku

telah habis. Apabila masa berlaku telah habis, maka produk dilarang untuk diedarkan. Kedua makanan dengan tanggal penghentian dibawah tujuh hari, konfirmasi PIRT memiliki waktu legimitasi 3 tahun.

C. Potensi Keberlanjutan

Hasil dari Program Kreativitas Mahasiswa ini adalah Bolu Kukus Kulit Pisang Kalamansi yang memiliki rasa asam manis dari jeruk kalamansi dan perpaduan dari tepung kulit pisang yang menambah tekstur kenyal pada bolu. Dilingkungan masyarakat makanan bolu kukus kulit pisang kalamansi ini masih terbilang baru dan belum dikenal banyak orang namun dengan adanya promosi dan interaksi sosial masyarakat akan dapat dengan mudah mengenal produk ini. Program usaha ini dapat berkelanjutan karena sudah memiliki izin usaha dan label No PIRT, dimana PIRT ini sangatlah penting dalam suatu usaha.

Dari program kreativitas mahasiswa terciptalah cemilan inovasi baru dari limbah kulit pisang yang kemudian diolah menjadi bolu kukus dengan dipadukan sirup kalamansi yang memberikan citarasa yang segar sehingga bisa menjadi camilan efektif dikalangan masyarakat Bengkulu dengan harga yang terjangkau semua bisa menikmati bolu kukus ini. Penulis sangat berharap dengan adanya inovasi ini akan menarik

perhatian konsumen dimana mereka membeli tidak hanya sekali akan tetapi sampai dua kali hal ini menunjukkan adanya keberlanjutan usaha dan akan terus berlangsung untuk selanjutnya penulis akan memproduksi lebih banyak lagi dari seperti biasanya.

BAB VI

PENUTUP

A. Evaluasi

Evaluasi yang kami lakukan yaitu menemukan beberapa kendala dalam melakukan produksi Bolu kukus kulit pisang kalamansi ini salah satunya rasa bolu yang keasaman, dan tampilannya bolunya kurang mengembang dan menarik. Untuk itu penulis selalu mengevaluasi setelah produksi agar bias memperbaiki dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Adanya respon dari konsumen produk ini dapat terbentuk sempurna dan menjadi lebih baik lagi sehingga kedepannya dapat dijadikan pelajaran bahwa respon dari konsumen sangatlah penting guna mengevaluasi dalam menyempurnakan proses produksi.

Berdasarkan hasil evaluasi Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) Telah terlaksana dengan baik meskipun ada beberapa kendala dalam beberapa aspek yang harus diperbaiki. Selain itu memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen merupakan kewajiban penulis agar bisa mendapatkan keuntungan dan dapat mengembangkan bisnis yang penulis tekuni

B. Kesimpulan

Berdasarkan program kreativitas mahasiswa yang telah berlangsung penulis dapat menyimpulkan : Cara meningkatkan nilai guna kulit pisang supaya menjadi bahan makanan yang diminati masyarakat yaitu dengan mengelola inovasi baru dari limbah kulit pisang dengan membuat tepung yang telah diolah kemudian dibuat produk berupa bolu kukus yang dipadukan dengan rasa khas dari jeruk kalamansi dapat dinikmati setiap kalangan dengan harga yang terjangkau serta dapat memberikan pengalaman dalam berwirausaha baik dalam proses perencanaan, produksi dan pemasaran serta dapat membuka lapangan kerja yang baru bagi masyarakat.

C. Saran

Saran untuk mengembangkan usaha ke depan yaitu :

1. Bagi penjual gorengan disekitaran kampus UINFAS Bengkulu untuk sisa kulit pisang yang sudah tidak digunakan sebaiknya jangan dibuang. Kulit pisang yang sudah tidak digunakan bisa dikelola lagi menjadi tepung. Tepung dari kulit pisang merupakan bahan baku yang mudah diperoleh dan harganyapun sangat terjangkau.
2. Dalam pelaksanaan program sudah sesuai dengan rancangan yang sudah dibuat. Program usaha bolu kukus ini dapat dibilang layak untuk dikembangkan

karena dilihat dari analisa kelayakan usaha dikatakan layak untuk dijalankan dan dilanjutkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, D. 2012. *Studi Pembuatan Bolu Kukus Tepung Pisang Raja*
[skripsi]. Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan.
Universitas Hassanudin. Makasar.
- American marketing association (ASA). 2002
- Alo Dokter, "Jangan Sia-siakan 7 Manfaat Kulit Pisang Bagi Kesehatan" dikutip dari <https://www.alodokter.com/jangan-sia-siakan-7-manfaat-kulit-pisang-bagi-kesehatan-ini> Diakses Pada hari Rabu, Tanggal 4 November 2021, Pukul 20.00 WIB
- Anonim, 2010a. *Pembuatan Tepung Pisang.* <http://blogs.unpad.ac.id/selfiertanti>. Makassar. Tanggal 3 November 2021, Pukul 20.00 WIB
- Aryani, T. dkk, (2018). Efektivitas Pengolahan Limbah Kulit Pisang Menjadi Donat Ditinjau dari Analisis Fitokimia, Proksimat dan Organoleptik. *Laporan Penelitian Hibah Penelitian Dosen Pemula DIKTI 2018 Universitas Aisyiyah Yogyakarta : Yogyakarta.*
- Bastian, Indra. 2010. Akuntansi Sektor Publik Suatu Pengantar Edisi Ketiga. Penerbit Erlangga :Jakarta
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian “ Jeruk Kalamansi Kecil Kaya Manfaat Terhadap Kesehatan <https://www.litbang.pertanian.go.id/info-teknologi/3450/>

Diakses Pada hari Rabu, Tanggal 4 November 2021,
Pukul 20.00 WIB

- BPS [Badan Pusat Statistik]. 2017. *Statistik tanaman buah-buahan dan sayuran tahunan*. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- Bygrave & Zacharakis. 2011. *Entrepreneurship:Second Edition*. USA : John Willey & Sons.
- Chase, R. B. Aquila no, N. J. dan Jacobs, F.R. 2004. *Operations Management for Competitive Advantage*. China: McGraw-Hill
- Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2014. hlm. 95
- Djunaedi, E. (2006). *Pemanfaatan Limbah Kulit Pisang Sebagai Sumber Pangan Alternatif dalam Pembuatan Cookies*. Program Studi Kimia Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Pakuan.
- Fitri, Syawaliah Ida. 2006. *Berpikir dan Berprestasi*. Restu Agung : Jakarta)
- Fu'ad, N.E. 2015. Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 30 (1), 62-5
- Garrison, Noreen, dan Brewer. 2007. *Akuntansi Manajerial*. Edisi ke-11. Jakarta : Salemba Empat.

- Hamali, Arif Yusuf. *"Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan"* Jakarta : Prenadamedia Group. 2016. hlm 107.
- Haming, Murdifin. Dan Nurnajamuddin, Mahfud. 2007. *Manajemen Produksi Modern: Operasi Manufaktur dan Jasa*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hendro, 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta : Erlangga
- Huda, Nurul dan Mustafa Edwin Nasution, *Investasi Pada Pasar Modal Syariah Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Ibrahim Yacob. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi revisi. Rineka Cipta, Jakarta
- Indriyo Gitosudarmo. 1999. *Manajemen Pemasaran*. BPFE : Yogyakarta.
- Jatmiko, RD (2004). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: BPFE
- Julfan, Noviar Harun, dan Rahmayuni. *Pemanfaatan Kulit Pisang Kepok (Musa paradiciasa Linn*
- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Depok.: PT. Raja Grafindo Persada. 2016 hlm 6
- Kasmir & Jakfar. 2007. *Studi Kelayakan Bisnis*, edisi kedua, cetakan ke-. Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Kharisma, dkk. 2016. *Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI*. (Bandung: Jurnal Tidak Diterbitkan)

- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran* (W. W. Bakuwatun, Trans.). Jakarta: Intermed
- Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga 2008. h. 172
- Mardiah E. (1996). Penentuan aktivitas dan inhibisi enzim polifenol oksidase dari apel (*Pyrus malus* Linn) *Jurnal Kimia Andalas*.
- Mariotti, Steve. 2013. *Entrepreneurship, Owning Your Future*. USA: Pearson Education, inc
- Mominul, Islam Mohammad (2018) “*Segmenting, Targeting, and Positioning in Islamic Marketing*” *Faculty of Business Administration, EXIM Bank Agricultural University, Chapainawabganj, Banglades, International Journal of Islamic Marketing*, doi : 10.1108/JIMA-10-2018-0181. [http://scholar.google.co.id/scholar?+segmentasion+targeting+and+ postioning](http://scholar.google.co.id/scholar?+segmentasion+targeting+and+postioning)
- Munawir S, *Analisis Laporan Keuangan*, Yogyakarta :Liberty, 2014, hlm. 184-185
- Nafarin, M. 2007. Penganggaran Perusahaan. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat

- Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabet, 2012), hal 5.
- Umar Husein, 2007. *Study Kelayakan Bisnis, Teknik menganalisis kelayakan rencana bisnis secara komprehensif*, edisi ke-3 cetakan kesembilan. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Philip, Kotler, 2008, *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Hendra Teguh, edisi keduabelas, cetakan kedua, Penerbit : Prenhalindo, Jakarta
- PKKP BKP. (2011). *Membuat Tepung dari Kulit Pisang. Pusat Penganekaragaman Konsumsi dan Keamanan Pangan Badan Ketahanan Pangan Republik Indonesia. Diakses pada 4 November 2021.* <http://pusat-pkb.bkp.pertanian.go.id/berita-205-membuat-tepung-dari-kulit-pisang.html>.
- Rosidah, Euis, Cipi Krisnandi. *Peranan Anggaran Produksi Dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Biaya Produksi?* Jurnal Akuntansi FE Unsil, Vol. 3, No. I, 2008
- Rudianto (2009). *Pengantar akuntansi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Setiawati, I. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM*. Strategi Komunikasi Pemasaran, 20

- Sirait, M. (2007). *Penuntun Fitokimia dalam Farmasi*. Bandung : Penerbit ITB.
- Solihin, Ismail. 2012 *Manajemen Strategik*. Jakarta:Erlangga
- Stanton, William J. 1984. *Fundamentals of Marketing*. 8th Edition. Mc Graw Hill.
- Susanti, L. 2006. *Perbedaan Penggunaan Jenis Kulit Pisang Terhadap Kualitas Nata*. [Skripsi]. Semarang : Universitas Negeri Semarang
- Suyanti, Supriadi A. 2008. *Pisang budi daya, pengolahan dan prospek pasar*. Depok : Penebar Swadaya
- Sunyoto, Danang. *Ekonomi Manajerial*, Yogyakarta : CAPS, 2013, h. 160
- Swasta, Basu dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat Yogyakarta : Penerbit BPFE, 2004, hlm. 220
- Tarigan, Robinson .(2006) *.Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Trias,“*Apa Itu PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)*” Dikutip Dari <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2020/12/04/apa-itu-pirt/> Diakses Pada 4 November 2021 Pukul 20.00 WIB
- Wahyudi, N. dan Heriyanto, A.E, 2014. *Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan*

Usaha Jasa Mikro Di Kecamatan Sungai Kunjang.

Jurnal Ekonomi Universitas Samarinda

Wikipedia Indonesia, “*Program Kreativitas Mahasiswa*” Diakses

Pada Tanggal 3 November 2021, Pukul 20.00 WIB.

https://id.wikipedia.org/wiki/Program_Kreativitas_Mahasiswa

L

A

M

P

I

R

A

N



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 : 034/SKLP-FEBI/02/6/2022

Satgas Plagiasi Program Studi Perbankan Syariah Menerangkan bahwa :

Nama	: Ria Karunia
Nim	: 1811140042
Prodi	: Perbankan Syariah
Jenis Tugas Akhir	: PKM
Judul Tugas Akhir	: PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA (PKM) ANALISIS BREAK EVENT POINT (BEP) PADA USAHA BOLU KUKUS KALAMANSI DALAM PEMANFAATAN KULIT PISANG TERHADAP PENDAPATAN USAHA DI TELAGA DEWA RAYA RT 14 RW 03 KELURAHAN PAGAR DEWA KECAMATAN SELEBAR KOTA BENGKULU
Similarity Index	: 15%
Status	: LULUS

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

Satgas Plagiasi
Program Studi Perbankan Syariah

Bengkulu, 11 Juli 2022

Debby Arisandi, MBA
NIP. 198609192019032017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

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

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 1644 /In.11/ F.IV/PP.00.9/11/2021

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

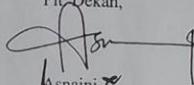
1. N A M A : Desi Isnaini, M. A.
NIP : 197412022006042001
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir
- 2 N A M A : Adi Setiawan, M. E. I.
NIP : 198803312019031005
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

N A M A : Muhammad Egi Whidyanto
NIM : 1811140067
N A M A : Ria Karunia
NIM : 1811140042
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : **Penggunaan Tepung Kulit Pisang dalam Pembuatan Bolu Kukus Kalamansi (Bokupang Kalamansi)**
Keterangan : Program Kreativitas Mahasiswa

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

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 23 November 2021
Plt. Dekan,


Isnaini

Tembusan :

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



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 : Muhammad Egi Whidyanto
NIM : 1811140067
Program Studi : Perbankan Syariah
Anggota : I. Ria Karunia, NIM : 1811140042

II. Pilihan Tugas Akhir:

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

Judul Tugas Akhir:

1. Bolu Kukus Kulit Pisang Kalamansi (BOKUPANG KALAMANSI)

III. Proses Validasi:

A. Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Catatan:

Lanjut ke...

Bengkulu, 15 November 2021
Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Adi Setiawan, Lc, M.E.I
NIP.198803312019031005

B. Ketua Jurusan

Judul yang disetujui:

.....

Penunjukkan Dosen Pembimbing:

.....

Mengesahkan
Kajur Ekis/Manajemen

Dahi Iswaini, M.A
NIP.197412022006042001

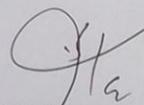
Bengkulu, 3 November 2021
Ketua Tim Mahasiswa

Muhammad Egi Whidyanto
NIM.1811140067

6	Senin, 6-12-2021	Bimbingan Laporan	Bab II pangsa pasarnya dilengkapi	<i>JK</i>
7	Kamis, 16-12-2021	Bimbingan Laporan	Bab II Analisa keuntungannya dilogiskan	<i>JK</i>
8	Senin, 20-12-2021	Bimbingan Laporan	Lengkapi berkas	<i>JK</i>
9	Rabu, 22-12-2021	Bimbingan Laporan	Buat Lembar Bimbingan	<i>JK</i>
10	Senin, 6-1-2022	Bimbingan Laporan	Perbaiki saran dan halaman	<i>JK</i>
11	Rabu, 10-1-2022	Bimbingan Laporan	Mengganti logo baru dan perbaiki laporan	<i>JK</i>
12	Selasa, 18-1-2022	Bimbingan Laporan	Lanjutkan proses, perbaiki laporan dan lebih teliti lagi	<i>JKAC</i>

Bengkulu, 15 Januari 2022

Pembimbing II



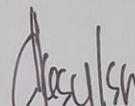
Adi Setiawan, M.E.I

NIP : 198803312019031005

5	Selasa, 17/5/22	Bimbingan laporan Akhir	Perbaikan laporan akhir.	AS
6	Senin, 30/5/22	Bimbingan laporan	ACC	AS

Bengkulu, 23 Mei 2022

Pembimbing I



Desi Isnaini, M.A.

NIP. 197412022006042001



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



Sertifikat

PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN

NOMOR : 1544/1771/21

Diberikan kepada :

Nama : **Ria Karunia**
Jabatan : Pemilik
Alamat : Tanjung Aro Rt/Rw 004/001 desa kuripan babas Kec.
Pagar Alam Utara

Yang telah mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan (PKP) dalam rangka Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) berdasarkan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan 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



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 0401220007044

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

1. Nama Pelaku Usaha	: RIA KARUNIA
2. Alamat	: JL. RINJANI, Desa/Kelurahan Jembatan Kecil, Kec. Singaran Pati, Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu
3. Nomor Telepon Seluler	: +62081274630314
4. Email	: riobada545@gmail.com
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 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: 4 Januari 2022
Perubahan ke-1, tanggal: NaN NaN NaN

Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 4 Januari 2022

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dan Pelaku Usaha, terlampir 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 BS-E-DSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 0401220007044

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Klasifikasi Risiko	Perizinan Berusaha	
					Jenis	Legalitas
1	10792	Industri Kue Basah	Jl. Telaga Dewa Raya No.7 , Desa/Kelurahan Pagar Dewa, Kec. Selebar, Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu Kode Pos: 38211	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 BSR/BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



DAFTAR GAMBAR

Logo Produk



TEPUNG KULIT PISANG



NIB NO : 0401220007044

Komposisi : 100% Kulit Pisang

Berat Bersih :

- 100 gr
- 250 gr
- 500 gr
- 1000 gr

0812-7463-0314

Jl. Telaga Dewa Raya RT 14
RW 03 Kelurahan Pagar Dewa
Kecamatan Selebar Kota Bengkulu

Proses Pembuatan Tepung





Proses kulit pisang dijemur



Proses pemanggangan kulit pisang



Proses pengayakan tepung kulit pisang

Proses penimbangan kulit



Proses Pembuatan Bolu



1. Masukkan telur, gula, dan pengembang kedalam wadah

Bahan-bahan pembuatan bolu



2. Mixer dengan kekuatan sedang sampai adonan menjadi putih pucat



3. Setelah adonan mengembang masukkan tepung terigu dan tepung kulit pisang kemudian di ayak terlebih dahulu



4. Setelah selesai masukkan adonan ke dalam wadah



5. Kukus adonan kurang lebih 15 menit



Bokupang siap dipasarkan

Gambar 4 Proses pemasaran

 bokupang_kalamansi



  Disukai oleh likaafidiarti dan lainnya

bokupang_kalamansi Bokupang Kalamansinya ready ya kak
Ada varian keju, chocolate, dan strawberry harganya only 5k 😊

4 Januari



bokupang_kalamansi

Tepung kulit pisang kepok 100%



🍌 MANFAAT BAGI TUBUH:

1. Mengatasi maag
2. Mencegah sembelit
3. Melancarkan pencernaan
4. Mengatasi stress
5. Menyehatkan ginjal
6. Sebagai sumber potasium
7. Mengendalikan tekanan darah
8. Mempengaruhi mood
9. Meningkatkan energi
10. Memperkuat tulang

✦ MANFAAT BAGI KECANTIKAN:

1. Mengatasi Jerawat
2. Mengurangi Kerutan pada wajah
3. Membuat Wajah Lebih Bersinar
4. Mengangkat Sel Kulit Mati
5. Menghilangkan Mata Panda
6. Memutihkan Gigi

@rakamansi



