

Template Reswara Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (RJPKM) terbaru (1) (1) (1) (1).docx

by dj_cek turnitin

Submission date: 14-Feb-2023 10:03PM (UTC-0800)

Submission ID: 2013974902

File name: Jurnal_Pengabdian_kepada_Masyarakat_RJPKM_terbaru_1_1_1_1.docx (447.47K)

Word count: 2329

Character count: 14822

BRANDING DAN PENGEMASAN KREATIF DODOL NANGKA DI DESA BESAN

Ni Luh Putu Sariyani¹, Nya Ni Made Rika Dwi Cahyani², Anak Agung Gde Alit Wiradyatmika³, Ni Nengah Rupadi Kertiriasih⁴

¹) Manajemen, Universitas Pendidikan Nasional

²) Manajemen, Universitas Pendidikan Nasional

Article history

Received : diisi oleh editor

Revised : diisi oleh editor

Accepted : diisi oleh editor

Email : putusariyani@undiknas.ac.id,
agungwiradyatmika@undiknas.ac.id,
rupadikertiriasih@undiknas.ac.id

Abstrak

Ekonomi kreatif memiliki berbagai sektor yang disebut industri kreatif. Industri kreatif adalah industri-industri yang berbasis kreativitas, keterampilan dan talenta yang memiliki potensi peningkatan kesejahteraan serta penciptaan tenaga kerja dengan cara menciptakan dan mengeksploitasi Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Dodol merupakan industri kreatif yang berasal dari industri rumahan. Tujuan kegiatan KKN ini yaitu 1) Program kerja ini bertujuan agar dapat membantu pengusaha dodol untuk memasarkan produk dodolnya sehingga mampu menarik wisatawan untuk membeli dodol sebagai oleh-oleh. 2) Meningkatkan citra dodol yang mempunyai citra rendah di masyarakat khususnya kalangan muda sehingga inovasi bentuk dodol dengan kemasan yang lebih menarik sangat diperlukan. Dan 3) Melatih kemampuan mahasiswa untuk berwirausaha sebagai sarana pembelajaran model agribisnis skala kecil. Metode yang dilakukan pertama kali yaitu melakukan observasi ke lokasi untuk mengetahui proses dan bagaimana pemasaran dodol di desa Besan lalu tahap kedua yaitu tahap pelaksanaan membuat branding kemasan dodol Desa Besan. Hasil dari program pengabdian masyarakat ini, masyarakat diberi pelatihan pengembangan produk dodol nangka dengan penambahan kacang dan pelatihan mengenai desain kemasan. Adanya pelatihan olahan pangan berbasis nangka dan inovasi pengembangan produk mampu memberdayakan potensi sumberdaya masyarakat Desa Besan dengan melakukan branding kemasan dengan media sosial instagram. Kegiatan ini diawali dengan Penetapan visi dan misi serta tujuan dan arah pengembangan dodol kemudian dilakukan pencarian informasi tempat pembuatan dodol dan pencarian bahan baku. Selanjutnya dilakukan proses pembuatan dodol dengan menyewa tempat untuk produksi. Pemasaran kami lakukan dengan melakukan bazar, penitipan di toko oleh-oleh, menjual secara direct selling dan indirect selling.

Kata Kunci: Dodol, pengemasan, ekonomi kreatif

Abstract

The creative economy has various sectors called creative industries. Creative industries are industries based on creativity, skills and talent that have the potential to increase welfare and create a workforce by creating and exploiting Intellectual Property Rights (IPR). Dodol is a creative industry that originates from a home industry. The objectives of this KKN activity are 1) This work program aims to be able to help dodol entrepreneurs to market their dodol products so they can attract tourists to buy dodol as souvenirs. 2) Improving the image of dodol which has a low image in society, especially among young people, so that innovation in the form of dodol with more attractive packaging is urgently needed. And 3) Train students' ability to entrepreneurship as a means of learning small-scale agribusiness models. The method that was carried out the first time was to observe the location to find out the process and how to market dodol in Besan Lau Village. The second stage was the implementation stage of making dodol packaging branding in Besan Village. As a result of this community service program, the community was given training on the development of jackfruit dodol products by adding nuts and training on packaging design. The existence of jackfruit-based food processing training and product development innovations is able to empower the potential resources of the Besan Village community by implementing packaging branding with Instagram social media. This activity begins with the determination of the vision and mission as well as the goals and directions of the development of dodol and then searches for information on where dodol is made and searches for raw materials. Next, the process of making dodol is carried out by renting a place for production. We do marketing by conducting bazaars, depositing at souvenir shops, selling by direct selling and indirect selling.

Keywords: Dodol, packaging, creative economy

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif adalah kumpulan aktivitas ekonomi berbasis pengetahuan (knowledge based economic activities) yang secara intensif menggunakan kreativitas dan inovasi sebagai primary input-nya untuk menghasilkan berbagai produk dan jasa yang menghasilkan nilai tambah (Rajasa, 2018). Ekonomi kreatif memiliki berbagai sektor yang disebut industri kreatif. Industri kreatif adalah industri-industri yang berbasis kreativitas, keterampilan dan talenta yang memiliki potensi peningkatan kesejahteraan serta penciptaan tenaga kerja dengan cara menciptakan dan mengeksploitasi Hak Kekayaan Intelektual (HKI) (Satuhu, 2014).

Industri kreatif berbasis pertanian perlu dikembangkan karena Indonesia memiliki sumberdaya terbarukan yang melimpah. Pertanian merupakan salah satu tumpuan hidup sebagian besar masyarakat Indonesia. Sektor pertanian memegang peran penting dalam perekonomian negara (Savira, 2018). Pada masa krisis ekonomi, hanya sektor pertanian yang mampu bertahan dan masih dapat tumbuh. Namun, di masa yang akan datang, perubahan gaya hidup dan cara pandang masyarakat terhadap pertanian akan berubah. Hal ini tampak dari berkurangnya minat generasi muda untuk menekuni bidang pertanian. Untuk mencegah kejenuhan terhadap pertanian diperlukan kreativitas untuk meningkatkan nilai tambah hasil pertanian, alternatif lapangan kerja, dan pendapatan rumah tangga (Setiawan, 2018).

Dodol merupakan industri kreatif yang berasal dari industri rumahan. Dodol merupakan makanan tradisional yang cukup populer di beberapa daerah di Indonesia (Satuhu, 2014). Dodol diklasifikasikan menjadi dua, yaitu dodol yang diolah dari buah dan dodol yang dibuat dari tepung, antara lain tepung ketan dan tepung beras. Dodol buah terbuat dari daging buah yang dihancurkan, kemudian dimasak dengan penambahan bahan makanan. Pengolahan dodol sudah lama dikenal di masyarakat, prosesnya sederhana, murah dan banyak menyerap tenaga kerja. Proses pembuatan dodol di Indonesia beraneka ragam, setiap daerah mempunyai ciri khas tersendiri dan berbeda dengan daerah lainnya.

Brand atau identitas untuk sebuah UMKM sangatlah penting. Dengan semakin banyaknya UMKM baru yang bermunculan mengakibatkan persaingan yang semakin ketat, terlebih dengan pesaing yang menjual produk yang sama (Arifudin, 2020). Pengertian brand sendiri adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing. Oleh sebab itu maka dibutuhkan berbagai strategi untuk membuat UMKM bisa bersaing, salah satunya adalah merancang identitas atau brand yang baik untuk mendiferensiasikan produknya dan memiliki karakteristik yang tidak dimiliki pesaingnya (Suliyaswaty, 2018). Cara branding dodol di Desa Besan juga menggunakan aplikasi Instagram.

Permasalahan yang dihadapi yaitu 1) Branding produk yang tidak memiliki nilai atau ciri khas membuat kemasan ya menjadi tidak menarik. 2) Kemasan untuk membungkus dodol kurang menarik dan masih sangat tradisional

sehingga menginovasikan dengan pengubahan model atau bentuk dodol angka menjadi lebih menarik dan disukai anak muda serta baunya menjadi harum. dan 3) Bentuk kemasan produk yang terlalu sederhana membuat kemasan dodol secara penampilan luar kurang menarik. Untuk itu kami mencoba mengemas dodol ini layaknya.

Ruang lingkup dalam program kerja ini berada dalam lingkup pengusaha dodol yaitu berguna untuk mendapatkan hasil keuntungan dari penjualan dodol. Proker ini ditujukan untuk para pengusaha desa Besan yang memiliki permasalahan pada kemasan produk dodol yang masih kurang menarik dan kurang adanya daya jual.

Dengan banyaknya pengusaha dodol saya sebagai mahasiswa ingin menciptakan branding dari kemasan dodol sehingga kemasan dodol dapat menarik wisatawan untuk membeli dodol khas Desa Besan. Oleh karena itu mahasiswa mengadakan kegiatan KKN berupa "Branding Dan Pengemasan Kreatif Dodol Angka Di Desa Besan".

METODE PELAKSANAAN

1. Tahap Observasi

Tahap awal dalam penyusunan rencana kegiatan adalah mengadakan proses fasilitasi masyarakat yang didampingi secara langsung oleh peserta KKN, dimana suatu kegiatan tersebut untuk menggali atau menemukan masalah-masalah yang selama ini belum disadari atau belum diketahui oleh masyarakat dan diprediksi masalah tersebut akan menghambat perkembangan masyarakat. Sehingga perlunya suatu pemecahan masalah atau solusi yang tepat guna memberikan stimulus yang berdampak positif demi kemajuan Desa tersebut.

Pada tahap ini kami akan menggali beberapa masalah dan akan berusaha mengungkap potensi baik secara internal maupun eksternal, karena dengan mengungkap potensi tersebut diharapkan sebagai salah satu alternatif lain memberikan solusi. Potensi merupakan suatu kelebihan-kelebihan yang dimiliki baik perorangan, organisasi, instansi, dan wilayah terutama Desa Besan yang menjadi objek (lokasi) Kuliah Kerja Nyata (KKN). Setelah beberapa hari Team Kuliah Kerja Nyata (KKN) melakukan penjajagan, pengkajian wilayah atau kawasan secara partisipatif bersama-sama masyarakat Desa Besan dengan bingkai silaturahmi dan cara-cara yang lain. Team KKN menemukan beberapa informasi mengenai Desa Besan.

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap pelaksanaan ini, kami melakukan program kerja sebagai berikut :

Praktek Pengemasan Dodol Angka

Dalam tahap ini, saya Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) mengenalkan bagaimana pengusaha dodol dalam produksi dodol dari tahap pembuatan hingga tahap pembungkusan dengan kemasan.



Gambar 1. Praktek Pengemasan dodol

HASIL PEMBAHASAN

Usaha ini diproduksi setiap satu minggu sekali dengan kapasitas 480 kemasan tiap produksi, dimana tiap kemasan berisi 10 buah. Produk dodol angka ini dijual kepada konsumen dengan harga Rp. 5.000,00/kemasan. Lokasi produksi pembuatan produk ini dilakukan di Desa Besan. Tempat ini adalah lokasi yang biasa memproduksi dodol angka. Lokasi ini didukung dengan sumber bahan baku untuk pembuatan dodol yang mudah didapat. Langkah-langkah yang dilakukan pada saat produksi adalah : Penyewaan alat-alat (investasi) yang digunakan untuk produksi, Pencarian bahan baku buah angka, Pencarian bahan pendukung untuk produksi dodol angka. Setelah proses pengolahan selesai, dodol dimasukkan ke dalam wadah. Dodol dapat tahan lama dengan jangka waktu yang relatif lama apabila dikemas dengan baik. Kemasan yang digunakan yaitu dengan menggunakan desain kemasan yang unik dan menyerupai bentuk dari dodol angkanya.



Gambar 2. Lokasi Pembuatan Dodol

Dodol angka merupakan bisnis yang memiliki tujuan meningkatkan industri rumah tangga melalui pembuatan usaha kecil menengah dengan pembuatan dodol. Bisnis ini mengembangkan dan menjual dodol angka di wilayah Bali khususnya. Kegiatan KKN Mahasiswa ini dilaksanakan mulai tanggal 17 Januari 2023.

Banyak permasalahan yang dihadapi dalam produksi maupun penjualan produk Dodol yaitu tidak mempunyai variasi dalam hal bahan baku sehingga dirasa perlu untuk meningkatkan nilai tambah dengan mengubah bahan baku yang biasanya tepung ketan menjadi dodol yang bahan bakunya dari buah. Untuk itu kami mencoba menginovasikan dengan pembuatan dodol angka yang kaya akan vitamin. Selain itu banyak kalangan muda yang tidak menyukai dodol akibat rasanya yang kurang enak, gizinya kurang dan baunya yang tengik serta modelnya yang tidak menarik sehingga kami menginovasikan dengan perubahan model atau bentuk dodol menjadi lebih menarik dan disukai anak muda serta baunya menjadi harum. Dan yang ingin kami tekankan dalam kegiatan KKN ini yaitu ingin membrandingkan bentuk kemasan produk yang terlalu sederhana membuat kemasan dodol secara penampilan luar kurang menarik. Untuk itu kami mencoba mengemas dodol ini layaknya dengan bentuk unik.

Hasil yang didapatkan setelah melaksanakan kegiatan KKN yaitu mengetahui bagaimana cara pembuatan dodol mulai dari produksi dodol, pengemasan dodol hingga pemasaran dodol. Kami sebagai mahasiswa KKN membuat branding untuk kemasan dodol di desa Besan. Setelah adanya kegiatan KKN yang dilaksanakan mahasiswa UNDIKNAS diharapkan mampu memberikan manfaat yaitu dengan branding kemasan yang baru maka wisatawan akan lebih tertarik untuk membeli dodol di Desa Besan. Sehingga pengusaha dapat mengenalkannya pada wisatawan lokal maupun mancanegara. Luaran yang didapat dalam kegiatan ini yaitu membantu pengusaha dodol untuk memasarkan produknya yaitu menggunakan instagaram.



Gambar 2. Branding Instagram

Tabel 1 Sebelum dan Sesudah Pengabdian Masyarakat

No.	Sebelum Pengabdian	Sesudah Pengabdian
1.	Sebelumnya masyarakat dan petani di Desa Besan memiliki masalah terhadap pemasaran dan pengemasan dodol	Sekarang masyarakat dan petani di Desa Biaung sudah mengetahui bagaimana pengemasan dodol yang menarik dan bagaimana pemasarannya
2.	Sebelumnya masyarakat dan petani di Desa Besan selalu menggunakan bungkus seadanya untuk pembuatan dodol	Sekarang masyarakat di desa Besan lebih kreatif dalam pembungkusan dodol
3.	Sebelumnya masyarakat dan petani di Desa Besan tidak mendapatkan keuntungan yang maksimal	Sekarang masyarakat sudah merasa puas dengan penjualan dodol yang di dapat.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini yaitu setelah melaksanakan kegiatan KKN yaitu mengetahui bagaimana cara pembuatan dodol mulai dari produksi dodol, pengemasan dodol hingga pemasaran dodol. Kami sebagai mahasiswa KKN membuat branding untuk kemasan dodol di desa Besan. Rencana keberlanjutan yang ingin dicapai setelah adanya kegiatan KKN Mahasiswa yaitu melakukan inovasi dodol dengan berbagai macam rasa dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada di Desa Besan sehingga variasi untuk rasa dodol dapat beragam. Membuat kemasan produk dodol yang lebih menarik untuk mengikat para pedagang melalui tampilan luar yaitu kemasan dodol. Membuka cabang-cabang toko dodol sehingga dodol tidak hanya disenangi oleh kaum dewasa tetapi anak-anak muda juga menyukai makanan dodol tradisional ini. Pengabdian masyarakat untuk melakukan revitalisasi rumah dodol dilaksanakan mulai dari penggunaan tungku modern, proses penggunaan APD saat pembuatan dengan menggunakan sarung tangan, apron, sepatu, masker dan penutup kepala menjaga kebersihan dan higienitas. Kemudian proses pembuatan adonan tidak menggunakan zat pemanis dan pewarna buatan serta menggantinya pada satu bahan dengan nilai gizi yang baik. Kemudian pemasaran juga dilakukan melalui hal yang lebih luas seperti pembuatan blog dan pemasaran melalui media social lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Chin YA, dan Yusof. 2014. *Effect Of Processing on Instrumental Textural Properties of Traditional Dodol Using Back Extrusion*. *Int. Journal Food Pro*, 15(3): 495–506.
- Husna, Nudia Imarotul. 2016. *Fislofis Jenang Yang Melekat Di Masyarakat Jawa*.
<http://www.goodnewsfromindonesia.id/2016/12/19/filosofisjenang-yang-melekat-di-masyarakat-jawa>.
- Kaihatu, T. S. (2014). *Manajemen Pengemasan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Mahmudah Masyhuri, S. W. U. (2017). *Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko Di Kota Madiun*. *Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 6(1), 59–72.
- Muchammad Suryahadi. 2022. *Pengaruh Celebrity Endorsement, Price, Digital Marketing, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ukm Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion Di Tasikmalaya)*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (UNDIKNAS)*. Vol 7. No 2.
- Raharja, 2018. *Teknologi Pengolahan Beras*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta. Hal. 45.
- Rudianto, Harun N, Efendi R. 2015. *Evaluasi Mutu Dodol Berbasis Tepung Ketan Dan Buah Pedada (Sonneratia caseolaris)*. *Jurnal Jom Faperta*. 2(2): 2-15.
- Sandiana, M. L. 2017. *Sifat Fisik, Kimia dan Organoleptik Dodol Hasil Variasi Rasio Tomat dan Tepung Rumpot Laut*. *Jurnal Agroteknologi*. 11(1):89.
- Satuhu, dan Sunarmani. 2014. *Membuat Aneka Dodol Buah*. Penebar Swadaya. Jakarta. Hal. 16, 25, 30-31.
- Satuhu, Suyanti dan A. Supryadi., 2015. *Pisang Budidaya, Pengolahan dan Prospek Pasar*. Penebar Swadaya. Jakarta. Hal. 37.

- Savira, Husniati. 2018. Proses Pengolahan dan Pengemasan Dodol Spesial Rasa Nanas di PT. Herlinah Cipta Pratama Garut-Jawa Barat. Laporan Praktek Kerja Lapangan. Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Universitas Andalas. Padang. 40 hal.
- Setiawan. 2018. Resep Herbal. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Susilawaty, D. 2016. Kontribusi Oleh-Oleh dalam Dunia Pariwisata. Koran Republika, (September).
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2017). Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 1992 Tentang Sistem Budidaya Tanaman. <https://Peraturan.Bpk.Go.Id/Home/Details/46604/Uu-No-12-Tahun-1992>.
- Yusuf, M., Usdyana, N.F., Negeri, P., Pandang, U., Pertanian, P. & Pangkep, N. 2018. Jurnal Qardhul Hasan; Media Pengabdian kepada Masyarakat p-ISSN 2442-3726 e-ISSN 2550-1143 Volume 6 Nomor 1, April 2019 7. 1(2): 98–108.

Template Reswara Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (RJPKM) terbaru (1) (1) (1) (1).docx

ORIGINALITY REPORT

18%	8%	5%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	text-id.123dok.com Internet Source	3%
2	matakuliyah.blogspot.com Internet Source	2%
3	lib.unnes.ac.id Internet Source	1%
4	journal.unilak.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to University of Oklahoma Health Science Center Student Paper	1%
6	ojs.bakrie.ac.id Internet Source	1%
7	ojs.unida.ac.id Internet Source	1%
8	journal.bakrie.ac.id Internet Source	1%

es.scribd.com

9	Internet Source	1 %
10	publication.petra.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.ung.ac.id Internet Source	1 %
12	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	1 %
13	scholar.unand.ac.id Internet Source	1 %
14	eprints.umm.ac.id Internet Source	1 %
15	www.researchgate.net Internet Source	1 %
16	jurnal.dharmawangsa.ac.id Internet Source	1 %
17	jurnal.pknstan.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off