

# Upaya Peningkatan Pemasaran Produk Melalui Pendampingan Pembuatan Nama Produk, Kemasan dan Perizinan Usaha Dodol Desa Reksonegoro Kabupaten Gorontalo

Melinda Ibrahim<sup>1)</sup>, Muammar Zainuddin<sup>2)</sup>, Frengky Eka Putra Surusa<sup>3)</sup>

Program Studi Akuntansi<sup>1)</sup>, Program Studi Teknik Elektro<sup>2, 3)</sup>  
Universitas Ihsan Gorontalo  
Jl. Achmad Nadjamuddin, No.17 Kota Gorontalo

Email : [melindaibrahim99@gmail.com](mailto:melindaibrahim99@gmail.com) <sup>1)</sup>

---

*Abstrak - Permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha dodol di Desa Reksonegoro Kabupaten Gorontalo terletak pada manajemen pemasaran dan manajemen keuangan. Pada aspek Pemasaran yaitu belum memiliki nama brand produk, kemasan, Izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), serta belum memiliki sertifikat halal dari LPPOM MUI. Pada aspek manajemen keuangan usaha masih bercampur dengan keuangan keluarga dengan tingkat kedisiplinan yang sangat rendah sehingga mengakibatkan modal usaha seringkali terpakai untuk kebutuhan pribadi. Tujuan kegiatan pengabdian ini yaitu meningkatkan daya saing produk dan pengelolaan usaha dodol warga desa Reksonegoro di Kabupaten Gorontalo. Kegiatan program pengabdian dilakukan melalui pendampingan penetapan nama produk, membuat kemasan dodol yang lebih informatif dan menarik, penerbitan izin P-IRT, penerbitan sertifikasi Halal dari LPPOM MUI dan pendampingan pengelolaan keuangan. Luaran yang telah diperoleh dari setiap program yaitu menghasilkan satu buah nama brand dan logo dodol, menghasilkan 2 desain kemasan paket dodol untuk ukuran pembelian seharga Rp. 50.000,- dan pembelian seharga Rp.100.000. Dari kegiatan ini mitra telah memperoleh sertifikat penyuluhan, sertifikat P-IRT, sertifikat Halal dari LPPOM MUI Provinsi Gorontalo serta peningkatan pemahaman mitra terhadap manajemen pengelolaan keuangan usaha dodol.*

*Kata Kunci ; Pendampingan, nama produk, Kemasan, Perizinan, dodol Gorontalo*

---

*Abstract – The main problems faced by dodol business doers at Reksonegoro in Gorontalo Regency can be seen in marketing management and financial management. In marketing management aspect, it is found that there are some absences in cases of branding, packaging, Home-Industry Food Certification), and Halal certification issued by Institute for Food, Drug, and Cosmetics Studies - Indonesian Ulema Council. In financial management aspect, it is indicated that there is a mixed financial management of both business and private needs with a very low discipline causing a financial misuse for private expenses. The aim of this service activity is to improve the product competitiveness and business management of the residents at Reksonegoro in Gorontalo Regency. The service programs are carried out through mentoring for a more informative, attractive branding and packaging, helping the issuance of Home-Industry Food Certification and Halal Certification by Institute for Food, Drug, and Cosmetics Studies - Indonesian Ulema Council, and assisting the financial management. The outputs succeeded in each program are a dodol's branding and logo have been created, and two packaging designs for IDR 50.000,00, and IDR 100.000,00 have been made. Besides that, the partners in this activity have achieved some certifications namely Counseling Certificate, Home-Industry Food Certificate, and Halal certificate issued by Institute for Food, Drug, and Cosmetics Studies - Indonesian Ulema Council of Gorontalo Province. Through mentoring, the understanding of this business partners in the matter of financial management has significantly improved.*

*Keywords: assistances, branding, packaging, licensing, dodol Gorontalo*

---

## 1. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi perhatian yang sangat menarik dan lebih serius dari berbagai kalangan, baik lembaga pemerintah ataupun masyarakat umum. Fenomena ini tidak terlepas dari peran UMKM dalam penyerapan tenaga kerja, Sumbangan Pendapatan Nasional (GDP) dan

ketahanan UMKM terhadap berbagai gejolak [1]. Peran UMKM dalam perekonomian nasional dinilai sangat strategis. Berangkat dari Nawacita Presiden Republik Indonesia, sektor ini dianggap sebagai penyelamat krisis yang dihadapi Indonesia sejak tahun 1997 karena fleksibilitasnya dalam menyalurkan perubahan dan kemampuannya menyerap tenaga kerja sehingga mampu mengurangi tingkat

pengangguran dan kemiskinan [2]. Kemampuan-kemampuan yang dimiliki UMKM tersebut sangat ditentukan oleh beberapa faktor diantaranya sumber daya manusia, penguasaan teknologi, akses keinformasi, dan pasar output maupun input. Oleh karena itu pentingnya penguatan daya saing terhadap UMKM menjadi perhatian yang sangat utama demi mewujudkan roda perekonomian Indonesia yang kuat dan kokoh.

UMKM yang sedang tumbuh dan berkembang pesat salah satunya adalah kelompok usaha Dodol di Desa Reksonegoro. Reksonegoro adalah salah satu desa di Kecamatan Tibawa, Kabupaten Gorontalo, Provinsi Gorontalo, Indonesia. Desa ini didirikan oleh orang Jawa Tondano (Transmigran) yang pindah dari Sulawesi Utara pada tahun 1925. Di daerah ini terkenal dengan beragam kuliner khas yang terkenal sampai saat ini yaitu Dodol khas Gorontalo. Dodol Gorontalo ini tergolong unik baik dari segi bentuk maupun rasanya yang khas, Kulit luar (pembungkus) dari dodol Gorontalo ini terbuat dari daun nipah muda (*woka*). Dodol Gorontalo berbahan dasar tepung ketan, gula aren, santan kelapa, dan kacang tanah. Proses pembuatan dodol membutuhkan waktu yang relatif lama dengan keahlian khusus, harganya pun tergolong murah hanya 2.000 rupiah perbungkus. Kelompok usaha dodol ini telah mengambil peran sebagai produsen dodol oleh-oleh khas Gorontalo, karena tempat penjualannya berada tepat di dalam Bandar Udara Djalaluddin Gorontalo.

#### **Permasalahan Mitra**

Berdasarkan identifikasi masalah mitra, memberikan gambaran bahwa terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha dodol yang ada di Desa Reksonegoro. Permasalahan tersebut khususnya dalam aspek manajemen pemasaran dan manajemen keuangan. Permasalahan pertama usaha dodol yaitu belum memiliki nama produk (*brand*) sehingga sulit bagi konsumen maupun pelanggan untuk membedakan olahan dodol yang dijual. Hal ini mengingat ada 4 Ibu Rumah Tangga yang mengisi stand (menjual) di pelataran Bandara. Ketiadaan nama produk ini tentu saja menyulitkan konsumen untuk membedakan antara satu produk dengan lainnya sebab pada *stand* tersebut dodol dibuat oleh 4 pelaku usaha yang berbeda sehingga menghasilkan kualitas dan rasa yang berbeda pula. Kondisi ini turut mempersulit pelanggan dalam melakukan pemesanan, akibatnya siklus penjualan dodol cenderung *stagnan*.

Permasalahan kedua, usaha ini belum memiliki kemasan dodol yang layak. Dodol tersebut hanya dikemas menggunakan dus bekas dan diikat menggunakan lakban sehingga membuat produk ini

menjadi tidak menarik dan kurang diminati untuk dijadikan oleh-oleh khas daerah Gorontalo. Desain kemasan yang kurang menarik merupakan sebuah kelemahan dalam pengelolaan usaha yang bisa memperlemah daya saing produk di pasaran [3]. Pada era persaingan saat ini, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah dan pelindung produk dari kerusakan, tapi juga sebagai identitas produk dan penambah daya tarik produk bagi calon pembeli [4]. Hal ini dipertegas dalam penelitian bahwa sebagian besar perhatian secara visual dalam melakukan observasi dan penentuan keputusan pembelian terhadap suatu jenis produk cenderung dipengaruhi oleh ciri fisik dari kemasan produk yang diletakkan di rak display toko [5]. Hal ini mengindikasikan bahwa daya saing suatu produk sangat ditentukan oleh desain kemasan yang dimiliki. Realitas ini harus disadari dan disikapi oleh para pelaku usaha dodol di Desa Reksonegoro. Gambar 1 menampilkan tampilan fisik dari Produk Dodol yang dikemas menggunakan dus bekas.

Permasalahan ketiga yaitu usaha dodol belum memperoleh izin usaha Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dari Dinas Kesehatan dan belum memperoleh sertifikasi Halal dari LPPOM Majelis Ulama Indonesia (MUI). Legalitas hukum perlu dimiliki oleh setiap usaha untuk memberikan perlindungan bagi konsumen sebagaimana amanat Undang-Undang No. 08 Tahun 1993 tentang Perlindungan Konsumen [6]. Pengurusan izin P-IRT merupakan salah satu upaya dari pelaku usaha untuk memberikan rasa aman kepada konsumen disamping juga untuk melegalkan sebuah produk khususnya Usaha Dodol yang selama bertahun-tahun melakukan produksi tanpa izin usaha. Pengurusan izin P-IRT merupakan hal yang penting dilakukan karena sangat erat kaitannya dengan pemasaran. Produk yang legal telah mendapat nomor terdaftar dengan dilengkapi label merek yang sesuai. Produk yang telah terdaftar berarti telah mendapatkan izin dari Dinas Kesehatan dengan melalui tahap-tahap seleksi dan uji laboratorium mengenai keamanan produk sehingga aman dikonsumsi. Apabila usaha dodol sudah mendapatkan izin P-IRT diharapkan bisa membuka peluang untuk memasarkan hasil produknya.

Pendampingan ini juga berupaya untuk mendapatkan Sertifikat Halal dari LPPOM MUI. Bagi konsumen, sertifikat halal ini memiliki beberapa fungsi. (1) terlindungnya konsumen muslim dari mengonsumsi pangan, obat-obatan dan kosmetik tidak halal, (2) secara kejiwaan perasaan hati dan batin konsumen menjadi tenang, (3) mempertahankan jiwa dan raga dari keterpurukan akibat produk haram, dan (4) akan memberikan kepastian dan perlindungan hukum [7].

Realitas yang ditemukan bahwa para pelaku usaha dodol masih belum memperoleh informasi yang holistik atas manfaat dari pengurusan izin untuk melegalkan usahanya. Disamping kurangnya informasi, para pelaku usaha kurang termotivasi diakibatkan kesibukan memproduksi dodol yang begitu padat, mengingat usaha ini masih dikelola sendiri dari proses produksi sampai pada proses penjualan produk.

Permasalahan keempat yaitu para pelaku usaha dodol belum melakukan pengelolaan keuangan secara professional. Hal ini nampak pada Pengelolaan keuangan yang belum memisahkan keuangan usaha dodol dengan keuangan rumah tangga (pribadi). Meskipun usaha dodol ini merupakan usaha kecil menengah, bukan berarti tidak membutuhkan

manajemen keuangan. Hal ini mutlak dilakukan karena menjadi salah satu langkah awal yang cukup menentukan kesuksesan usahanya. Bisnis yang tidak melakukan perencanaan atau manajemen keuangan dapat dipastikan akan mengalami sebuah kegagalan akibat kurang professional dalam manajemen modal. Artinya bahwa pelaku usaha tidak dapat memastikan jumlah pemasukan dan juga jumlah pengeluaran yang terus digunakan dalam berbisnis. Begitu juga banyak kegiatan usaha mikro mengalami kegagalan atau bangkrut dikarenakan tidak mampu mengelola keuangan dengan baik. Kondisi ini seringkali disebabkan karena keuangan usaha mikro yang dikelola tidak dipisahkan dengan keuangan keluarga [8].



Gambar 1. Kondisi produk dodol 4 mitra menggunakan dus tanpa nama produk

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan *problem solving* atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra, dalam hal ini para pelaku usaha dodol di Desa Reksonegoro. Pelaksanaan kegiatan ini dimulai dengan melakukan observasi lapangan untuk menganalisis situasi permasalahan di lapangan. Selain itu, dilakukan koordinasi dengan Kepala Desa Reksonegoro dan Ketua Tim PKK sekaligus untuk memperoleh izin pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Reksonegoro. Koordinasi dengan pemerintah setempat memberikan banyak informasi penting mengenai profil dari para pengusaha dodol yang berdomisili di Desa Reksonegoro. Hampir seluruh pelaku usaha dodol merupakan warga keturunan Jawa Tondano. Mereka lahir dan dibesarkan di Gorontalo, namun masih memegang teguh tradisi yang dianut oleh budaya Jawa Tondano. Usaha yang dijalankan sudah turun temurun dengan resep rahasia dari nenek moyang, sehingga setiap pelaku usaha menghasilkan dodol yang berbeda dari segi rasa dan kualitasnya. Informasi ini menjadi modal untuk

menjalin hubungan baik dengan mitra, dengan harapan dapat terciptanya hubungan kekeluargaan. Kegiatan pendampingan ini dilakukan secara persuasif dan bersifat informal melalui penciptaan komunikasi yang baik untuk memperoleh kepercayaan dari para pelaku usaha. Dalam kegiatan PKM telah ditetapkan empat mitra usaha dodol yang tergabung dalam dua kelompok usaha. Keempat mitra tersebut telah menjajakan produknya di Pelataran Bandar Udara Jalaluddin Gorontalo. Keempat mitra produsen dodol tersebut yaitu Ibu Inel, Ibu Tati, Ibu Tarni dan Ibu Titi.

Solusi yang telah disepakati bersama mitra, kemudian ditetapkan mekanisme pelaksanaannya. Kegiatan yang dilaksanakan lebih menekankan pada aspek manajemen pemasaran yaitu; (1) Pembuatan dan penetapan nama produk (*brand*). (2) Pembuatan kemasan dan desain identitas produk dodol (3) Sertifikasi dari dinas kesehatan (P-IRT) dan LPPOM MUI. (4) Pendampingan Penyediaan Sistem Stok Bahan Baku, (5) Pendampingan manajemen keuangan usaha.

Kegiatan pendampingan pada aspek manajemen pemasaran diberikan kepada para mitra khususnya pengusaha dodol dengan tujuan agar produk yang dihasilkan mudah dikenal oleh masyarakat, sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan omzet penjualannya. Dalam pelaksanaannya, kegiatan pendampingan ini menggunakan beberapa metode, yaitu meliputi ceramah, diskusi, praktik langsung, dan observasi. Metode ceramah digunakan dalam proses penyampaian materi pendampingan sekaligus memberikan motivasi kepada para mitra agar selalu bersemangat untuk memperbaiki kualitas produknya termasuk atribut-atribut yang mendukung daya saing dari produknya tersebut. Metode diskusi digunakan dalam proses komunikasi dua-arah selama kegiatan antara tim pendampingan dan para mitra. Metode praktik langsung digunakan untuk mengaplikasikan materi-materi yang telah didapatkan misalnya pada saat melakukan pendampingan pembuatan brand dan logo usaha dan desain kemasan. Metode observasi digunakan untuk mengevaluasi kemampuan para mitra baik selama proses pendampingan maupun setelah proses tersebut sehingga bisa dianalisis dampak dari kegiatan pendampingan yang dilakukan terhadap perilaku pemasaran produk mitra.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### *Pendampingan Pembuatan dan Penetapan Nama Produk*

Kegiatan pendampingan ini memiliki tujuan utama yaitu para mitra dalam hal ini pengusaha dodol skala rumah tangga di Desa Reksonegoro memiliki nama produk sendiri. Pada proses awal sosialisasi,

masih terdapat penolakan secara halus dari para mitra. Setelah melakukan pendekatan dan berdiskusi santai diperoleh informasi bahwa sebelumnya telah banyak pihak baik dari pemerintah setempat maupun dari instansi lainnya yang datang berkunjung ketempat usaha mitra dengan memberikan berbagai janji pengembangan usaha. Misalnya bantuan berupa stiker yang akan ditempelkan pada dus kemasan dodol. Masing-masing pengusaha dodol mendapatkan 50 pcs stiker yang digunakan selama 3 hari. Sayangnya, penggunaan stiker ini tidak berlanjut dikarenakan para pengusaha dodol tidak memiliki desain stikernya dan kurangnya informasi tempat percetakan stiker. Sementara pihak lain hanya sekedar berkunjung tanpa ada kepastian bentuk bantuan yang akan diberikan kepada pengusaha dodol. Hal inilah yang membuat mereka bersikap apatis jika ada pihak yang ingin membantu meningkatkan usaha dodolnya.

Dari hasil diskusi menggambarkan bahwa para pelaku usaha merasa telah nyaman dengan kondisi pemasaran produk mereka selama ini dan menganggap bahwa tanpa adanya identitas produk, desain kemasan yang menarik, izin usaha serta sertifikat Halal, produk mereka tetap dapat terjual dan hasil penjualan bisa menutupi kebutuhan mereka sehari-hari. Untuk itu, dilakukan komunikasi persuasif dengan mitra untuk menjelaskan manfaat yang bisa dinikmati terkait aktivitas pemasaran produk untuk jangka panjang. Setelah melakukan diskusi secara intensif terkait manfaat kepemilikan nama produk dodol. Akhirnya, menghasilkan brand dan desain logo dengan memperhatikan saran dan masukan dari anggota yang terlibat dalam diskusi.



Gambar 2: Desain stiker produk dodol masing-masing mitra



Gambar 3: Pencantuman nama produk pada desain stiker produk dodol

Hasil diskusi menyepakati bahwa nama produk dari usaha ini yaitu “DODOL GORONTALO”. Masing-masing kemasan akan dicantumkan nama dari pemilik usaha beserta dengan Nomor *handphone* untuk mempermudah pemesanan bagi konsumen. Nama ini disepakati oleh semua mitra untuk lebih menonjolkan nama daerah, mengingat produk olahan ini sudah lama dijadikan sebagai buah tangan atau oleh-oleh bagi masyarakat diluar daerah Gorontalo. Luaran pertama dari kegiatan pendampingan ini yaitu desain gambar merek usaha berupa stiker yang disesuaikan dengan keinginan para mitra. Dalam penggunaannya, nama produk tersebut dikombinasikan dengan desain kemasan produk dodol dan pencantuman nomor registrasi P-IRT dan Logo Halal dari LPPOM MUI.

#### **Pendampingan Desain Kemasan Produk**

Tujuan kedua yang ingin dicapai dalam kegiatan pendampingan ini adalah usaha dodol memiliki desain kemasan yang menarik dan informatif dibandingkan kemasan yang dipakai saat ini yaitu produk dodol yang dibungkus menggunakan daun woka dan dikemas dalam kardus bekas. Pada proses awal sosialisasi, tim pendampingan juga membutuhkan waktu secara intensif melakukan komunikasi informal demi menjelaskan manfaat-manfaat dari desain kemasan produk yang menarik untuk mempermudah aktivitas pemasaran usaha

dodol mereka dalam mempertahankan pasar yang sudah ada dalam jangka panjang maupun untuk memasuki pasar baru nantinya. Seiring dengan proses diskusi mengenai *brand* dan logo yang dipakai, juga dilakukan diskusi mengenai penentuan desain kemasan produk yang akan diterapkan. Setelah beberapa kali berdiskusi mengenai desain kemasan produk, para mitra menyepakati penggunaan tas *spunbond* dan dus *corrugated* sebagai kemasan produk dodol mereka. Ukuran kemasan produk dibedakan antara dus dan tas yang berisi 25 buah dodol (30 x 25 x 12 cm) dengan tas yang berisi 50 buah dodol (40 x 25 x 12 cm).

Penggunaan tas *spunbond* sebagai tas promosi. Hal ini mengingat tas merupakan salah satu media yang cukup efektif karena dengan begitu *brand* produk tersebut akan selalu dilihat kemana saja si pemakainya pergi. Sehingga dewasa ini cukup banyak yang menggunakan tas sebagai salah satu material untuk melakukan promosi produk. Beberapa keunggulan dari jenis kemasan ini adalah bahan *spunbond* merupakan jenis kain yang sangat ramah lingkungan sehingga bisa digunakan berkali-kali. Model tas ini sangat mudah dijahit sehingga bisa disesuaikan dengan ukuran dus serta memiliki harga yang terjangkau. Desain yang informatif bisa menghilangkan keragu-raguan konsumen tentang isi kemasan sekaligus menggugah selera pembelinya.



Gambar 4. Tampak sisi 1 desain kemasan tas spunbond untuk masing-masing mitra



Gambar 5. Tampak sisi 2 Kemasan Tas



Gambar 6. Kemasan Dus Corrugated

### Pendampingan Pengurusan Izin P-IRT dan Sertifikat Halal LPPOM MUI

Tujuan ketiga adalah agar usaha penjualan dodol dari para mitra memiliki legalitas atau izin usaha bagi Industri Rumah Tangga yaitu izin P-IRT dari Dinas Kesehatan setempat. Rendahnya kesadaran mitra akan legalitas usaha mengakibatkan keempat pengusaha dodol ini belum ada satupun yang memiliki izin P-IRT. Alasan yang sering diutarakan karena kesehariannya sibuk memproduksi sampai menjual dodol yang dilakukan sendiri. Setelah beberapa kali melakukan diskusi, akhirnya mitra bersedia untuk mengikuti seluruh prosedur maupun syarat untuk memperoleh izin P-IRT.

Berdasarkan informasi dari Dinas Kesehatan bahwa para pelaku usaha harus mengikuti penyuluhan terlebih dahulu sebelum di survey lokasi produksi dodol. Tim pendamping sebelumnya mengambil formulir pendaftaran untuk pengajuan izin P-IRT. Setelah itu membantu mitra dalam melengkapi berkas yang akan disetorkan ke Dinas Kesehatan untuk diproses. Setelah pengurusan izin P-IRT, tim pendamping juga membantu mitra dalam memperoleh sertifikat Halal dari MUI. Dalam hal ini, para mitra mengajukan permohonan ke lembaga pengkajian pangan obat-obatan dan makanan (LPPOM) MUI. Kantor LPPOM yang ada di Kota Gorontalo berada di dalam kampus Universitas Negeri Gorontalo, sehingga memudahkan tim pendamping berkoordinasi dengan pengurus LPPOM untuk kelancaran informasi. Selanjutnya para mitra diberikan format pengisian dokumen yang harus dilengkapi dan akan disetorkan kembali ke LPPOM sebelum tim LPPOM turun untuk melakukan audit di tempat usaha.



Gambar 7: Sertifikat P-IRT Dari Dinas Kesehatan



Gambar 8. Sertifikat Halal LPPOM MUI “Dodol Li Tati”



Gambar 9. Stand penjualan mitra beserta produk dodol yang telah dikemas

Dari hasil observasi lapangan, hanya ada satu mitra yaitu ibu Tati yang begitu antusias dalam melengkapi berkas dan memperbaiki tempat produksi dodolnya sebelum Tim dari Dinas Kesehatan dan LPPOM MUI datang untuk melakukan analisis kelayakan tempat usaha serta kualitas bahan baku yang digunakan. Untuk mitra lainnya masih butuh dorongan dan motivasi dikarenakan banyaknya aktivitas keluarga yang sering menjadi alasan mereka. Akhirnya, hanya usaha dodol Ibu Tati yang telah berhasil memiliki tanda legalitas dalam bentuk izin P-IRT dan sertifikat halal dari MUI. Tiga mitra lainnya masih menunggu proses audit. Dengan demikian stiker maupun kemasan tas *spunbond* milik ibu Tati sudah dapat mencantumkan nomor izin P-IRT dan Halal MUI. Hasil uji pasar atas *prototipe* kemasan baru menunjukkan adanya peningkatan jumlah penjualan produksi dodol milik para mitra walaupun ada pengurangan ukuran dodol dengan alasan mitra sulit untuk menaikkan harga jual untuk menutupi biaya cetak stiker dan biaya pemesanan tas *spunbond*. Desain kemasan yang lebih “eksklusif” dibandingkan tampilan fisik sebelumnya seharusnya menjadi salah satu faktor untuk menaikkan harga jual dodol. Sayangnya hal ini belum bisa dilakukan karena adanya keluhan dari pelanggan, yang kemudian ditaktisi dengan mengurangi ukuran dodol dan meniadakan bonus bagi pembeli. Produksi dodol yang sebelumnya hanya dimasak sebanyak 2 wajan perhari, sekarang telah mencapai 4 wajan bahkan lebih pada hari-hari tertentu (misalnya pada hari besar keagamaan). Dampak ini tentu sangat dirasakan oleh mitra. Siklus penjualan yang cukup besar memberikan keyakinan kepada mitra bahwa *branding* dan kemasan yang rapi bisa meningkatkan omset usahanya. Namun, seringkali timbul masalah ketika

salah satu mitra kehabisan stiker dan stok tas *spunbond* untuk kemasan dodol, maka otomatis dodolnya tidak akan dibeli oleh konsumen mengingat produk dodol milik mitra lainnya terkemas rapi menggunakan tas *spunbond* dan stiker.

Untuk mengantisipasi masalah tersebut, tim pendamping memberikan modal awal bagi ke empat mitra untuk menstimulus keberlanjutan penggunaan tas sebagai kemasan. Langkah ini juga bertujuan untuk mengamankan *stock* persediaan, mengingat tas ini dipesan pada pabrik yang berada di Kota Surabaya, sehingga proses produksi dan pengiriman membutuhkan waktu kurang lebih 21 hari.

Dalam pendampingan ini, mitra banyak menceritakan pengalamn baru kepada tim misalnya setelah menggunakan stiker tiba-tiba munculnya beberapa pelanggan baru yang menghubungi melalui nomor *handphone* yang tertera pada stiker tersebut. Para pelanggan baru tersebut sebenarnya sudah pernah merasakan produk mitra, namun kesulitan mencari informasi mengenai keberadaan usaha mitra karena tidak tertera secara jelas pada kemasan sebelumnya. Dengan demikian, desain kemasan produk yang baru bermanfaat membuka pasar baru bagi para mitra. Ada juga pelanggan yang lebih memperhatikan dan memilih untuk memesan dalam jumlah banyak untuk produk dodol yang memiliki logo Halal MUI dan No. Registrasi Izin P-IRT, sehingga mitra yang lainnya terkadang merasa terancam keberlanjutan usahanya dengan kondisi tersebut. Untuk itu, tim pendamping berharap kegiatan pengabdian ini benar-benar bisa meningkatkan *omzet* usaha dodol serta merubah tatanan hidup mitra menjadi lebih baik.

### ***Pendampingan Penyediaan Sistem Persediaan Bahan Baku***

Kegiatan pendampingan berikutnya bertujuan untuk mengedukasi bahwa pentingnya persediaan khususnya bahan baku untuk kelanjutan usaha. Persediaan bahan baku yang cukup dapat memperlancar proses produksi dodol yang dapat menjamin efektifitas kegiatan pemasaran, yaitu memberikan kepuasan kepada pelanggan, karena apabila barang tidak tersedia maka pengusaha akan kehilangan kesempatan merebut pasar serta tidak dapat mensuplay barang pada tingkat optimal.

Dari hasil observasi lapangan keempat mitra belum mengelola persediaan dengan baik. Pembelian bahan baku berupa beras ketan, gula merah dan kelapa dilakukan setiap hari sesuai dengan permintaan atau pesanan dari pelanggan. Belum ada keinginan dari mitra untuk menyediakan bahan baku dalam jumlah banyak. Hal ini dikarenakan kendala modal dan kurang informasi terkait teknik penyimpanan bahan baku. Untuk itu, tim pendamping memberikan edukasi melalui diskusi dengan mitra untuk memberikan pemahaman dan informasi terkait cara mensuplay bahan baku serta cara penyimpanan agar bahan baku terjaga kualitasnya. Khususnya untuk penyetokan beras ketan yang harganya sering berfluktuasi. Terkadang para mitra membeli dengan harga murah, tapi disaat tertentu harga beras ketan melonjak tinggi. Kondisi ini membuat beberapa mitra mengganti beras ketan dengan tepung beras ketan yang dijual persak. Hal ini dilakukan untuk menutupi biaya operasional yang besar. Sama halnya dengan daun woka yang digunakan sebagai pembungkus dodol yang sudah mulai langka. Para mitra harus mencari di dalam hutan pohon woka karena daun tersebut semakin sulit ditemukan.

Perkembangan mitra setelah selesai diberikan edukasi nampak adanya perubahan dengan mulai membeli beras ketan dalam jumlah banyak, begitupun dengan gula merah. Meskipun sebelumnya mitra masih kesulitan mencari penyuplai yang bersedia memenuhi permintaan mereka. Untuk pembungkus dodol, tim pendamping masih mencari alternatif lain untuk mengantisipasi ketersediaan daun woka. Namun sepertinya hal ini sulit diaplikasikan, mengingat daun woka merupakan salah satu ciri keunikan yang menjadi pembeda dengan produk olahan dodol dari daerah lain.



Gambar 10: Stok bahan baku (beras ketan) dan daun woka

### ***Pendampingan Manajemen Keuangan Usaha***

Tujuan akhir dari kegiatan pendampingan ini yaitu memberikan edukasi kepada mitra akan pentingnya mengelola keuangan usaha. Persoalan paling mendasar yang sering dialami oleh pelaku UKM dalam mengelola modal kerjanya. Banyak pelaku usaha mikro yang mengeluhkan tentang perkembangan usahanya karena disebabkan kekurangan modal dalam bentuk uang. Begitu juga banyak kegiatan usaha mikro mengalami kegagalan atau bangkrut dikarenakan tidak mampu mengelola keuangan dengan baik. Untuk itu, penting bagi UMKM untuk menerapkan pengelolaan keuangan yang baik

Beberapa kali melakukan diskusi maupun wawancara bersama mitra, diperoleh informasi bahwa selama ini mitra tidak memperhitungkan modal yang dikeluarkan maupun keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan dodol. Bagi mitra yang penting masih ada modal untuk pembelian bahan baku ketika akan memproduksi dodol. Perhitungan keuntungan dirasa tidak penting karena selama ini kebutuhan rumah tangga selalu terpenuhi. Mitra cenderung memandang pengelolaan keuangan sebagai kegiatan yang berjalan begitu saja tanpa perlu dilakukan pengendalian. Asumsinya, jika bisnis bagus maka keuangan bisnis juga akan bagus. Kenyataannya, penghasilan yang diperoleh seringkali tidak berimbang dengan pengeluaran mereka. Dampaknya, usaha dodol ini perkembangannya *stagnan* dari tahun ke tahun tanpa ada peningkatan yang signifikan, begitupun dengan harga jual dodol dari 10 tahun lalu tetap Rp. 2000,-/biji. Padahal biaya produksi yang dikeluarkan dari pembelian bahan baku, pembungkus dodol sampai pada kemasan membutuhkan banyak biaya. Mitrapun tidak menghitung biaya tenaga kerja karena seluruh proses produksi dikerjakan oleh mereka sendiri. Apalagi para pelaku usaha dodol tidak memisahkan antara keuangan usaha dengan keuangan keluarga.

Atas dasar informasi tersebut, Tim pendamping berusaha untuk memberikan pemahaman kepada mitra akan pentingnya



manajemen keuangan. Melalui diskusi serta seminar diberikan kepada mitra. Materi yang diberikan tidak hanya sekedar bagaimana cara mengelola uang kas, namun juga pada bagaimana cara mengelola keuangan untuk menghasilkan keuntungan. Mitra juga diajari untuk membuat buku catatan kas masuk dan kas keluar meskipun masih sederhana.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Program pendampingan ini berhasil membantu para pelaku usaha dodol dalam menciptakan *brand* atau merek usaha serta desain kemasan dodol yang lebih menarik dan informatif. Masing-masing mitra memiliki desain yang berbeda. Kegiatan pengabdian ini mampu mendorong para mitra untuk memenuhi kelengkapan berkas dan semua persyaratan sehingga mampu memiliki nomor Perizinan P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga) yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan sebagai izin edar atau sertifikat pangan (makanan serta minuman) yang diproduksi oleh industri skala rumah tangga, serta tanda Sertifikasi Halal dari LPPOM MUI. Kedua jenis sertifikasi ini merupakan faktor penguat daya saing produk dodol yang mereka produksi. Pencapaian tersebut mempertinggi antusiasme dari para mitra dalam mengelola usaha pengolahan dodol. Selain itu, kegiatan pengabdian ini juga berhasil memberikan edukasi bagi mitra akan pentingnya manajemen stok bahan baku serta manajemen pengelolaan keuangan usaha. Sehingga mitra sudah bisa memisahkan antara modal kerja dengan keuangan rumah tangga. Mitra mulai dapat memperhitungkan berapa keuntungan yang diperoleh dalam satu periode produksi melalui catatan buku kas masuk dan keluar walaupun masih dilakukan dengan sistem yang sederhana. Upaya yang dilakukan ini diharapkan dapat mempermudah mitra dalam mengakses fasilitas untuk memperoleh pendanaan kredit lunak dari BRI sebagai tambahan modal usaha.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang telah menjadi sponsor utama kegiatan pengabdian monoton tahun ini melalui dana DRPM Tahun 2018 dengan judul “PKM Kelompok Usaha Dodol Di Desa Reksonegoro Kecamatan Tibawa Kabupaten Gorontalo Provinsi Gorontalo”. Artikel ini merupakan bagian hasil dari hibah mono tahun tersebut. Terima kasih juga pada

para Mitra Usaha, Kepala Desa Reksonegoro, Dinas Kesehatan Kabupaten Gorontalo, LPPOM MUI Gorontalo serta Ketua LPM Universitas Ichsan Gorontalo yang telah bekerjasama dengan baik selama kegiatan pengabdian.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Darwanto. 2008. *Membangun daya saing ukm dalam perekonomian nasional*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
- [2] Pujiono. 2004. Akselerasi peningkatan usaha mikro, kecil dan menengah melalui pendidikan. *Proceeding Seminar Nasional Peningkatan Kapabilitas UMKM dalam mewujudkan UMKM Naik Kelas*. Semarang, pp. 319–326
- [3] J. Wyrwadan A. Barska. 2017. Packaging as a Source of Information about Food Products. *Procedia Engineering*. 7<sup>th</sup> International Conference on Engineering Project, and Production Management, No. 182, pp. 770-779.
- [4] R.R. Ahmed, V. Parmardan M.A. Amin. 2014. Impact of Product Packaging on Consumer’s Buying Behavior. *European Journal of Scientific Research*. 120(2): 145-157
- [5] J. Clement, T. Kristensen dan K. Grønhaug. 2013. Understanding Consumer’s In-Store Visual Perception: The Influence of Package Design Features on Visual Attention. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 20(2): 234-239
- [6] Undang-undang No. 08 Tahun 1993 tentang Perlindungan Konsumen
- [7] Amin, Ma’ruf. 2013. Halal Berlaku Untuk Seluruh Umat. *Jurnal Halal*. 16(101) Jakarta: LPPOM MUI
- [8] Layyinaturobanayah & Wa Ode Zusnita Muizu. 2017. Pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Di Desa Purwadadi Barat dan Pasirbungur Kabupaten Subang. *Pebkis Jurnal*. 9(2): 91-103