

**PENGELOLAAN DAN PEMASARAN PRODUK
DEODORANT MENJADI MITRA USAHA KOPERASI
BERBAHAN DASAR JERUK NIPIS**



SKRIPSI

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

OLEH :

INDAH LESTARI PRATIWI

NIM 1911140061

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SOEKARNO BENGKULU
TAHUN 2023 M /1444**

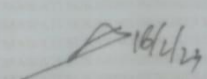
PERSETUJUAN PEMBIMBING


Tugas Akhir dengan Judul "Pengelolaan dan Pemasaran Produk Deodorant Menjadi Mitra Usaha Koperasi Berbahan Dasar Jeruk Nipis" yang disusun oleh:

Nama : Indah Lestari Pratiwi
NIM : 1911140041
Program Studi : Perbankan Syariah
Bentuk Tugas Akhir : PKM
Skripsi : Pengelolaan dan Pemasaran Produk Deodorant Menjadi Mitra Usaha Koperasi Berbahan Dasar Jeruk Nipis

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang *Munaqasyah* Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, Januari 2023
Pembimbing II Pembimbing II


Prof. Andang Sunarto, Ph.D
NIP. 197611242006041002


Yenti Sumarni M.M
NIP. 197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNOBENGGKULU
FAKULTAS TARBIYAH DAN TADRIS

Alamat: Jalan Raden Fatah Pager Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfa.bengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul "Pengelolaan dan Pemasaran Produk Deodorant Menjadi Mitra Usaha Koperasi Berbahan Dasar Jeruk Nipis" yang disusun oleh:

Nama : Indah Lestari Pratiwi
NIM : 1911140061
Program Studi : Perbankan Syariah
Bentuk Tugas Akhir : PKM

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 07 Februari 2023 M/ 16 Rajab 1444 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, Februari 2023 M
1444 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

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

Sekretaris

Anwar Junaidi, S.E., M.M
NIP. 19730108200312001

Penguji I

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

Penguji II

Uswatun Hasanah, M.E.
NIP. 199303082020122003

Mengetahui,
Dekan

Dr. Supardi, M. Ag
NIP. 196504101993031007

HALAMAN SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul "**Pengelolaan dan Pemasaran Produk Deodorant Menjadi Mitra Usaha Koperasi Berbahan Dasar Jeruk Nipis**", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UIN FAS Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi Lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah dituliskan atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

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

Bengkulu, Februari 2023

Mahasiswa yang menyatakan



Indah Lestari Pratiwi
NIM. 1911140041

MOTTO

“”Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap siaga dan bertakwalah kepada Allah supaya kamu menang”

(QS Ali Imran: 200)

“Jangan Mudah Putus Asa Libatkan Allah dalam segala hal ”

(Indah Lestari Pratiwi)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh ucapan rasa syukur yang mendalam dan tak terhingga aku curahkan kepada Allah SWT Tuhan semesta alam yang maha segalanya atas segala kesempatan, keridhoan, dan kenikmatan yang telah diberikan, skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Teruntuk kedua orang tua ku tercinta, Alm Ayah ku (Safriadi) dan Ibuku (Muryani) adalah dua sosok orang tua hebat untukku, sosok yang tahu segala proses hidupku, yang paling terdepan berusaha untukku dan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhanku yang tak pernah mengeluh lelah didepanku. Hingga saya bisa sampai di tahap ini karena perjuangan ibu ku yang berjuang dalam berperan sebagai ayah dan ibu yang hebat untukku dan beliau sangat berharga dihidupku. Jerih payahmu tidak bisa ku balas dengan apapun. Kupersembahkan karya terbaik dan pertamaku ini untuk kedua orang tua terhebatku dan ucapan sayang serta terima kasih dariku semoga kedepannya ini menjadi langkah awal yang baik untuk membuat ayah dan ibu bangga kepada usahaku.
2. Untuk kedua adikku (Aura dan Ais) Serta paman dan para bibiku yang terbaik dimana yang selalu senantiasa membantu ku dalam proses menyelesaikan karya ini dan bagaimana , Terima kasih telah menguatkan dan

memberikan dukungan semangat kepadaku agar selalu kuat menjalani lika-liku perjuangan hingga aku sampai pada tahap ini.

3. Untuk sahabat-sahabatku yang mungkin tak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih telah menjadi sahabat terbaikku teman segala hal dan tempat ceritaku dalam suka duka dari awal kuliah hingga saat ini.
4. Dosen pembimbing Bapak (Prof. Andang Sunarto, Ph. D) dan ibu (Yenti Sumarni, MM,) yang telah membimbing saya dalam menjalankan tugas akhir ini dan telah memberikan arahan dalam pembuatan tugas akhir ini hingga selesai.
5. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tercinta Program Studi Perbankan Syariah dan terima kasih untuk bapak dan ibu dosen atas ilmunya yang sangat bermanfaat serta teman-teman seperjuangan PBS B angkatan 2019 terima kasih atas yang telah kebersamaian dari awal perkuliahan hingga saat ini.
6. Teruntuk Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
7. Teruntuk semua pihak yang telah membantu saat penyelesaian tugas akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu-persa

Abstrak

PENGELOLAAN DAN PEMASARAN PRODUK DEODORANT MENJADI MITRA USAHA KOPERASI BERBAHAN DASAR JERUK NIPIS

Oleh Indah Lestari Pratiwi, 1911140041

Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran pada perusahaan juga harus dapat memberikan kepuasan pada konsumen jika menginginkan usahanya tetap berjalan dan berkembang. Tujuan dari pemasaran yaitu membantu konsumen dalam memperoleh produk yang sesuai dengan kebutuhan. Melalui hubungan kerja sama antara produsen dan koperasi Al Muawanah Syariah ini dapat meningkatkan penjualan produk yang mana keduanya memperkenalkan produk Spray Natural Deo Rantdah ke dalam website koperasi, pihak koperasi membantu pelaku usaha dalam mempromosikan produk ini melalui website resmi dari koperasi Al Muawanah Syariah ini sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah menjalin mitra usaha bersama koperasi Al Muawanah Syariah efektif untuk pelaku PKM. Dari hasil penelitian menjalin mitra usaha bersama koperasi Al Muawanah Syariah merupakan keputusan yang sangat tepat, karena proses pemasaran dapat berlangsung secara efektif dan terlaksana dengan baik.

Kata Kunci : Pemasaran, Produk Deodorant, Mitra Usaha Koperasi

Abstract

**PENGELOLAAN DAN PEMASARAN PRODUK
DEODORANT MENJADI MITRA USAHA KOPERASI
BERBAHAN DASAR JERUK NIPIS**

By Indah Lestari Pratiwi, 1911140041

Marketing is the main activity carried out by the company to maintain its survival, earn profits. Marketing activities at the company must also be able to provide satisfaction to consumers if they want their business to continue to run and develop. The purpose of marketing is to assist consumers in obtaining products that suit their needs. Through this cooperative relationship between producers and the Al Muawanah Syariah cooperative, they can increase product sales, both of which introduce Spray Natural Deo Rantdah products to the cooperative website, the cooperative assists business actors in promoting this product through the official website of the Al Muawanah Syariah cooperative itself. This study aims to find out whether establishing business partners with the Al Muawanah Syariah cooperative is effective for PKM actors. From the results of the research, establishing business partners with the Al Muawanah Syariah cooperative was a very appropriate decision, because the marketing process could take place effectively and be carried out properly,

Keywords: *Marketing, Deodorant Products, cooperative Business Partners*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT serta shalawat dan salam penulis sampaikan hanya bagi tokoh dan teladan Nabi Muhammad SAW yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Program Kreatifitas Mahasiswa ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa penulisan laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun dari semua pihak penyempurnaan laporan PKM ini sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga laporan program kreativitas mahasiswa ini memberikan manfaat yang besar bagi kita semua yang membutuhkan. Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk menciptakan sebuah karya produk dari buah Jeruk Nipis yang sangat dibutuhkan pada zaman sekarang yakni deodorant, dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu.

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

1. Prof. Dr. Zulkarnain, M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu yang telah memberikan izin dan fasilitas untuk penyusunan skripsi ini.
2. Dr. H. Supardi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu yang telah memberikan izin dalam penyusunan skripsi ini.
3. Yenti Sumarni, M.M selaku Pembimbing II dan Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, arahan, dan fasilitas untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Prof. Andang Sunarto, Ph.D selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan kesuksesan saya hingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.

7. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi

8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini

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

Bengkulu, 06 Januari 2023

Penulis,

Indah Lestari Pratiwi

NIM 1911140041



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Program	5

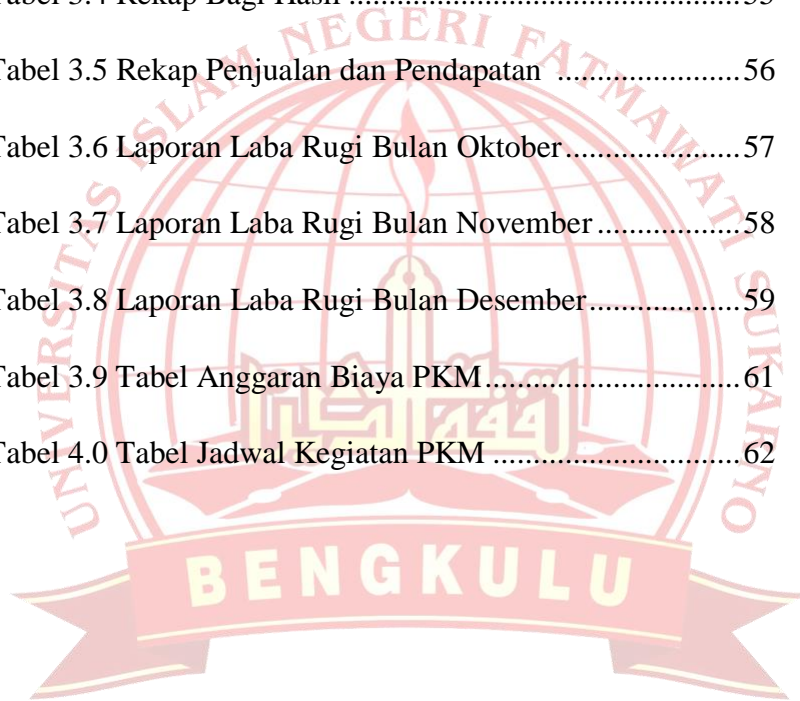
D. Manfaat Program	5
E. Luaran Yang Diharapkan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pengertian Deodorant	7
B. Kandungan Bahan-Bahan Deodorant	7
C. Pengertian Pengelolaan Produk	13
D. Pengertian Pemasaran Syariah	15
E. Lembaga Koperasi	19
F. Mitra Usaha Dalam Pemasaran	20
G. Bauran Pemasaran	23
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	27
A. Waktu Dan Tempat Pelaksanaan	27
B. Alat Dan Bahan	28
C. Proses Pembuatan	29
D. Pangsa Pasar	35
E. Proses Pemasaran	44
F. Analisa Kelayakan Usaha/Program	47
G. Analisa Keuntungan	49
H. Rencana Anggaran Biaya	60

I.Rencana Jadwal Kegiatan	62
BAB IV HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERHASILAN.....	65
A. Gambaran Umum Program Kreativitas Mahasiswa	65
B. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program	68
C. Potensi Keberlanjutan Program	72
BAB V PENUTUP	75
A.Evaluasi	75
B.Kesimpulan	75
C. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1Daftar Bahan Spray Natural Deo Rantah.....	28
Tabel 3.2 Komponen Biaya Investasi	47
Tabel 3.3 Rekap Biaya produk Spray Natural Deo Ranida .	49
Tabel 3.4 Rekap Bagi Hasil	55
Tabel 3.5 Rekap Penjualan dan Pendapatan	56
Tabel 3.6 Laporan Laba Rugi Bulan Oktober.....	57
Tabel 3.7 Laporan Laba Rugi Bulan November	58
Tabel 3.8 Laporan Laba Rugi Bulan Desember.....	59
Tabel 3.9 Tabel Anggaran Biaya PKM.....	61
Tabel 4.0 Tabel Jadwal Kegiatan PKM	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3:1 Bahan-Bahan untuk membuat Deodorant	29
Gambar 3.2 Perendaman Tawas.....	30
Gambar 3.3 Peras Jeruk Nipis.....	31
Gambar 3.4 Menambahkan Air Perasan Jeruk Nipis Kedalam Botol Berisi Tawas.....	31
Gambar 3.5 Memasukkan Baking Soda.....	32
Gambar 3.6 Memasukkan Bahan Niacinamide.....	31
Gambar 3.7 Tuang Aquadest Ke Dalam Botol Tawas.....	33
Gambar 3.8 Menambahkan Biang Parfum Pada Larutan Air Tawas	33
Gambar 3.9 Pengemasan Deodorant	34
Gambar 4.0 Pengemasan Akhir Deodorant.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Dokumentasi Produksi
Lampiran 2 : Surat Persetujuan Kerjasama dengan Koperasi Al Munwanah Syariah
Lampiran 3 : Surat ACC judul PKM
Lampiran 4 : Nilai Ujian Komprehensif
Lampiran 5 : Daftar Ujian Komprehensif
Lampiran 6 : Lembar Bimbingan Tugas Akhir
Lampiran 7 : Surat Penunjukan Pembimbing
Lampiran 8 : Nomor Induk Berusaha (INB)
Lampiran 9 : Pengajuan Judul
Lampiran 10 : Surat Hak Cipta (HKI)



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perguruan tinggi adalah satuan pendidikan penyelenggara pendidikan tinggi yang berkewajiban untuk ikut dalam pembentukan keterampilan sosial. Ada banyak cara dan bahan yang dapat dikreasikan untuk mendidik, memupuk dan mengembangkan, serta membentuk keterampilan sosial. Melalui keterampilan social dapat dilihat bagaimana mahasiswa mengimplementasikan nilai melalui berbagai keterampilan sosial (*Social Skill*).¹

Program Kreativitas Mahasiswa adalah salah satu upaya perguruan tinggi untuk menumbuhkan, mewadahi, dan menunjukkan ide kreatif dan inovatif mahasiswa serta menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang didapat dalam perwujudan perkuliahan kepada masyarakat luas. Dalam Program Kreativitas Mahasiswa ini ada banyak sekali ide-ide baru yang dapat diciptakan menjadi sebuah karya/produk yang bermanfaat dan memiliki kearifan lokal bagi masyarakat. Dengan begitu mahasiswa perlu untuk peka terhadap situasi dan kondisi yang sedang dihadapi oleh masyarakat saat ini.

¹ Mahmudah Hasanah and Monry Fraick NG Ratumbusang, "Strategi Peningkatan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Program Kreativitas Mahasiswa," *Jurnal Socius* 6, no. 02 (2017): 294–313.

Kebersihan dan bau badan merupakan hal utama dan penting dalam higienitas dan penampilan seseorang. Seseorang akan mempunyai kepercayaan diri yang lebih tinggi bila badannya berbau harum dan menyegarkan. Berkeringat adalah usaha badan untuk mengatur suhu tubuh. Keringat mengandung air, garam, dan zat-zat sisa dari dalam badan. Keringat bisa berbau dan bisa tidak. Bau yang tidak sedap akan datang bersama bau badan yang disebabkan oleh aktivitas bakteri.²

Saat ini banyak sekali pilihan berbagai jenis *deodorant* yang telah dipasarkan, dilihat dari banyaknya pilihan jenis *deodorant* tersebut menuntut konsumen untuk selektif dalam memilih jenis produk *deodorant* terutama selektif dalam memilih bahan kandungan yang ada di dalam *deodorant* tersebut. Karena saat ini banyak produk *deodorant* yang mengandung bahan kimia berlebihan yang mana zat kimia ini dapat merusak kulit dan iritasi jika digunakan secara terus-menerus.

Inovasi baru yang saya buat ini adalah sebuah produk *deodorant* yang menggunakan bahan dasar buah Jeruk nipis, Jeruk nipis merupakan salah satu tanaman yang tumbuh subur di daerah Bengkulu dan buah ini mengandung vitamin C yang

² Ervianingsih and Razak Abd., "Formulasi Sediaan Deodorant Lotion Dari Minyak Atsiri Nilam (Pogostemon Cablin Benth)," *Jurnal Fenomena Kesehatan* 02, no. 01 (2019): 188–196.

dapat membunuh kuman penyebab bakteri yang menimbulkan bau badan

Dilihat dari segi aspek ekonomi usaha bisnis *deodorant* ini sangatlah menjanjikan, terlihat dari permintaan *deodorant* yang semakin hari semakin meningkat. Upaya yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan dari usaha *deodorant* ini adalah dari aspek penjualan. Dari aspek penjualan ini tidak terlepas dari yang namanya kegiatan pemasaran. Pemasaran merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk menjual produk kepada pihak dengan maksud tertentu.³ Adapun salah satu strategi pemasaran yang dilakukan adalah menjalin hubungan kerja sama dengan koperasi Al Muawanah Syariah” yang berada di kampus Universitas Islam Negeri Fatmawati Bengkulu dalam mempromosikan produk agar produk *deodorant* dapat dikenal dan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Sehingga produk *deodorant* Jeruk nipis ini dapat dikenali oleh semua orang terutama kalangan mahasiswa dan masyarakat luar.

B. Rumusan Masalah

Adapun beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam pengelolaan dan pemasaran produk *deodorant* menjadi mitra usaha koperasi ini adalah sebagai berikut:

1. Apa perbedaan produk *Spray Natural Deo Rantdah* dengan produk *deodorant brand* lain?

³ Dr .Kasmir dan Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis*, 2003rd ed. (Jakarta, 2020)

2. Bagaimana proses pengelolaan Jeruk nipis menjadi sebuah produk *deodorant* penghilang bau badan?
3. Bagaimana pemasaran produk *Spray Natural Deo Rantdah* melalui mitra usaha koperasi

C. Tujuan Program

Adapun tujuan yang didapat dari pengelolaan dan pemasaran produk *deodorant* menjadi mitra usaha koperasi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perbedaan produk *Spray Natural Deo Rantdah* ini dengan produk *deodorant* lain
2. Untuk mengetahui bagaimana proses produksi Jeruk Nipis menjadi *deodorant*
3. Untuk mengetahui bagaimana pemasaran produk *Spray Natural Deo Rantdah* melalui mitra usaha koperasi

D. Manfaat Program

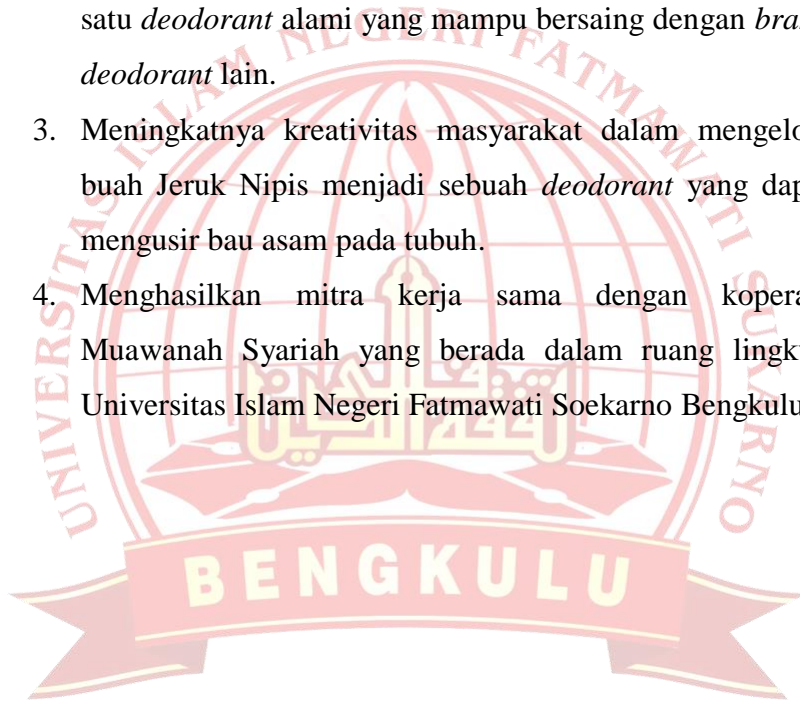
Dengan menghasilkan produk *deodorant* diharapkan memiliki beberapa manfaat yang bisa kita ambil yaitu:

1. Menambah inovasi baru masyarakat bahwa jeruk nipis dapat dikelola menjadi *deodorant* yang bermanfaat menghilangkan bau badan
2. Menambah penghasilan bagi petani yang membudidayakan tanaman Jeruk Nipis
3. Berkurangnya masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap *deodorant* berbahan kimia berlebihan.

E. Luaran yang Diharapkan

Dengan terciptanya produk *deodorant* diharapkan dapat tercapainya beberapa luaran yang diharapkan yaitu:

1. Terciptanya *deodorant* jeruk nipis yang bernama *Rantdah* untuk menghilangkan bau badan.
2. Menjadikan *Spray Natural Deo Rantdah* ini sebagai salah satu *deodorant* alami yang mampu bersaing dengan *brand deodorant* lain.
3. Meningkatnya kreativitas masyarakat dalam mengelola buah Jeruk Nipis menjadi sebuah *deodorant* yang dapat mengusir bau asam pada tubuh.
4. Menghasilkan mitra kerja sama dengan koperasi Muawanah Syariah yang berada dalam ruang lingkup Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian *Deodorant*

Deodorant adalah parfum yang membantu menyamarkan bau badan. *Deodorant* merupakan bahan yang mengandung *antiseptik* yang digunakan untuk mengontrol bau badan akibat keringat yang biasanya mengandung sedikit antikuman yang dicampur dengan sedikit wewangian atau garam aluminium dengan parfum.¹

Deodorant adalah hal yang tidak bisa lepas dari semua orang karena manusia memiliki kelenjar yang menghasilkan keringat paling banyak sehingga penggunaan *deodorant* tidak bisa dipungkiri lagi keberadaannya.

B. Kandungan Bahan-Bahan *Deodorant*

1. Jeruk Nipis atau *Citrus Aurantifolia*

Jeruk nipis memiliki beberapa nama yang berbeda di Indonesia, antara lain limau asam (Sunda), jeruk pecel (Jawa), jeruk dhurga (Madura), lemo (Bali), mudutelong (Flores) dan lain sebagainya. Jeruk nipis merupakan tumbuhan obat dari *Famili Rutaceae*. Penggunaan jeruk nipis dalam pengobatan tradisional antara lain sebagai obat

¹Windya Novita, *Buku Pintar Merawat Kecantikan Dirumah* (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2013).

pelangsing, peluruh dahak (*ekspektoran*), penurun panas (*antipiretik*), dan penghilang bau badan.²

Jeruk Nipis mengandung Vitamin C yang tinggi. Vitamin ini sangat bagus untuk kulit, vitamin C inilah yang membuat kulit ketiak menjadi putih bersih. Saat diaplikasikan ke kulit ketiak, air perasan jeruk nipis inilah yang dapat memutihkan kulit ketiak. Bau tidak sedap juga akan berkurang secara signifikan.³

Hasil penelitian menunjukkan bahwa air perasan Jeruk Nipis memiliki potensi sebagai antibakteri. Zona hambat yang terbentuk pada konsentrasi 25% sebesar 3,53 mm; konsentrasi 50% sebesar 10,52 mm; konsentrasi 75% sebesar 12,57 mm; dan konsentrasi 100% sebesar 17,35 mm. Air perasan Jeruk Nipis pada konsentrasi 100% memiliki diameter zona hambat paling besar. Hasil Konsentrasi Hambat Minimum (KHM) pada konsentrasi 20% mampu menghambat pertumbuhan bakteri.

2. Tawas

Aluminium kalium sulfat atau yang dikenal dengan sebutan tawas ini juga dapat digunakan untuk menghilangkan bau badan khususnya pada daerah ketiak dengan cara mengurangi produksi keringat karena saluran keringat yang dipersempit tetapi tidak menyumbat pori-

² Wulandari D Christina, *Uji Aktivitas Antibakteri Air Perasan Jeruk Nipis (Citrus Aurantifolia Swingle.) Terhadap Pertumbuhan Bakteri Staphylococcus Epidermidis* (Yogyakarta, 2017).

³ Agus Widayako, *Invensi Integrasi Trensains* (Yogyakarta).

pori seperti yang dilakukan *Aluminium Klorida* sehingga dapat digunakan sebagai bahan utama alternatif dalam formula *deodorant antiprespirant* yang aman dan efektif.⁴

3. *Baking soda*

Baking soda memiliki kemampuan mempengaruhi tekanan osmotik. Sifat hipertonik dari *baking soda* menyebabkan komponen hipotonik sel bakteri kehilangan air, sehingga sel akan *dehidrasi* dan akhirnya dapat membunuh sel bakteri.⁵

Baking soda merupakan bahan yang dapat membunuh kuman bakteri yang ada pada ketiak sekaligus dapat membuat ketiak yang hitam menjadi cerah.

4. *Aquadest*

Air merupakan komponen yang paling besar persentasenya dalam pembuatan *Skin Lotion*. Air merupakan substansi yang paling reaktif diantara bahan-bahan penyusun produk kosmetika. Pada kosmetika air merupakan bahan pelarut dan bahan baku yang tidak berbahaya dibandingkan bahan baku lainnya, tetapi air mempunyai sifat korosi. Air juga mengandung beberapa zat pencemar, untuk itu air

⁴ Laila Susanti *Antibacterial Activity From Cucumber Ethanol Extract In Deodorant Roll On* no. April (2017).

⁵ Ida Chairanna M Sri Hidayati¹, Jahja², *Jurnal Skala Kesehatan Politeknik Kesehatan Banjarmasin* 11, No. 1 (2020): 21–27.

yang digunakan untuk produk kosmetika harus dimurnikan terlebih dahulu

Air murni adalah air yang dimurnikan yang diperoleh dengan *destilasi*, penukar ion, *osmosis* balik, dan proses lain yang sesuai. Dibuat dari air yang memenuhi persyaratan air minum. Tidak mengandung zat tambahan lain. Air murni digunakan untuk pembuatan sediaan-sediaan. Merupakan cairan jernih, tidak berwarna, tidak berbau, dan pH antara 5-7.⁶

Aquadest disebut juga air mineral yang berasal hasil penyulingan atau proses *destilasi* yang bebas dari zat-zat pengotor sehingga bersifat murni dalam laboratorium tidak berbau, tidak berwarna, dan tidak memiliki rasa.

5. *Niacinamide*

Niacinamide (NA) adalah senyawa alami yang banyak ditemukan pada tanaman dan tersedia secara komersial sebagai zat pemutih kulit pada produk kosmetik di Indonesia. NA mengurangi *melanogenesis* di kulit dengan menghambat transfer melanosome dari melanosit ke sekitar keratinosit. Terlebih lagi, NA melindungi kulit dari ROS dan berfungsi sebagai pembawa utama pada kulit, mencegah hilangnya

⁶ Wiranda Angga, "Perbedaan Sifat Fisik Dan Stabilitas Fisik Deodoran Ekstrak Etanol Daun Beluntas (*Pluchea Indica* L.) Dengan Variasi Jumlah Sorbitan Monostearate Sebagai Emulsifying Agent" (2012): 1-174.

kelembaban dengan meningkatkan produksi ceramides dan asam lemak. NA sangat stabil di bawah paparan radiasi UV, panas, oksigen, asam, dan basa.⁷

Niacinamide merupakan turunan dari vitamin B3 yang bermanfaat untuk mencerahkan kulit dan dapat membantu pembentukan protein pada kulit dan memerangkap kelembapan di dalam sel-sel kulit. Sehingga jika diformulasikan dalam campuran *deodorant* akan membuat kulit tampak lebih cerah dan lembab atau tidak kering. Kadar *niacinamide* yang aman untuk digunakan di kulit adalah kadar sekitar 2 hingga 5 %, jika lebih dari itu *niacinamide* dapat menyebabkan kulit iritasi.⁸

6. Biang Parfum

Biang parfum adalah parfum yang murni tanpa campuran alkohol yang biasa disebut biang dan ini membuat bibit parfum tidak perlu banyak dioleskan untuk tubuh menebarkan aroma harum dan segar. Untuk memakai parfum sedikit saja sudah begitu kuat aromanya dan pasti lebih tahan lama dibandingkan dengan parfum beralkohol.⁹

⁷ Rahmawati sari, "Whitening Agent : Mekanisme, Sumber Dari Alam Dan Teknologi Formulasinya" 6, no. 2 (2021): 169–186.

⁸ Diana Sari, "Skincare Aman Untuk Kulit," *Jurnal Fenomena Kesehatan* 1 (2019).

⁹ K N Adli B Pramudono, "*Jurnal MIPA*" 38, no. 1 (2015): 57–67.

Varian wangi bibit parfum yang dipilih adalah varian *Taylor Swift* memiliki wangi yang terkesan manis dengan paduan aroma buah dan bunga wangi yang dihasilkan merupakan perpaduan *Raspberry, Tea, Apple Blossom, Blackberry* dan *Freesia* serta campuran beberapa aroma lain.

C. Pengertian Pengelolaan Produk

Dalam kamus Bahasa Indonesia disebutkan bahwa pengelolaan adalah proses atau cara perbuatan mengelola atau proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain, proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan organisasi atau proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan.¹⁰ Secara umum pengelolaan merupakan kegiatan merubah sesuatu hingga menjadi baik berat memiliki nilai-nilai yang tinggi dari semula. Pengelolaan dapat juga diartikan sebagai untuk melakukan sesuatu agar lebih sesuai serta cocok dengan kebutuhan sehingga lebih bermanfaat.

Pengelolaan merupakan istilah yang di pakai dalam menejemen. Secara etimologi istilah pengelolaan berasal dari kata kelolah *to manage* yang biasanya merujuk pada proses mengurus atau menangani sesuatu yang untuk mencapai

¹⁰ Pascallino Julian Suawa, Novie R. Pioh, and Welly Waworundeng, "Manajemen Pengelolaan Dana Revitalisasi Danau Tondano Oleh Pemerintah Kabupaten Minahasa (Studi Kasus Di Balai Wilayah Sungai Sulawesi)," *Jurnal Governance* 1, no. 2 (2021): 2088–2815.

tujuan tertentu. Jadi pengelolaan merupakan ilmu manajemen yang berhubungan dengan proses mengurus dan menangani sesuatu untuk mewujudkan tujuan tertentu yang ingin di capai.¹¹

Pengelolaan menitik beratkan pada 2 faktor yaitu :

- a) Pengelolaan sebagai pembangunan yang merubah sesuatu sehingga menjadi baru dan memiliki nilai yang lebih tinggi.
- b) Pengelolaan sebagai perubahan yaitu usaha untuk memelihara sesuatu agar lebih cocok dengan kebutuhan-kebutuhan.

Jadi makna pengelolaan produk disini ialah menciptakan sebuah produk yang bisa memiliki nilai jual yang tinggi bermula pada inovasi untuk menciptakan sebuah produk yang sangat cocok untuk kebutuhan, melalui proses yang berurutan, membutuhkan biaya dan alat produksi, sehingga terciptalah sebuah produk yang dapat dipasarkan melalui pilihan strategi yang bagus dan berpeluang untuk meraih keuntungan. Tidak cukup hanya batas pengelolaan saja, sebuah produk akan bernilai jika telah mampu menjangkau konsumen dan memasuki segmen pasar, target pasar, dan posisi pasar.

¹¹ Suawa, Pioh, and Waworundeng, "Manajemen Pengelolaan Dana Revitalisasi Danau Tondano Oleh Pemerintah Kabupaten Minahasa (Studi Kasus Di Balai Wilayah Sungai Sulawesi)." "

D. Pengertian Pemasaran Syariah

Merupakan suatu metode untuk mengenalkan keunggulan produk /jasa kepada calon konsumen untuk selanjutnya ditawarkan agar menarik calon konsumen untuk menggunakan produk/jasa tersebut.¹²

Pemasaran merupakan sebuah faktor penting dalam siklus yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Dalam perusahaan, pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang dan mendapatkan laba, kegiatan pemasaran pada perusahaan juga harus dapat memberikan kepuasan pada konsumen jika menginginkan usahanya tetap berjalan. Membahas tentang perkembangan konsep pemasaran, tentunya tidak bisa dilepaskan dengan ruang lingkup pemasaran yang luas, meliputi *marketing mix*, perilaku konsumen, komunikasi pemasaran.¹³

Sedangkan pemasaran dalam konsep syariah adalah sebuah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam islam selama hal itu tidak bertentangan dengan larangan-larangan yang ada di prinsip islam atau syariah. *Syariah marketing*

¹² Hafid Usman(1) and Kuwat Riyanto(2), “*Jurnal Manajemen Pemasaran*,” no. September (2019): 1–14.

¹³ Ambar Lukitaningsih “Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi Dan Implikasinya Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta” 14, no. 1 (2014).

adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholder*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis).

Islam yang memandang pemasaran sebagai jual beli yang harus dipajang dan ditunjukkan keistimewaan-keistimewaan dan kelemahan-kelemahan suatu barang terhadap pihak lain, agar pihak tersebut tertarik untuk membelinya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an, dalam Surat at-Taubah (9): (111)

إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنْفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنَّ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِّبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Artinya : “*Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (Itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Al Quran. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar*

Dalam sebuah hadits juga disebutkan:

الْحَيَّةُ اللَّهُ سِلْعَةٌ إِنَّ أَعَالِيَةَ، اللَّهُ سِلْعَةٌ إِنَّ أَلَا

“Ketahuilah bahwa surga adalah barang dagangan Allah, dan ketahuilah bahwa barang-barang dari surga mahal harganya.” (HR. at-Tirmidzi).¹⁴

Dalam menjalankan kegiatan pemasaran berprinsip syariah haruslah untuk selalu berlaku adil, dan jujur serta menghindari hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT dengan menciptakan produk berkualitas dan sesuai dengan yang dijanjikan dalam pemasaran, dan tidak ada unsur yang menyimpang selain dari tema pemasaran produk.

Adapun perusahaan yang menjalin hubungan (mitra) dengan lembaga dalam mempromosikan produk haruslah lembaga yang berlandaskan prinsip muamalah karena lembaga tersebut akan menjauhkan mitranya dari pemasaran yang menghalalkan segala cara dalam proses promosi produk.

E. Lembaga Koperasi

Koperasi merupakan suatu kumpulan dari orang-orang yang mempunyai tujuan atau kepentingan bersama. Jadi koperasi merupakan bentukan dari sekelompok orang yang memiliki tujuan bersama. Kelompok orang inilah yang akan menjadi anggota koperasi yang didirikannya. Pembentukan koperasi berdasarkan asas kekeluargaan dan gotong royong

¹⁴ Achmad Zirzis, *INILAH SURGA*, ed. Achmad Zirzis (Jakarta Timur: PUSTAKA AL-Kautsar, 2013).

khususnya untuk membantu para anggotanya yang memerlukan bantuan baik berbentuk barang ataupun pinjaman uang.¹⁵

BMT adalah lembaga keuangan, BMT bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) dan menyalurkan kembali kepada masyarakat (anggota BMT). Sebagai lembaga ekonomi, BMT berhak melakukan kegiatan ekonomi seperti mengelola kegiatan perdagangan, industri, dan pertanian.¹⁶

Koperasi Syariah adalah suatu kerja sama ekonomi dalam suatu organisasi yang mana berlandaskan pada al-qur'an dan hadis. Koperasi syariah dalam aspek ekonomi yaitu koperasi biasanya melakukan suatu kegiatan atau aktivitas seperti berjualan maka mengandung unsur ekonomi. Jika suatu koperasi dilakukan dengan cara yang tepat maka akan menghasilkan peningkatan ekonomi yang stabil.¹⁷

¹⁵ Utami Aanjar, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, "Tinjauan Umum Tentang Koperasi" 20 (2021).

¹⁶ Sony Hendra Permana And Aulia Adhiem, "Development Strategy For Baitul Mal Wattamwil (Bmt) Asan Alternative Financial Institution To Support Micro, Small, And Medium Enterprises," *Strategi Pengembangan Baitumal Wattamwil* 24, No. 2 (2019): 103–112.

¹⁷ Muhammad Wandisyah R Hutagalung and Sarmiana Batubara, "Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian Dan Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia" 7, no. 03 (2021): 1494–1498.

F. Mitra Usaha Dalam Pemasaran

Didalam pemasaran ada beberapa strategi pemasaran yang berpeluang untuk menjangkau konsumen yakni termasuk kedalam strategi promosi, promosi merupakan upaya yang dilakukan untuk menyebarluaskan atau memberitahu serta menawarkan produk atau jasa yang bertujuan menarik konsumen, promosi dikemas dalam 2 macam bentuk yakni promosi langsung dan promosi secara tidak langsung, promosi langsung dilakukan secara langsung oleh perusahaan dengan bertatap muka langsung melalui perkataan, hingga tersebar dari mulut ke mulut masyarakat, hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan yakni meningkatkan angka penjualan.¹⁸

Kemudian ada pula bentuk promosi secara tidak langsung atau melalui media perantara, yang kita kenal dengan media sosial, media sosial ini memuat semua bentuk aplikasi *online* seperti *whatsapp*, *instagram*, dan *facebook*. Tidak hanya mengandalkan situs aplikasi pribadi, promosi dapat dilakukan dengan menjalin mitra kepada lembaga yang memiliki cakupan pasar yang cukup luas, yakni lembaga koperasi Al Muawanah Syariah.

Lembaga koperasi Al Muawanah Syariah yang sebelumnya bernama Baitul Mal Wa Tamwil, lembaga yang

¹⁸ Rizky Ariesty Fachrysa Halik, Amzul Rifin, and Siti Jahroh, "Pengaruh Kemtraan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil Tahu Di Indonesia," Jurnal Agribisnis Indonesia 8, no. 2 (2020): 164–174.

berdiri pada tahun 1983 yang berkembang seiring dengan perubahan IAIN NEGERI BENGKULU menjadi STAIN BENGKULU dulu, merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi sebagai penerima dan penyalur uang simpanan dalam bentuk tabungan wadiah dan berbagai macam bentuk pengelolaan simpanan berbasis syariah. Dalam lembaga koperasi ini memiliki sebuah *website* yang berguna sebagai media untuk mempromosikan produk-produk yang tersedia dalam lembaga koperasi Al Muawanah Syariah dengan begitu produk mereka lebih cepat tersebar ke jangkauan yang sangat luas.¹⁹

Strategi promosi yang dilakukan melalui *website* koperasi Al Muawanah Syariah ini merupakan strategi yang dapat memperluas jangkauan pasar, dan dapat meningkatkan keuntungan dari penjualan produk. Hubungan kerja sama antara produsen dan lembaga ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan universitas untuk memberikan wadah kepada mahasiswa agar dapat menciptakan inovasi baru sehingga menghasilkan sebuah karya produk atau jasa yang memiliki nilai jual tinggi.

¹⁹ Ayu Isti Prabandari, “Proses Pemasaran Dalam Bisnis Penjualan, Ketahui Tahapannya,” 2020, https://www.merdeka.com/jateng/proses_pemasaran-dalam-bisnis-penjualan-ketahui-tahapannya-klm.html.

G. Bauran Pemasaran 4 P

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap image suatu produk. Oleh karena itu bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk. Strategi bauran pemasaran yaitu : produk, harga, promosi dan tempat sangat berperan terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan akan permintaan barang. Didalamnya keadaan persaingan yang sangat tajam dewasa ini terutama dalam pasar pembeli, peranan penetapan harga dan promosi penjualan sangat penting terutama untuk membangun komitmen dan loyalitas pelanggan.²⁰

Bauran Pemasaran terdiri dari:

1. Produk (Product) Segala sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang melingkupi kualitas, ciri, merk, kemasan, pelayanan, garansi, dan lainnya. Produk merupakan hal paling penting dalam strategi marketing yang

²⁰ Christian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado," *Jurnal Emba 1* (2013): 71–80.

harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan dalam memasarkan barang maupun jasanya, karena melalui hal inilah perusahaan dapat menarik minat konsumen dengan memberikan produk yang sesuai kebutuhan, memiliki mutu terbaik, berkinerja, ataupun inovatif.²¹

2. Harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga merupakan satu satunya unsur yang dapat mendatangkan pendapatan yang akan berdampak pada besar kecilnya laba dan luasnya pangsa pasar yang diperoleh.²²
3. Tempat didefinisikan sebagai aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan pelanggan sasaran. Artinya, variabel saluran distribusi atau place tidak hanya menekankan pada lokasi tersebut dicapai. Lokasi perusahaan yang strategis merupakan kunci dari kemampuan perusahaan untuk menarik konsumen. Saluran distribusi meliputi cakupan layanan,

²¹ Desy Dwi Sulastriya Ningsih¹) and M. Ruslianor Maika²), “Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar Di Sidoarjo,” *Jurnal ilmiah Ekonomi Islam* 3 (2020).

²² Purbohastuti Arum, “Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret” 7 (2021).

pengelompokan, lokasi, persediaan dan transportasi.²³

4. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen agar melakukan pembelian produk. Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pasar sasaran untuk membelinya.²⁴



²³ Noevie Susanti) And M. Kurniawan3) , Hamid Halin2), “Pengaruh Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt. Berlian Bersaudara Propertindo,” *Jurnal Global Ekonomi* 8 (2017).

²⁴ atriana puspa, “Bauran Pemasaran 4 P,” *Jurnal Ekonomi Islam* 3 (2020): 213–215.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

1. Waktu Pelaksanaan

Pengelolaan *deodorant* telah berlangsung selama satu bulan sampai pada tahap pengemasan kemudian siap untuk dipasarkan. Setelah selesai tahap produksi *deodorant* sudah bisa untuk dipasarkan, waktu pemasaran ini telah dilakukan dalam kurun waktu 3 bulan, yakni dimulai pada bulan Oktober hingga bulan Desember.

2. Tempat Pelaksanaan

Usaha pengelolaan *deodorant* dilaksanakan di rumah produsen sendiri yakni di Desa Taba Teret Kecamatan Taba Penanjung Kabupaten Bengkulu Tengah, yang dimulai pada awal Bulan September dan mulai dipasarkan pada awal bulan Oktober. Alasan mengapa memilih memproduksi di rumah sendiri ialah agar dapat menghemat biaya tempat produksi dan mudah untuk memperoleh bahan baku karena daerah ini banyak petani yang membudidayakan Jeruk Nipis.

B. Alat dan Bahan

Berikut alat yang digunakan dalam proses produksi yaitu:

1. Alat

Pisau

Botol Aqua

Saringan kecil

2. Bahan bahan

Tabel 3.1

Daftar Bahan Spray Natural Deo Rantдах

No	Nama Bahan	Jumlah
1	Jeruk Nipis	1 kilogram
2	Tawas	10 gram
3	<i>Baking soda</i>	1 kotak
4	<i>Aquadest</i>	2 liter
5	Bibit Parfum	10 ml
6	<i>Niacinamide</i>	10 gram



Gambar 3.1 Bahan-Bahan Untuk Membuat Deodorant

C. Proses Pembuatan

1. Perbedaan *Spray Natural Deo Rantdah* dengan *deodorant* lain adalah yakni :

- a. Terdapat pada proses pembuatannya,
- b. Bahan-bahan *deodorant*, yang mana menggunakan bahan dasar alami dari tanaman buah Jeruk nipis, serta bahan pendukung yang tidak memiliki kandungan alkohol yang tinggi
- c. Variasi kemasannya yang berbentuk *spray* yang dimana, kemasan yang melindungi *deodorant* berbentuk persegi dilindungi kaca tebal yang memiliki bentuk *spray*, sehingga memudahkan seseorang untuk mengaplikasikan langsung kekulit.

Adapun proses pembuatan dari *Spray Natural Deo Rantdah* ini adalah sebagai berikut:

1. Proses perendaman tawas
 - a. Campurkan tawas sebanyak 1/2kg dengan 1 liter air bersih masukkan kedalam aqua bekas berukuran satu liter lalu diamkan selama satu hari.



Gambar 3.2 Perendaman Tawas

- b. Setelah itu peras Jeruk Nipis sebanyak 1 Kilogram



Gambar 3.3 Peras Air Jeruk Nipis

- c. Kemudian campurkan Air perasan Jeruk Nipis kedalam botol yang berisi air tawas yang sudah direndam selama satu hari



Gambar 3.4 Masukkan Air Perasan Ke Dalam Botol Air Tawas Yang Telah Direndam

- d. Setelah itu masukkan *Baking Soda* sebanyak satu sendok makan kedalam botol tawas tadi



Gambar 3.5 Memasukkan *Baking Soda*

- e. Lalu setelah itu masukkan juga *Niacinamide* sebanyak 100 gram



Gambar 3.6 Memasukkan Bahan *Niacinamide*

- f. Kemudian selanjutnya memasukkan air *Aquadest* kedalam botol sebanyak 20 ml



Gambar 3.7 Tuang *Aquadest* Kedalam Botol

- g. Setelah itu masukkan bibit Parfum sebanyak 10 ml,



Gambar 3.8 Memasukkan Bibit Parfum

- h. Setelah semua bahan-bahan sudah dimasukkan kedalam satu wadah botol, kocok agar semua bahan tercampur dan bersatu menjadi larutan yang *homogen*
2. Proses Pengemasan
- Setelah semua bahan dimasukkan, tutup botol tersebut agar seluruh bahan dapat tercampur dan menjadi larutan yang *homogen*
 - Siapkan botol kemasan
 - Masukkan satu persatu ke dalam botol kemasan



Gambar 3.9 Pengemasan *Deodorant*

- d. Dan untuk yang terakhir tempel stiker kemasan yang berisi logo dan brand dari produk *Deodorant Spray* ini



Gambar 4.0 Pengemasan *Spray Natural Deo Rantdah*

D. 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.¹

Pangsa pasar adalah sebuah informasi yang memberikan gambaran total penjualan dari suatu perusahaan terhadap segmen tertentu. Manfaat dari pangsa pasar itu sendiri adalah memberikan gambaran kenaikan dan penurunan performa atau kinerja perusahaan sehingga dengan adanya pangsa pasar kita dapat mengetahui sejauh mana perkembangan perusahaan dalam industri tersebut.²

1. Segmentasi, Target Pasar, dan *Positioning* (STP)

a. Segmentasi

Adalah membagi potensi pasar menjadi bagian-bagian tertentu; bisa berdasar pembagian demografis; berdasar kelas ekonomi dan pendidikan ataupun juga berdasar gaya hidup (psikografis). Segmentasi pasar yang berarti usaha untuk membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain dalam hal kebutuhan, karakteristik, atau perilaku

¹ Diana Novita et al. "Mengenal Pangsa Pasar, Cara Paling Efektif Dalam Memasarkan Produk," *Jurnal Abdimas* 7, no. 9 (2021): 345-349.

² Novita et al., "Mengenal Pangsa Pasar, Cara Paling Efektif Dalam Memasarkan Produk." *Jurnal Abdimas* 7, no 9, Jakarta (2021): 360-361.

yang mungkin akan memerlukan produk-produk dan strategi pemasaran tertentu untuk menjangkaunya.³

Segmentasi pasar juga dapat diartikan sebagai usaha untuk membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain dalam hal kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin akan memerlukan produk-produk dan strategi pemasaran tertentu untuk menjangkaunya).⁴ Jadi segmentasi pasar pada produk usaha *deodorant* ini ditentukan berdasarkan segmentasi perilaku

Berdasarkan segmentasi perilaku masyarakat cenderung akan membeli produk yang bermanfaat untuk kebutuhan mereka seperti contohnya *deodorant*. *Deodorant* bermanfaat untuk menghilangkan bau badan, hampir dari semua kalangan masyarakat terkhusus kalangan yang berumur 17 tahun keatas menggunakan *deodorant*.

b. Target Pasar

Adalah tindakan mengevaluasi dan membandingkan kelompok yang diidentifikasi dan

³ Jushermi, "Analisis Segmentasi Gaya Hidup" Jurnal Ekonomi Volume ,18 (2019) 2, no.1 (2020): 41–49.

⁴ Hari Wijaya, "Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap," no. 3 (2016): 175–190.

kemudian memilih satu atau beberapa di antaranya sebagai calon dengan potensi yang paling besar.⁵

Adapun target pasar disini adalah laki-laki dan perempuan yang berumur 17 tahun keatas.

c. Penentuan Posisi (*Positioning*)

Positioning adalah Tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan berbeda dalam benak pelanggan sasaran.⁶

Posisi produk *Spray Natural Deo Rantдах* dipasaran adalah sebagai alternatif *deodorant* yang menggunakan bahan alami dan tidak mengandung zat *parabean* atau efek samping yang bisa membahayakan kulit jika dipakai terus-menerus. *Deodorant* ini juga dilengkapi dengan aroma yang harum.

2. Rencana Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan pokok dan utama perusahaan sebagai bagian upaya memperoleh laba sehingga dapat tercapainya tujuan. Dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu tindakan atau kecakapan untuk mempengaruhi orang-orang untuk mau membeli barang yang ditawarkan dan saling menguntungkan walaupun sebelumnya tidak terpikat untuk membeli

⁵ Andi Harvian , Di Pasar Global, “*Target Pasar Dan Strategi Memposisikan Produk Teh Di Pasar Global,*” No. 2 (2011): 125–136.

barang tersebut tetapi akhirnya tertarik membeli sehingga memerlukan adanya suatu perencanaan yang baik agar penjualan, dapat mencapai target atau nilai penjualan yang telah ditetapkan.⁷

Jadi, rencana penjualan adalah strategi bisnis yang mengidentifikasi tujuan penjualan dan taktik yang efektif bagi bisnis untuk mencapai tujuan. Rencana penjualan digunakan untuk menjelaskan dengan jelas bagaimana perusahaan akan mencapai tujuan tertentu, mengukur kemajuan, dan menggunakan taktik tingkat tinggi untuk menjangkau *audiens* target. Rencana penjualan pada usaha produk *Spray Natural Deo Rantdah* ini adalah sebagai berikut :

- a. Penjualan online melalui *website* Koperasi Al Muawanah Syariah sebagai wujud dari kemitraan antara produsen dan Lembaga Koperasi Al Muawanah Syariah.
- b. Penjualan *online* melalui akun media *whatsapp*, *instagram*, dan *facebook* milik pribadi.
- c. Penjualan langsung, yakni ;
 1. Menjual dikelas perkuliahan
 2. Menjual disekitaran rumah
 3. Menjual diarea kampus dan luaran kampus

⁷ Aryansyah Firman, "*Pelaksanaan Pengendalian Penjualan Melalui Optimalisasi Perencanaan Penjualan*" Oleh :Firman Aryansyah Program Studi Pendidikan Akuntansi.

3. Strategi Pemasaran

Serangkaian tujuan pemasaran, kebijakan, dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya.⁸

a. Bauran Pemasaran

Marketing mix adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari pemasaran yang terdiri dari strategi produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*).⁹

⁸ Antje Tuasela Nabilla A.g “*Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi*,” (2021): 21–40.

Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi merupakan salah satu alat strategi pemasaran yang pada aplikasinya memerlukan pemahaman mendalam dari perusahaan untuk mengkombinasikan faktor-faktor tersebut untuk memaksimalkan kesuksesan aktivitas pemasaran perusahaan.¹⁰

Adapun bauran pemasaran terdiri dari :

1. *Product*

Produk *Spray Natural Deo Rantdah* ini adalah sebuah produk *deodorant* yang dapat menghilangkan bau badan, siapa saja yang menggunakan *deodorant* tidak perlu khawatir lagi dengan efek samping dan bahaya jika menggunakannya secara terus-menerus karena kandungan didalam *deodorant* ini berasal dari bahan alami yakni Jeruk Nipis.

2. *Price* (Harga)


Harga Jual *Spray Natural Deo Rantdah* adalah Rp 7.500 dengan ukuran botol kemasan 30 ml.

3. *Place* (Penempatan)

Spray Natural Deo akan dijual di beberapa tempat, menyesuaikan dengan sasaran pasar.

⁹ ChristianA.D Selang, " Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado," Jurnal EMBA 1, no. 3 (2016): 71–80.

¹⁰ Nabilla A. G, "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi."

- 
- a. Penjualan secara online melalui *website* koperasi sebagai wujud kemitraan di Koperasi Al Muawanah Syariah yang berada didalam Kampus Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Putri Bengkulu.
 - b. Penjualan secara online, dilakukan dengan menggunakan media sosial, dapat dilakukan dimana saja dengan menggunakan media seperti ; *whatsapp, instagram, facebook*
 - c. Penjualan secara langsung, yakni dilakukan di area kampus, lingkungan perkuliahan serta, lingkungan rumah tempat tinggal.

4. *Promotion*

Strategi promosi yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Promosi *Online* : melalui pemasangan iklan berupa pamflet dan video berdurasi 30 detik yang berisi konten tentang produk yang akan dipasarkan dibuat secara menarik, yang meliputi harga, keunggulan, serta manfaat yang ada didalam produk tersebut yang diposting di *website* resmi Koperasi Al Muawanah Syariah.
- b. Promosi *Offline*
 1. Penyebaran media promosi *offline* ini dilakukan dari mulut ke mulut hingga dapat

menjangkau calon konsumen yang lebih luas, informasi yang disebarluaskan mengandung informasi yang menyatakan keunggulan dan manfaat dari produk ini, sehingga bentuk promosi *offline* ini akan efektif untuk sampai ke target pasar yang dituju.

2. *Special Promo*

- a. Harga diskon, untuk pembelian minimal 5 botol produk *deodorant* yakni mendapat potongan harga sebesar yakni harga normal nya Rp 7.500 dan diskon menjadi Rp 7.000
- b. Sistem *Delivery Order* untuk pembelian minimal 5 botol *deodorant*.

E. Proses Pemasaran

Pemasaran adalah bagaimana memuaskan kebutuhan pelanggan jika pemasar memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang mempunyai nilai *superior*, dan menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produknya secara efektif, maka produk tersebut akan terjual dengan mudah. Pemasaran atau sering disebut juga dengan *marketing*, merupakan hal penting yang selalu dilakukan dalam setiap bidang bisnis. Pemasaran ini biasanya berupa cara atau strategi yang dilakukan suatu

perusahaan atau produsen untuk menarik pelanggan atau konsumen. Dengan begitu, proses penjualan dapat dilakukan dengan baik dan efektif guna mendapatkan keuntungan bagi perusahaan.¹¹

Adapun beberapa strategi promosi yang dipilih dalam mempromosikan produk *Spray Natural Deo* ini adalah :

- a. Menjalin mitra pada lembaga koperasi Al Muawanah Syariah yang berada dalam naungan kampus Uinfas Bengkulu melalui *website* resmi koperasi Al Muawanah Syariah. Didalam *website* tersebut meliputi hal-hal yang perlu dipersiapkan yakni, deskripsi produk *Spray Natural Deo*, berupa pamflet produk, serta video tentang produk berdurasi 30 detik didesain secara menarik kemudian diunggah dalam situs *online* tersebut. sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen yang melihatnya.
- b. Langkah awal dalam menjalin mitra usaha dengan koperasi Al Muawanah Syariah adalah membuat surat permohonan kerja sama dalam pemasaran produk melalui *website* resmi koperasi Al Muawanah Syariah hingga mendapatkan surat balasan persetujuan kerja sama dari direktur koperasi Al Muawanah Syariah.
- c. Melalui akun media sosial seperti *whatsapp*, *instagram*, dan *facebook*, dengan menyiapkan hal seperti pamflet

¹¹ Annisa Een Enjelina, "Jurnal Manajemen Pemasaran," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 15, no. 1 (2018).

produk, video durasi singkat tentang produk diposting dalam unggahan dan *story* pada media sosial produsen.

- d. Promosi secara langsung dari mulut ke mulut. Strategi promosi produk *Spray Natural Deo* yang terakhir adalah promosi yang dilakukan melalui perkataan, disebarluaskan dari mulut ke mulut hingga ke calon konsumen yang lebih luas.

F. Analisa Kelayakan Usaha/Program

Kelayakan usaha merupakan suatu kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat (*benefit*) yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha atau proyek.¹²

1. Investasi

Investasi adalah suatu kegiatan menempatkan dana pada satu atau lebih dari satu jenis aset selama periode tertentu. Investasi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat baik secara individu, kelompok maupun negara diperlukan adanya investasi.¹³

¹² Putri Wahyuni Arnold, "Analisis Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe Di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari" 2, no. 1 (2020): 29-39.

¹³ Amalia Nuril Hidayati, "Investasi: Analisis Dan Relevansinya Dengan Ekonomi Islam," *Ekonomi islam* 8 (2017)

Tabel 3.2
Komponen Biaya Investasi

Nama Barang	Jumlah Barang	Harga	Total Harga
Botol Aqua	2 buah	Rp 5.000/kotak	Rp 5.000
Gelas kecil	1 buah	Rp 5.000/bungkus	Rp 5.000
Pisau	1 buah	Rp 15.000/botol	Rp 5.000
Saringan kecil	1 buah	Rp 5.000/buah	Rp 4.000
Total Investasi			Rp 19.000

Tabel di atas menyatakan bahwa anggaran yang diperlukan dalam produksi *Spray Natural Deo Rantdah* adalah sebesar 19.000. Hal di atas merupakan aktiva tetap yang tidak berubah jumlahnya.

2. Modal Kerja

Ukuran likuiditas suatu perusahaan, termasuk efisiensi operasional dan kesehatan keuangan dalam jangka pendek. Modal kerja atau *working capital* merujuk pada perbedaan aset lancar perusahaan dan kewajiban yang ditanggung dalam periode berjalan.¹⁴

Modal kerja adalah harta wajib yang harus ada didalam perusahaan, untuk memenuhi kebutuhan produksi perusahaan yang harus ada setiap harinya.

¹⁴ Yulia Irvani Dewi Suparniati, Bayhakky, "The Impact Of Working Capital To Profitability At Cooperation 'X' Bandung," *Gambaran Interaksi Sosial Lansia Di Masyarakat* 8, No. 1 (2018): 622–633.

Tabel 3.3
Rekap Biaya Produk *Spray Natural Deo Rantdah*

Nama Barang	Jumlah Barang	Harga	Total
Jeruk nipis	4 kg	Rp 10/kg	Rp 40.000
Tawas	10 gr	Rp 15.000	Rp 10.000
Baking soda	1 kotak	Rp 3.000/kotak	Rp 3.000
Niacinamide	10 gr	Rp 10.000	Rp 10.000
Aquades	5 liter	Rp 2000/liter	Rp 50.000
Biang parfum	10 ml	Rp 500/ml	Rp 20.000
Stiker logo	120pcs	Rp 400	Rp 53.000
Botol kemasan	120 botol	Rp 2.600	Rp 315.000
Telepon/Kuota	5 gb	Rp 10.000	Rp 50.000
Bensin	2 liter	Rp 12.000	Rp 24.000
Total Biaya Bahan Untuk Satu Bulan			Rp580.000

Tabel diatas menerangkan bahwa anggaran biaya produksi sehingga menghasilkan 120 botol *Spray Natural Deo Rantdah* untuk waktu satu bulan dalam 1 kali produksi

G. Analisa Keuntungan

Anggaran biaya yang dibutuhkan dalam berwirausaha produk *Spray Natural Deo Rantdah* adalah:

Total Investasi + Total Biaya Bahan Baku

Rp 19.000 + Rp 580.000,

Total anggarannya yaitu Rp 599.000.

Berikut Perhitungan Anggaran Produksi:

1. Penyusutan
2. Umur alat selama 2 tahun
3. Semua poduk laku

4. Biaya transportasi
5. Selama satu kali produksi bisa memproduksi 50 botol
6. Setiap satu bulan dapat memproduksi 100 botol, dan selama 3 bulan dapat memproduksi 300 botol *Spray Natural Deo Rantdah*.

1. Biaya tetap

Merupakan pengeluaran yang tidak terjadi setiap harinya, tetapi mungkin setiap bulan, setiap tahun, atau beberapa tahun satu kali.¹⁵

a. Botol Aqua	= Rp 5.000
b. Gelas Kecil	=Rp 5.000
c. Pisau	=Rp 5.000
d. Saringan Kecil	=Rp 4.000
Total Biaya Tetap =Rp 19.000	

2. Biaya Variabel

Biaya yang hanya diperlukan ketika proses produksi sedang berlangsung, sehingga biaya variabel adalah dasar pengeluaran per unit yang nantinya dilaporkan. Jenis biaya variabel yang diperlukan dalam proses produksi disebut sebagai pembelian bahan baku.

¹⁵ Arief Rachmawan Assegaf, SE, M.M
 “Pengaruh Biaya Tetap Dan Biaya Variabel Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Pecel Lele Lela Internasional, Cabang 17, Tanjung Barat, Jakarta Selatan,” Jurnal Ekonomi Dan Industri 20, No. 1 (2019).

Pengeluaran bagi bahan baku umumnya dipengaruhi oleh target *output* selama produksi berlangsung.¹⁶

Adapun biaya variabel *Spray Natural Deo Rantdah* ini meliputi biaya bahan baku, biaya kemasan, biaya pemasaran dan transportasi. Dibawah ini biaya yang dibutuhkan adalah:

Jeruk Nipis (<i>Citrus Aurantifolia</i>) 4 Kilogram	= Rp. 40.000
Tawas 10 gr	=Rp 15.000
Aquades 100 ml	=Rp 20.000
Niacinamide 10 gr	=Rp 10.000
Baking Soda 1 gr	= Rp 3000
Bibit Parfum <i>Taylor Swift</i> 10 ml	= Rp 50.000
Stiker Logo 120 pcs	=Rp 53.000
Botol Kemasan 120 pcs	=Rp 315.000
Telepon/Kuota	=Rp 50.000
Bensin	=Rp 24.000
Total	=Rp 580.000

a. Menghitung Harga Jual Per Unit

(Fixed Cost+Variable Cost) : Jumlah Produksi

Rp 19.000+ Rp 580.000 : 120 unit

=Rp 599.000 = Rp 4.991

120 buah

¹⁶ Arief Rachmawan Assegaf, Se., "Pengaruh Biaya Tetap Dan Biaya Variabel Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Pecel Lele Lela Internasional, Cabang 17, Tanjung Barat, Jakarta Selatan."

Jadi, Harga Dasar Produk (belum ditambah keuntungan) =
Rp 4.991

b. Rumus keuntungan:

$$= \text{Rp } 4.991 + (50\% \times \text{Rp } 4.991)$$

$$= \text{Rp } 7.486, \text{ kemudian dibulatkan menjadi Rp } 7.500$$

Jadi harga satu produk *Deodorant* adalah seharga Rp 7.500

c. Total Biaya produksi

1. Total Biaya Produksi

$$\text{Biaya Tetap} = \underline{\text{Rp } 19.000}$$

$$\text{Biaya Variabel} = \underline{\text{Rp } 580.000}$$

$$\text{Total} = \underline{\text{Rp } 599.500}$$

2. Total Biaya Pendapatan

$$= \text{Jumlah Produksi} \times \text{Harga Jual}$$

$$= 120 \text{ botol} \times \text{Rp } 7.500$$

$$\text{Total Pendapatan} = \underline{\text{Rp } 900.000}$$

3. Keuntungan

$$= \text{Total Biaya Pendapatan} - \text{Total Biaya Produksi}$$

$$= \text{Rp } 900.000 - \text{Rp } 599.000$$

$$= \text{Rp } 301.000$$

4. Mencari biaya Per unit

(Biaya Tetap + Biaya Variable) : Jumlah Produksi

$$\text{Rp } 19.000 + \text{Rp } 599.000 : (120 \text{ unit}) = 4.991$$

5. Break Event Point

Yaitu suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol). Dalam analisis break even point memerlukan informasi mengenai penjualan dan biaya yang dikeluarkan. Laba bersih akan diperoleh bila volume penjualan melebihi biaya yang harus dikeluarkan, sedangkan perusahaan akan menderita kerugian bila penjualan hanya cukup untuk menutup sebagian biaya yang dikeluarkan, dapat dikatakan dibawah titik impas.¹⁷

Fungsi *break event point* adalah agar kedepannya perusahaan bisa merincikan besarnya anggaran perusahaan sehingga perusahaan dapat meminimlisis kerugian dan mendapatkan keuntungan.

Rumus *Break Event Point* :

$$\begin{aligned} \text{Break Event Unit} &= \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{BV per Unit}} \\ \text{Break Event Rupiah} &= \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Total Biaya Variabel}}{\text{Total Harga Jual}}} \end{aligned}$$

¹⁷ Maruta Heru, "Analisis Break Even Point (Bep) Sebagai Dasar perencanaan Laba Bagi Manajemen," *Stie Syariah Bengkalis* 20, No. 1 (2019).

1. Menghitung BEP unit

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{19.000}{7.500 - 599.000} \\ &= 31 \text{ botol} \end{aligned}$$

Untuk memperoleh BEP dengan harga jual Rp. 7.500 per botol, maka perusahaan harus mampu menjual produk minimal sebanyak 31 botol.

2. Menghitung BEP rupiah

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{Rp } 19.000}{1 - \frac{580.000}{7.500}} \\ &= \frac{\text{Rp } 19.000}{\text{Rp } 77,2} \\ &= \text{Rp } 246,11 \end{aligned}$$

Berikut ini merupakan tabel laporan laba rugi *Spray Natural Deo Rantdah* pada bulan Oktober, November, Desember.

Tabel 3.4
Laporan Laba Rugi
Produk *Spray Natural Deo Rantdah*

Kas	0	
Penjualan Bersih	Rp 300.000	
Jumlah Pendapatan		Rp300.000
Beban Iklan	Rp 30.000	
Beban Transportasi dll	Rp 30.000	
Beban Telepon	0	
Total Beban		(Rp 60.000)
LABA BERSIH		Rp 240.000

Dapat dilihat dari tabel laba rugi diatas yang menyatakan bahwa *Spray Natural Deo Rantdah* ini menghasilkan laba bersih sebanyak Rp 240.000 pada bulan Oktober. Dan sudah menjual produk sebanyak 40 botol.

Tabel 3.5
Laporan Laba Rugi
Spray Natural Deo Rantdah
Periode November

Jumlah Pendapatan	Rp 700.000	
Beban iklan	Rp 30.000	
Beban transportasi	Rp 30.000	
Beban telepon	0	
Total Beban		Rp 60.000
Total		Rp 640.000

Laporan laba rugi pada bulan November memperlihatkan bahwa penjualan produk *deodorant* ini mengalami peningkatan, hal ini dilihat dari meningkatnya laba bersih yang diperoleh setiap bulannya. Sehingga pada bulan November produk *deodorant* sudah terjual sebanyak 80 botol.

Tabel 3.6
Spray Natural Deo Rantdah
Laporan Laba Rugi
Periode Desember

Pendapatan Penjualan	Rp 900.000	
Beban Iklan	Rp 40.000	
Beban Transportasi	Rp 40.000	
Beban Telepon	0	
Total Beban		(Rp 80.000)
LABA BERSIH		Rp 820.0000

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa permintaan akan *deodorant Spray Natural Deo Rantdah* mengalami peningkatan dilihat dari laba bersih yang telah meningkat dari bulan sebelumnya menjadi Rp 900.000 di bulan desember terjual sebanyak 120 botol produk *Spray Natural Deo Rantdah*.

Tabel 3.7
Rekap Penjualan
Spray Natural Deo Rantdah
Di Konsumen al Muawanah Syariah

Periode	<i>Spray Natural Deo Rantdah</i>		
I	Barang Terjual	Harga Barang	Total Pendapatan
	40	Rp7.500	Rp 300.000
II	80	Rp 7.500	Rp 700.000
III	120	Rp 7.500	Rp 900.000

Diketahui dari tabel rekap penjualan diatas menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan melalui *website* koperasi memperlihatkan bahwa *Spray Natural Deo Rantdah* sudah semakin dikenal oleh banyak orang dan disukai oleh masyarakat.

Tabel 3.8
Rekap Bagi Hasil

Periode	Total Pendapatan	Koperasi 10%	Pendapatan Pelaku Usaha
I	Rp 300.000	Rp 30.000	Rp 270.000
II	Rp 700.000	Rp 70.000	Rp 630.000
III	Rp 1.000.000	Rp 100.000	Rp 900.000

Tabel diatas menyatakan bahwa, laba bersih yang diperoleh dari bulan Oktober-Desember dari setiap bulannya

laba bersih dibagi sebesar 10% dengan Koperasi al Muawanah Syariah.

H. Rencana Anggaran Biaya

Rencana anggaran biaya merupakan perkiraan biaya yang biasanya digunakan untuk melaksanakan sebuah kegiatan bisnis atau proyek lainnya.¹⁸ Dengan membaca sekilas contoh rencana anggaran biaya kita dapat menyimpulkan pengertian umum dari RAB tersebut.

Tabel 3.4
Anggaran Biaya PKM

No	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga	
A. TAHAP PELATIHAN				
	Seminar Pelatihan Road To Be Young Entrepreneur	1 Orang		-
	Sertifikat NIB	1		-
	HKI	1		Rp 400.000
Jumlah				Rp 400.000
B	TAHAP PELAKSANAAN			

¹⁸ Ranti Utami Fizal, "Analisis Anggaran Biaya Produksi Sebagai Alat Pengendalian Biaya Pada Cv. Pinang Advertising Tanjungpinang," jurnal STIE 4, no. 02 (2021): 113–121.

1	Bahan Habis Pakai			
	Jeruk Nipis	4 Kg	Rp 10.000	Rp 40.000
	Tawas	1 kg	Rp 15.000	Rp 15.000
	Baking Soda	1 kotak	Rp 3.000	Rp 3.000
	<i>Niacinamide</i>	100 gr	Rp 10.000	Rp 10.000
	<i>Aquadest</i>	1 liter	Rp 2000/ml	Rp 20.000
	Biang Parfum	100 ml	Rp 500/ml	Rp 50.000
	Stiker Logo	120 pcs	Rp 400	Rp 53.000
	Botol Kemasan	120 botol	Rp 3.000	Rp 315.000
	Telepon/Kuota	5gb	Rp 10.000	Rp 50.000
Jumlah				Rp 580.000
2	Peralatan Tetap			
	Pisau	1 buah	Rp 5.000	Rp 5.000
	Botol Aqua	2 buah	Rp 2.500	Rp 5.000
	Saringan	1 buah	Rp 4.000	Rp 4.000
	Gelas Kecil	1 buah	Rp 5.000	Rp 5.000
Jumlah				Rp 19.000
Jumlah Total Biaya Keseluruhan				Rp 999.000

I. Rencana Jadwal Kegiatan

Tabel 3.5

Jadwal Kegiatan PKM

No	Pelaksanaan Kegiatan	Bulan Ke-1				Bulan Ke-2				Bulan Ke-3				Bulan Ke-4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
A.	Persiapan																
1	Pengadaan Bahan Baku																
2	Pengadaan Alat																
B.	Pelaksanaan																
1	Standarisasi SOP (Standart Operasional Procedures)																

2	Pembuatan Produk																			
3	Riset dan Orientasi Pasar																			
4	Produksi																			
5	Pemasaran dan Penjualan																			
6	Sertifikasi Produk																			
C.	Pelaporan																			
1	Rekapitulasi Data Hasil Pelaksanaan Program																			
2	Laporan Akhir PKM																			

BAB IV

HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERHASILAN

A. Gambaran Umum Program Kreativitas Mahasiswa

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) merupakan salah satu wujud implementasi dari program kreativitas mahasiswa sebagai salah satu upaya untuk menumbuhkan, mewadahi, dan mewujudkan ide kreatif serta inovatif mahasiswa. Bidang PKM terus dikembangkan dan disempurnakan sehingga mahasiswa mampu mengantisipasi, memahami bahkan berkontribusi untuk mewujudkan tujuan kehidupan dunia.

Dalam program kreativitas mahasiswa ini terciptalah produk deodorant yang bernama *Spray Natural Deo* merupakan produk inovasi karya mahasiswa yang berinovasi untuk mengolah buah Jeruk nipis menjadi sebuah *deodorant* berbentuk *spray*, yang bermanfaat untuk menghilangkan bau badan dari kuman dan bakteri yang timbul akibat keringat yang berlebih.

Produk *Spray Natural Deo* ini sudah memiliki izin usaha atau nomor induk berusaha (NIB) sehingga usaha ini telah memenuhi standar produk yang telah terdaftar pada NIB yang diterbitkan setelah pelaku usaha melakukan pendaftaran melalui pengisian data secara lengkap. NIB berbentuk tiga belas digit angka acak yang diberi pengaman dan disertai

dengan tanda tangan elektronik. NIB berlaku juga sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Importir (API), dan hak akses kepabeanan.

Proses pengelolaan produk *Spray Natural Deo* dimulai dari mencampurkan seluruh bahan dasar Jeruk nipis dan bahan pendukung *deodorant* lain hingga ke pemilihan kemasan dan desain logo atau *brand* yang menarik dengan tema warna hijau dengan logo Jeruk Nipis.

Adapun visi, misi, dan lokasi usaha yakni :

1. Visi dan Misi Usaha

Visi adalah suatu rangkaian kata yang di dalamnya terdapat impian, cita-cita atau nilai inti dari suatu lembaga atau organisasi. Bisa dikatakan visi menjadi tujuan masa depan suatu organisasi atau lembaga. Ia berisi pikiran-pikiran yang terdapat di dalam benak para pendiri. Pikiran-pikiran itu adalah gambaran dari masa depan dari organisasi yang ingin dicapai.

Visi dari usaha *deodorant* ini adalah Mencapai Keunggulan *deodorant brand* nomor 1 berbahan dasar alami dan Misi yang akan dilakukan agar visi diatas dapat tercapai adalah memasarkan *Spray Natural Deo* ini ke seluruh jangkauan target pasar melalui mitra usaha promosi bersama lembaga koperasi konsumen Al Muawanah Syariah sehingga usaha produk *deodorant* dapat berkembang pesat dan meluas dipasaran.

2. Lokasi Usaha

Lokasi usaha yang dilakukan dalam mengelola dan memasarkan produk *Spray Natural Deo*, dimulai dari pengelolaan dilakukan di desa Taba teret kecamatan Taba penanjung, Kabupaten Bengkulu tengah Provinsi Bengkulu, dan pemasarannya dilakukan di kampus Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu dan didesa Taba Teret kecamatan Taba Penanjung kabupaten Bengkulu tengah.

B. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program

1. Pemasaran/promosi produk *Spray Natural Deo* melalui lembaga Koperasi
 - a. Strategi promosi melalui koperasi

Pemasaran adalah sebuah usaha untuk memperkenalkan sebuah produk atau jasa¹. Dalam pemasaran pasti adanya strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produknya secara lebih luas, sehingga dalam strategi pemasaran terdapat bauran pemasaran, yang mana didalam bauran pemasaran ini terdapat 4 metode pemasaran yang harus diterapkan dalam memasarkan sebuah produk yakni ; (a) produk, (b) harga, (c) tempat, semua metode tersebut telah digunakan dalam pemasaran

¹ Ayu Isti Prabandari, "Proses Pemasaran Dalam Bisnis Penjualan, Ketahui Tahapannya."Jurnal Ekonomi vol 2 (2020)

produk *Spray Natural Deo Rantdah* setelah semua metode ketiga diatas dilakukan dan untuk metode terakhir yang harus dilakukan adalah metode promosi, yaitu suatu bentuk iklan memungkinkan pemasangan iklan secara proaktif mengirim pesannya kepada konsumen, dimana dalam pemasaran ini diperlukan kreativitas dalam merancang dan mendesain suatu iklan yang bisa menarik perhatian calon konsumen hingga berkembangnya suatu perusahaan karena dapat memberikan citra positif terhadap koperasi sebagai wadah promosi serta meningkatnya angka penjualan sehingga berpotensi untuk berkembang dimasa yang akan datang.

b. Syarat Bermitra Usaha Koperasi Dalam Promosi Produk

Adapun syarat yang harus dilengkapi dalam menjalin mitra bersama koperasi Al Muawanah Syariah ini adalah menyiapkan surat permohonan kerja sama, yang tertuju pada pimpinan lembaga koperasi Al Muawanah Syariah hingga terjalannya kontrak kerja sama antara pengusaha lembaga koperasi Al Muawanah Syariah dalam promosi melalui *website* resmi koperasi, sehingga keuntungan dibagi 8:2 sesuai akad yang telah disepakati diawal.

2. Izin NIB

NIB adalah salah satu aspek yang sangat penting dalam pengembangan usaha Mikro, kecil, dan menengah (UMKM). NIB merupakan tanda adanya legalitas sebuah usaha. NIB merupakan nomor identitas berusaha yang digunakan pelaku usaha agar usaha dapat berjalan dan terhindar dari illegalitas, atau usaha illegal yang tidak memiliki surat izin atas usaha yang telah berjalan. Sehingga dengan adanya NIB semua unit usaha dapat menjalankan usahanya tanpa diragukan lagi kelegallannya.²

3. HKI atau Hak Cipta

Hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.³

Hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif

² Hartono Sri, "Pendampingan Pengesahan Pendirian, Nomor Induk Berusaha, Dan Penyusunan Laporan Keuangan Amal Usaha Muhammadiyah Di Wilayah Kabupaten Ngawi," *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2 (2020).

³ Simatupang Maulana, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hak Cipta Dalam Ranah Digital," *Ejournal Balitbangham* 15, No. 1 (2021).

setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Hak eksklusif yang dimaksud dalam pengertian diatas terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.⁴ Artinya, dengan memiliki hak ekonomi inilah pencipta dapat memperoleh manfaat ekonomi dari ciptaannya. Perlu dipahami bahwa hak eksklusif adalah hak yang diperuntukkan hanya bagi atau pemegang hak cipta yang sah, dengan begitu pihak lain tidak boleh memanfaatkan suatu ciptaan tanpa seizin pencipta atau pemegang hak cipta.

C. Potensi Keberlanjutan Program

1. Aspek Masa Depan

Keberlanjutan program ini akan terus berlanjut dengan menambahkan inovasi dan proses produksi lebih banyak untuk menghasilkan produk yang lebih bagus , dan memperluas pangsa pasar terkhusus untuk provinsi Bengkulu dan luar kota Bengkulu. Dan dapat dilihat dari aspek penjualan tingginya minat masyarakat terhadap *deodorant* alami berbahan jeruk nipis ini yang bagus mana tidak hanya menghilangkan bau badan tetapi juga dapat merawat kulit dan terhindar dari iritasi kulit, dengan harga yang ekonomis karena masyarakat akan lebih cepat tertarik

⁴ ramli S. Tasya, “Aspek Hukum Atas Konten Hak Cipta Dikaitkan Dengan Undang Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik No 19 Tahun 2016,” Ejournal Peraturan 17, No. 1 (2020).

dengan harga yang murah namun kualitas yang tidak murahan.

2. *Spray Natural Deo Rantdah* Produk Berbahan Jeruk Nipis

Spray Natural Deo Rantdah merupakan produk *deodorant* anti bau badan yang bermanfaat untuk menghilangkan bau badan, juga dapat mencerahkan kulit ketiak, serta dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama tanpa takut terkena iritasi kulit, karena produk ini dibuat dengan bahan dasar Jeruk nipis serta bahan-bahan pendukung lainnya seperti tawas, air sulingan atau *aquadest* sebagai penetral dan pengawet alami, baking soda yang berkhasiat memutihkan kulit serta dilengkapi dengan aroma buah yang berasal dari biang parfum yang belum tercampur dengan alkohol.

3. Izin Usaha Atau NIB

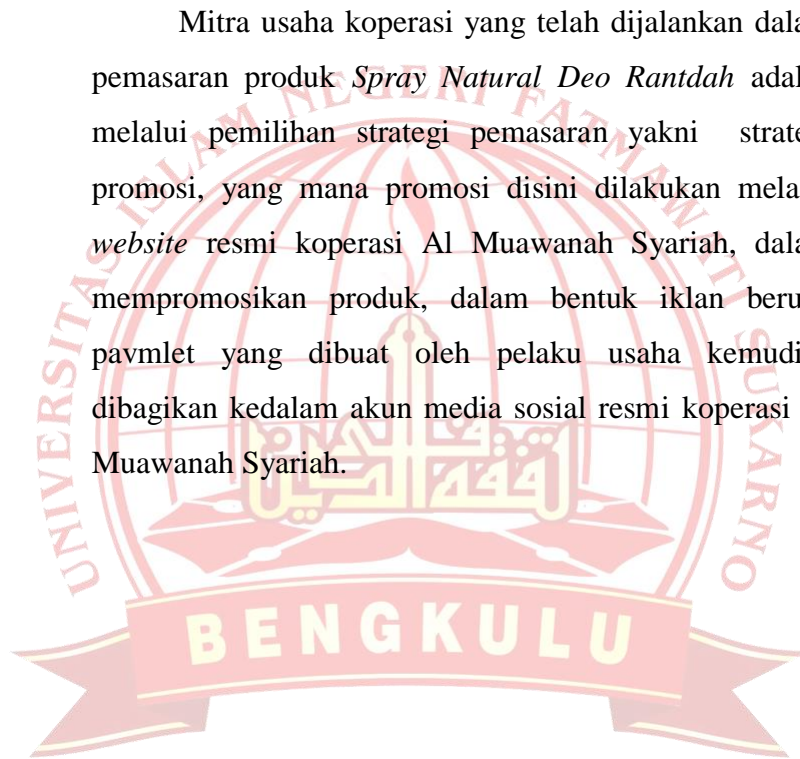
Usaha Produk *Spray Natural Deo Rantdah* ini usaha produk yang legal karena telah terdaftar dalam naungan Kementerian Keuangan. NIB juga telah berlaku sebagai :

- a. Standar Nasional Indonesia, sebagaimana dimaksudkan dalam peraturan perundang-undangan di bidang standarisasi dan penilaian kesesuaian.
- b. Pernyataan jaminan hallal, sehingga jika pelakun usaha telah mendaftarkan usahanya maka produk *spray natural deo rantdah* ini juga telah dijamin kehalallannya.

NIB juga merupakan bukti dari pendaftaran pelaku usaha untuk melakukan kegiatan usaha dan sebagai identitas bagi pelakun usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya.

4. Mitra Usaha koperasi

Mitra usaha koperasi yang telah dijalankan dalam pemasaran produk *Spray Natural Deo Rantdah* adalah melalui pemilihan strategi pemasaran yakni strategi promosi, yang mana promosi disini dilakukan melalui *website* resmi koperasi Al Muawanah Syariah, dalam mempromosikan produk, dalam bentuk iklan berupa pavmlet yang dibuat oleh pelaku usaha kemudian dibagikan kedalam akun media sosial resmi koperasi Al Muawanah Syariah.



BAB V

PENUTUP

A. Evaluasi

Dari hasil kegiatan usaha produk *deodorant* telah memiliki surat izin usaha, dan Hak Cipta Produk masih terdapat kekurangan yakni belum menyangkut BPOM, dikarenakan bahan-bahan belum diteliti secara mendalam, untuk proses kedepannya akan dilakukan penelitian terhadap bahan-bahan *deodorant* ke badan BPOM untuk mendapatkan nomor badan pengelola obat-obatan dan makanan.

B. Kesimpulan

Program Kreativitas Mahasiswa merupakan program yang mengajarkan mahasiswa untuk bisa kompeten dalam berwirausaha, menyusun laporan keuangan serta menganalisis apakah usaha itu layak atau tidak. Hasil yang dicapai dalam kegiatan PKM adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui perbedaan Produk *Spray Natural Deodorant* dengan produk *deodorant brand* lain yaitu:
 - a. Terdapat pada proses pembuatannya, yang mana proses pembuatan sangat sederhana tidak menggunakan alat-alat produksi yang mahal dan banyak, karena hanya dengan mencampurkan bahan-bahan dengan komposisi yang telah ditentukan sehingga larutan air *deodorant* menyatu dan *homogen*, serta siap untuk digunakan.

- b. Tidak menggunakan bahan-bahan kimia atau *zat Parabean* yang terdapat pada komposisi *deodorant brand* lain. Sedangkan bahan-bahan yang terkandung dalam *Spray Natural Deo* ini banyak menggunakan bahan-bahan alami yakni Air perasan Jeruk Nipis serta bahan pendukung lain yang mengandung lebih sedikit zat kimia dibanding zat kimia yang digunakan *deodorant brand* lain pada umumnya. Jeruk Nipis sendiri memiliki manfaat ampuh untuk menghilangkan bau badan
- c. Perbedaannya juga terdapat pada varian kemasan *deodorant* yang mana memiliki varian tipe *spray* atau semprotan, yang mana akan memudahkan penggunaan *deodorant* untuk bisa langsung diaplikasikan kekulit.
2. Dapat mengetahui proses pengelolaan Jeruk Nipis menjadi sebuah produk *deodorant* penghilang bau badan, didalam laporan PKM ini masyarakat bisa mengetahui seperti apa proses pengelolaan Jeruk Nipis ini sehingga menjadi sebuah *deodorant*, dimulai dari melengkapi semua bahan yakni; Tawas, Jeruk Nipis, *Baking Soda*, dan bahan pendukung lainnya yang cukup dicampur agar larutan tercampur secara *homogen* sehingga *deodorant* bisa siap dipasarkan.

3. Dapat mengetahui dan menjalankan pemasaran produk *Spray Natural Deo Rantdah* menjadi mitra usaha koperasi, yang mana mitra yang dilakukan bersama koperasi ini adalah promosi produk didalam *website* resmi koperasi al Muawanah Syariah yang bertujuan untuk memperkenalkan produk sehingga dapat meningkatnya angka penjualan

Untuk pelaku usaha, hal yang didapat adalah dapat menciptakan sebuah produk yang inovatif, karena dalam berwirausaha hal yang paling penting yang harus kita ketahui adalah meminimalisir biaya sekecil-kecilnya untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya.

C. Saran

Untuk kedepannya disarankan *Spray Natural Deo Rantdah* ini dapat:

1. Mengembangkan kegiatan bisnisnya dengan mendaftarkan produk kepada Badan Pengelola Obat-Obatan dan Makanan, sehingga proses pengelolaan dan bahan-bahan *deodorant* bisa memiliki sertifikasi aman untuk digunakan dan disebarluaskan sehingga dapat berkembang dan dipasarkan ke jangkauan yang lebih luas
2. Dapat menambah varian kemasan, jenis dan aroma sehingga *Spray Natural Deo Rantdah*

ini dapat bersaing dengan produk-produk sejenis lainnya dan mampu meraih pangsa pasar yang telah luas.

3. Diharapkan kedepannya bisa menjalin kerja sama dalam penitipan produk di dalam Muawanah Mart yang difasilitasi oleh koperasi al Muawanah Syariah.



DAFTAR PUSTAKA

Achmad Zirzis. *INILAH SURGA*. Edited by Achmad Zirzis.

Jakarta Timur: PUSTAKA AL-Kautsar, 2013.

Agus Widayako. *Invensi Integrasi Trensains*. Yogyakarta:

Deepublish, 2021.

https://books.google.co.id/books?id=UxyHEAAAQBAJ&pg=PA118&dq=Khasiat+jeruk+nipis+untuk+membunuh+bakteri&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwj4ma7Gz5f8AhU8xDgGHbrJAwQQ6wF6BAgEEAU#v=onepage&q=Khasiat jeruk nipis untuk membu.

Annisa Een Enjelina. “Jurnal Manajemen Pemasaran.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 15, no. 1 (2018).

Arief Rachmawan Assegaf, SE., MM. “PENGARUH BIAYA TETAP DAN BIAYA VARIABEL TERHADAP PROFITABILITAS PADA PT. PECEL LELE LELA INTERNASIONAL, CABANG 17, TANJUNG BARAT, JAKARTA SELATAN.” *Jurnal Ekonomi dan Industri* 20, no. 1 (2019).

Arnold, Putri Wahyuni, Pinondang Nainggolan, Darwin

Damanik, and Universitas Simalungun. “Analisis Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe Di

Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari

Oleh :” 2, no. 1 (2020): 29–39.

atriana puspa. “Bauran Pemasaran 4 P.” *Jurnal Ekonomi Islam* 3 (2020): 213–215.

Ayu Isti Prabandari. “Proses Pemasaran Dalam Bisnis Penjualan, Ketahui Tahapannya.” Last modified 2020.

<https://www.merdeka.com/jateng/proses-pemasaran-dalam-bisnis-penjualan-ketahui-tahapannya-klm.html>.

Diana Sari. “Skincare Aman Untuk Kulit.” *Jurnal Fenomena Kesehatan* 1 (2019).

Ervianingsih, and Razak Abd. “Formulasi Sediaan Deodorant Lotion Dari Minyak Atsiri Nilam (Pogostemon Cablin Benth).” *Jurnal Fenomena Kesehatan* 02, no. 01 (2019): 188–196.

Fachrysa Halik, Rizky Ariesty, Amzul Rifin, and Siti Jahroh. “Pengaruh Kemtraan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil Tahu Di Indonesia.” *Jurnal Agribisnis Indonesia* 8, no. 2 (2020): 164–174.

Fizal, Ranti Utami. “Analisis Anggaran Biaya Produksi Sebagai Alat Pengendalian Biaya Pada Cv. Pinang Advertising Tanjungpinang.” *jurnal STIE* 4, no. 02 (2021): 113–121.

Global, D I Pasar. “TARGET PASAR DAN STRATEGI MEMPOSISIKAN PRODUK TEH DI PASAR GLOBAL,”

no. 2 (2011): 125–136.

Hartono Sri. “PENDAMPINGAN PENGESAHAN PENDIRIAN, NOMOR INDUK BERUSAHA, DAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN AMAL USAHA MUHAMMADIYAH DI WILAYAH KABUPATEN NGAWI.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2 (2020).

Hasanah, Mahmudah, and Monry Fraick NG Ratumbusang. “Strategi Peningkatan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Program Kreativitas Mahasiswa.” *Jurnal Socius* 6, no. 02 (2017): 294–313.

Hendra Permana, Sony, and Aulia Adhiem. “Development Strategy for Baitul Mal Wattamwil (Bmt) Asan Alternative Financial Institution To Support Micro, Small, and Medium Enterprises.” *Strategi Pengembangan BaituMal Wattamwil* 24, no. 2 (2019): 103–112. <http://www.>

Hutagalung, Muhammad Wandisyah R, and Sarmiana Batubara. “Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian Dan Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia” 7, no. 03 (2021): 1494–1498.

Jushermi Jurusan. “Analisis Segmentasi Gaya Hidup Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Riau.” *Jurnal Ekonomi Volume 18, Nomor 1 Maret 2019* 2, no. 1 (2020): 41–49.

- Maruta Heru. “ANALISIS BREAK EVEN POINT (BEP)SEBAGAI DASARPERENCANAAN LABA BAGI MANAJEMEN.” *Stie Syariah Bengkalis* 20, no. 1 (2019).
- Nabilla A. G, Antje Tuasela. “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi.” *Kritis* 5 (2021): 21–40.
- Ningsih¹⁾, Desy Dwi Sulastriya, and M. Ruslianor Maika²⁾. “Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar Di Sidoarjo.” *Jurnal ilmiah Ekonomi Islam* 3 (2020).
- Novita, Diana, Agus Herwanto, Eko Cahyomayndarto, Dwi Rorin Mauludin Insana, Muhammad Laras Widyanto, and Sri Kurniawati. “Mengenali Pangsa Pasar, Cara Paling Efektif Dalam Memasarkan Produk.” *Jurnal Abdimas* 7, no. 9 (2021): 345– 349.
- Perencanaan, Abstrak, Cijeungjing Kabupaten Ciamis, and Kata Kunci. “PELAKSANAAN PENGENDALIAN PENJUALAN MELALUI OPTIMALISASI PERENCANAAN PENJUALAN Oleh : Firman Aryansyah Program Studi Pendidikan Akuntansi FKIP Universitas Galuh Jl . R . E . Martadinata No . 150 Ciamis Email : Firman_aryansyah13@yahoo.Com” 7, no. November (2019): 99–106.
- Pramudono, K N Adli B. “Jurnal MIPA” 38, no. 1 (2015): 57–67.

Purbohastuti Arum. “EFEKTIVITAS BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET” 7 (2021).

Rahmawati sari. “Whitening Agent : Mekanisme, Sumber Dari Alam Dan Teknologi Formulasinya” 6, no. 2 (2021): 169–186.

Ramli S. Tasya. “ASPEK HUKUM ATAS KONTEN HAK CIPTA DIKAITKAN DENGAN UNDANG UNDANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK NO 19 TAHUN 2016.” *ejournal peraturan* 17, no. 1 (2020).

Selang, Christian A.D. “BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL MANADO.” *Jurnal EMBA* 1, no. 3 (2016): 71–80.

———. “BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL MANADO.” *Jurnal EMBA* 1 (2013): 71–80.

Simatupang Maulana. “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hak Cipta Dalam Ranah Digital.” *ejournal balitbangham* 15, no. 1 (2021).

Sri Hidayati¹, Jahja², Ida Chairanna M³. “Jurnal Skala Kesehatan. Politeknik Kesehatan Banjarmasin” 11, no. 1 (2020): 21–27.

Suawa, Pascallino Julian, Novie R. Pioh, and Welly Waworundeng. “Manajemen Pengelolaan Dana Revitalisasi Danau Tondano Oleh Pemerintah Kabupaten Minahasa(Studi Kasus Di Balai Wilayah Sungai Sulawesi).” *Jurnal Governance* 1, no. 2 (2021): 2088–2815.

suparniati, bayhakky, yulia irvani dewi. “THE IMPACT OF WORKING CAPITAL TO PROFITABILITY AT COOPERATION ‘X’ BANDUNG.” *Gambaran Interaksi Sosial Lansia Di Masyarakat* 8, no. 1 (2018): 622–633.

Susanti), Noevie, and M. kurniawan3) , Hamid Halin2). “PENGARUH BAURAN PEMASARAN (4P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PT. BERLIAN BERSAUDARA PROPERTINDO.” *Jurnal Global Ekonomi* 8 (2017).

Susanti, Laila, Subur Widodo, Qurrota Aini, and Dyah Rahmawati. “Antibacterial Activity From Cucumber (Cucumis Sativus.L) Ethanol Extract In Deodorant Roll On,” no. April (2017).

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. “TINJAUAN UMUM TENTANG KOPERASI” 20 (2021).

Usman(1), Hafid, and Kuwat Riyanto(2). “Jurnal Manajemen Pemasaran,” no. September (2019): 1–14.

Wijaya, Hari, and Hani Sirine. “Strategi Segmenting, Targeting,

Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap.” *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurshio* 1, no. 3 (2016): 175–190.

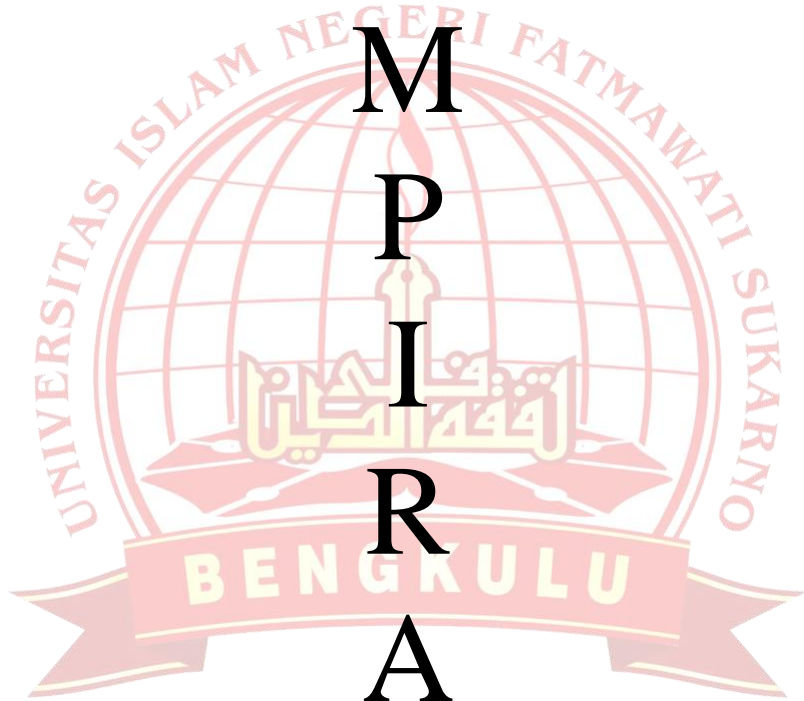
Windya Novita. *Buku Pintar Merawat Kecantikan Dirumah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.

Wiranda Angga. “PERBEDAAN SIFAT FISIK DAN STABILITAS FISIK DEODORAN EKSTRAK ETANOL DAUN BELUNTAS (*Pluchea Indica* L.) DENGAN VARIASI JUMLAH SORBITAN MONOSTEARATE SEBAGAI EMULSIFYING AGENT” (2012): 1–174.

Wulandari D Christina. *UJI AKTIVITAS ANTIBAKTERI AIR PERASAN JERUK NIPIS (*Citrus Aurantifolia* Swingle.) TERHADAP PERTUMBUHAN BAKTERI *Staphylococcus Epidermidis**. Yogyakarta, 2017.


“PERKEMBANGAN KONSEP PEMASARAN: IMPLEMENTASI DAN IMPLIKASINYA Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta” 14, no. 1 (2014).

L
A
M
P
I
R
A
N



5	31/1/22	bab 1-5	pekerja	85
6	2/2/22	kegiatan, Dupa pendidikan	pekerja	48
7	3/2/22	se		

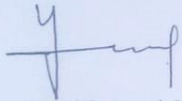
Bengkulu, 13 Januari 2023
Pembimbing I

 3/1/23
Prof. Andang Sunarto, Ph.D
NIP. 197611242006041002

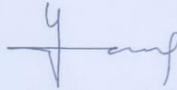
Bengkulu, 10 Januari 2023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Pembimbing II



Yenti Sumarni, M.M
NIP. 19790416200701220



Yenti Sumarni, M.M
NIP. 19790416200701220

	Laporan Selasa, Rabu, 14 desember 2022	Latar belakang laporan	<ul style="list-style-type: none"> - Latar belakang - (Manfaat Pkkn sehingga ada peluang membuat produk - Tujuan - Fokus pengelolaan dan pemasaran - manfaat 	
6	Selasa , Jumat, 6 Januari 2023	Laporan Pkkn	<ul style="list-style-type: none"> - tambahkan potensi keberlanjutan pada bab 4 - 	
7	Selasa, 10 Januari 2023	A.C.C.		
8				
9				
10				
11				



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Stadion Pahlawan, Padang Dua, Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51270-51171-51172 - Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfatmawatisukarno.ac.id

DAFTAR HADIR UJIAN KOMPREHENSIF ONLINE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

HARI/TANGGAL : Jumat, 20 Januari 2023
PRODI/SEMESTER : Perbankan Syariah / 7

MAHASISWA	DOSEN PENGUJI
 <u>INDAH LESTARI PRATIWI</u> NIM.191114041	 <u>KATRA PRAMADEKA, MEI</u> NIP.198807252020121003

Catatan dari Penguji (Jika Ada):

Mengetahui,
Ketua Prodi


Yunita Een Fitrianti, M.Si
NIP.198106122015032003



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.uinibengkulu.ac.id

BLANKO NILAI UJIAN KOMPREHENSIF ONLINE

HARI/TANGGAL : Jumat, 20 Januari 2023
NAMA/NIM : Indah Lestari Pratiwi(1911140041)
JURUSAN/PRODI : Perbankan Syariah
UJIAN KE :

NO	KODE SOAL	NILAI
1	Keislaman 1	80
2	Keislaman 2	80
3	Keislaman 3	80
4	Keislaman 4	80
5	Keislaman 5	80
6	Keilmuan 1	80
7	Keilmuan 2	80
8	Keilmuan 3	80
9	Keilmuan 4	80
10	Keilmuan 5	80
Nilai Rata - Rata		80

Ketentuan :

1. Bobot nilai tiap soal dalam angka 10 – 100
2. Mahasiswa/I dinyatakan lulus jika mencapai rata - rata nilai minimal 70
3. Keterangan Nilai :
 - a. $80 - 100 = A$
 - b. $70 - 79 = B$

Bengkulu, 20 Januari 2023

Penguji,

(Katra Pramadeka, MEI)

NIP. 19880725202021003



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.uinfaibengkulu.ac.id

KEGIATAN : UJIAN KOMPREHENSIF

16/1/23

Kepada Yth. Bapak/ Ibu Aan Shar (sekour EKIS)

Mohon disiapkan Tim Penguji Komprehensif Mahasiswa:

Nama : Indah Lestari Pratiwi
 NIM : 1911140041
 Jur/ Prodi : PG B

Tim Penguji
 Komponen Universitas :
 Komponen Fakultas :
 Komponen Jur/ Prodi :

Catatan:

CAH ESTARI PRATIWI
 NIM:1911140041



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.uinfaibengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 1016/Un.23/ F.IV/PP.00.9/09/2022

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

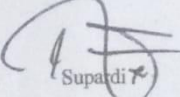
1. N A M A : Prof. Andang Sunarto, Ph.D
NIP : 197611242006041002
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir
2. N A M A : Yenti Sumarni, M. M.
NIP : 197904162007012020
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir

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

N A M A : Indah Lestari Pratiwi
NIM : 1911140041
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengelolaan dan Pemasaran Produk Deodorant Menjadi Mitra Usaha Koperasi Berbahan Dasar Jeruk Nipis
Keterangan : Program Kreativitas Mahasiswa

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

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 5 September 2022
Dekan,


Supatdi

Tembusan :

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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

FORM VALIDASI TEMA TUGAS AKHIR

A. Identitas Mahasiswa

Nama Iradah Lestari Protius
NIM 191140041
Prodi Perbankan Syariah
Semester 7 (tujuh)

B. Pilihan Tugas Akhir:

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

C. Tema Yang Diajukan sesuai prodi :

Tema Produk Kecantikan dan deodorant

Menyusutkan Dosen RTA (Rencana Tugas Akhir Skripsi)

Nama Yenti Sumanah, MPA
NIP/NIDN 197904162009012020

Ko. Prodi
Deby Arelisa, MBA

D. Konsultasi Judul sesuai tema dan Prodi

1. Validasi RTA oleh Dosen Rencana Tugas Akhir (Disertai Proposal Mini)

Catatan Pengelasan dan pemasaran produk deodorant
melalui mitra Usaha koperasi berbahan
dasar jeruk nipis

Dosen Rencana Tugas Akhir

Yenti Sumanah, MPA
197904162009012020



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BEBAS RISIKO
NOMOR BELUM BERUSAHA 271022001147

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

- | | |
|--------------------------|--|
| 1. Nama Pelaku Usaha | PT. JETZAR PRATAMA |
| 2. Alamat | Desa Indragiri Tengah, Kecamatan Indragiri Tengah, Kabupaten Indragiri Tengah, Provinsi Riau |
| 3. Nomor Telepon Standar | +6281933333333 |
| 4. Email | jetzarmail1@gmail.com |
| 5. Nama Manajer Risiko | Ucha Mulu |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai Angka Pengenal Import (API), hak akses kapal-kapalan, serta pendaftaran kepemilikan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan.

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

NIB ini merupakan jaminan tunggal yang berlaku sebagai sertifikat jaminan produk hasil berdasarkan pemilikan merek pelaku usaha dan sesuai memperoleh jaminan dari lembaga pembiayaan Proses Produs Hasil (PPH) dan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dibuatkan di Jakarta, tanggal 27 Oktober 2022
Perubahan ke-1, tanggal 27 Oktober 2022

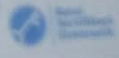
Menteri Investasi
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal



Ditandatangani secara elektronik

Ditulis tanggal 23 November 2022

1. Dokumen ini diterbitkan dalam PDF berdasarkan data dari Pelaku Usaha, sehingga akan dalam PDF yang terdapat watermark.
 2. Pelaku Usaha
 3. Dalam hal terjadi perubahan data dokumen ini akan otomatis perbarui sebagaimana terdapat watermark.
 4. Dokumen ini dapat diperbarui secara mandiri menggunakan aplikasi aplikasi yang terdapat pada QR Code.
 5. Dokumen ini dapat diperbarui secara mandiri melalui aplikasi aplikasi yang terdapat pada QR Code.



SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202310599, 3 Februari 2023

Pencipta
Nama : Indah Lestari Pratiwi
Alamat : Desa Taba Teret Kec. Taba Penanjung, Bengkulu Tengah, BENGKULU, 38386
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta
Nama : Indah Lestari Pratiwi
Alamat : Desa Taba Teret Kec. Taba Penanjung Kab. Bengkulu Tengah, Bengkulu Tengah, BENGKULU, 38386
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : Karya Tulis (Skripsi)
Judul Ciptaan : Pengelolaan Dan Pemasaran Produk Deodorant Menjadi Mitra Usaha Berbahaya Dasar Jeruk Nipis

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 3 Februari 2023, di BENGKULU

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000443522

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak Terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual
u.b.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto
NIP.196412081991031002

Ditandatangani

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.





**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 PLAGIARISME

Nomor: 231/SKLP-FEBI/02/02/2023

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

Nama : INDAH LESTARI PRATIWI
NIM : 1911140041
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
Jenis Tugas Akhir : PKM
Judul Tugas Akhir : PENGELOLAAN DAN PEMASARAN PRODUK DEODORANT
MELALUI MITRA USAHA KOPERASI BERBAHAN DASAR
JERUK NIPIS

Dinyatakan lulus uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil **17%**. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

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

Bengkulu, 3 Februari 2023
Ketua TIM / Wakil Dekan 1

Romi Adetio Setiawan, MA., Ph.D
NIP. 198312172014031001