

**PENGUATAN EKONOMI IBU-IBU PKK MELALUI INOVASI  
PEMBUATAN KUE KERING DI DESA JAJARAN LAMA  
KECAMATAN KIKIM BARAT KABUPATEN LAHAT  
DENGAN PROGRAM PENDAMPINGAN  
*COMMUNITY DEVELOPMENT***



**SKRIPSI**

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

Oleh:

**Helda Yutami**  
**NIM. 1811140232**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI pBISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI  
SUKARNO (UINFAS) BENGKULU**

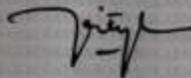
**BENGKULU, 2022 M/1443 H**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Helda Yutami, NIM. 1811140232, Perbankan Syariah dengan judul **“Pengutan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Melalui Inovasi Pembuatan Kue Kering Di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat Dengan Program Pendampingan Community Development”**, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Perbankan Syariah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing, oleh karena itu, Laporan Pengabdian Masyarakat ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

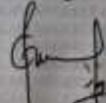
Bengkulu, 30 Mei 2022 M

Pembimbing I



**Dr. Miti Yarmunida, M. Ag**  
NIP. 197705052007102002

Pembimbing II



**Nonie Afrianty, M.E**  
NIP. 199204242018012002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon. (0736) 51276-51171-51172-Faksimili (0736)-51171-51172  
Website: www.uinfusbengkulu.ac.id

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengutan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Melalui Inovasi Pembuatan Kue Kering Di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat Dengan Program Pendamping *Community Development*", oleh Helda Yutami NIM. 1811140232, Program Studi Perbankan Syariah, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UIN FAS) Bengkulu pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 27 Juli 2022

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah, dan diberikan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, Agustus 2022 M  
1444 H

#### Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Dr. Asnaini, MA  
NIP. 197304121998032003

Penguji I

Dr. Asnaini, MA  
NIP. 197304121998032003

Sekretaris

Nonie Afrizanty, M.E.  
NIP. 199204242018012002

Penguji II

Andi Harpepen, M.Kom  
NIDN. 2014128401

Mengetahui,  
Dekan

Dr. H. Supardi, M.Pd.  
NIP. 1965041993031007

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul "Penguatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Melalui Inovasi Pembuatan Kue Kering Di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat Dengan Pendampingan *Community Development*" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UINFAS 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. Di dalam Skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 11 Juli 2022 M  
Mahasiswa yang menyatakan



**Helda Yutami**  
NIM. 1811140232

## MOTO

*"Hidup hanya sekali itu salah. Kita hidup setiap hari dari mati  
sekali."*

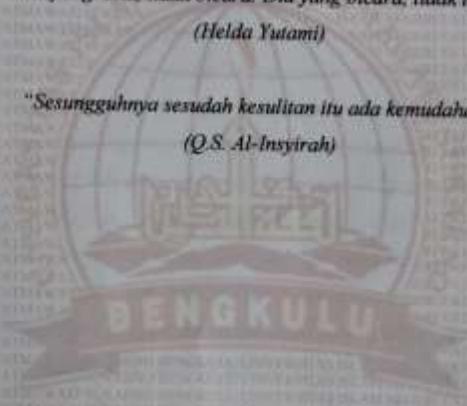
*(Helda Yutami)*

*"Dia yang tahu, tidak bicara. Dia yang bicara, tidak tahu."*

*(Helda Yutami)*

*"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan"*

*(Q.S. Al-Insyirah)*



## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas segala rahmat dan berkah yang Allah SWT berikan. Laporan Pengabdian Masyarakat ini dipersembahkan untuk :

1. Allah SWT, Azza wajallah, karena-Nya. Penulis diberi kesempatan untuk berpendidikan lebih lanjut dan mampu menyelesaikan Laporan PM ini tepat waktu.
2. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya Bapak Hoirudin Dan Ibu Emilia yang selalu ada serta selalu membimbing, mengarahkan dan memberikan doa terbaik untukku dan selalu mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya. Terima kasih atas semua cinta yang telah bapak dan ibu berikan kepada saya sampai saat ini karena tanpa kalian aku tidak bisa menyelesaikan semua ini.
3. Ketiga saudara laki-laki saya Merwanto, Erwansyah dan Alex Sander serta Saudara perempuan saya Reni Rustika Dewi, Terima kasih selama ini selalu memberikan doa terbaik untuk saya, Terima kasih selalu membantu, memberi support kepada saya disaat merasa kehilangan kepercayaan pada diri saya sendiri, dan terimakasih selalu memberi semangat yang tiada henti nya serta dukungan penuh kasih sayang agar saya bisa menyelesaikan tugas akhirku tepat waktu.
4. Keluarga Besar saya yang selalu memberikan semangat, anahan serta bimbingan dan doa yang terbaik untuk saya

sampai saat ini. Terutama terima kasih kepada cik dan om saya Juwita dan Anwar serta adik bungsu dari ibu saya Zakariah.

5. Erpansi (My Boy Friend) terima kasih sudah menemani ku dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Yenti Sumarni, M.M. Pembimbing Akademik yang telah banyak memberi saran, nasehat dan semangat untukku.
7. Dr. Miti Yarmunida, M. Ag. Pembimbing I yang selalu meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Nonie Afrianty, M.E. Selaku Pembimbing II yang selalu meluangkan waktu dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Untuk seluruh dosen fakultas ekonomi dan bisnis islam UINFAS Bengkulu.
10. Skripsi ini saya persembahkan untuk sahabat-sahabat terbaikku Adela Riskita dan Anisa Devi Paramita, Terima kasih sudah selalu ada untuk saya selama ini, Semua ini berkat atas dukungan dan doa terbaik dari kalian.
11. Skripsi ini saya persembahkan kepada Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

## **ABSTRAK**

Penguatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Melalui Inovasi Pembuatan Kue Kering Di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat Dengan Pendampingan *Community Development*

Oleh Helda Yutami, NIM 1811140232

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan ekonomi kelompok wanita Desa Jajaran Lama melalui usaha kue kering dengan teknik pengemasan produk dan strategi pemasaran supaya terciptanya masyarakat sejahtera. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah praktek langsung, survei, observasi awal, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa penguatan ekonomi masyarakat melalui usaha kue kering kelompok wanita desa dengan program pendampingan *community development* bahwa kompetensi yang harus dimiliki oleh mahasiswa yang melakukan pengabdian ini menguasai tentang bagaimana strategi pemasaran produk yang handal hingga sampai ketangan konsumen dengan baik. Dalam pemasaran mempunyai peran besar, sehingga memerlukan kreatifitas dan kualitas yang tinggi sehingga pemasaran bisa ditingkatkan. Kehadiran pemasaran sangat menunjang terhadap pencapaian ekonomi masyarakat. Pemasaran yang dilakukan untuk produk ini melalui media online seperti whatsapp, facebook dan instagram serta secara offline agar dapat di ketahui dan di minati oleh masyarakat.

*Kata Kunci : Penguatan Ekonomi, Pengemasan Produk, Pemasaran*

## **ABSTRACT**

*Strengthening the Economy of PKK Mothers Through Innovation in Making Cookies in Jajaran Village West Kikim District Lahat Regency With Community Development Assistance Programs*

By Helda Yutami NIM 1811140232

*Community economic empowerment is an effort to empower the community that has been carried out so far to improve the welfare and independence of the community, it can be interpreted clearly as a process to build society through the development of human capabilities. Changes in human behavior and community organizing. Welfare is the goal of community service. In general, marketing is a process of comprehensive and integrated and planned activities carried out by an organization/group in running a business in order to meet market needs by making products that have creativity, selling value, setting prices, communicating and having to distribute them through activities. exchange to satisfy consumers. In the marketing process has a big role, so it requires creativity and high quality so that marketing can be improved. The presence of marketing is very supportive of the economic achievement of the community. Marketing is carried out for this product through online media such as WhatsApp, Facebook and Instagram as well as offline so that it can be known and interested by the public.*

*Keywords: Economic Strengthening, Product Packaging, Marketing*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan pengabdian masyarakat yang berjudul **“Penguatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Melalui Inovasi Pembuatan Kue Kering Di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat Dengan Program Pendampingan Community Development”**. Shalawat dan salam kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan laporan ini bertujuan untuk menyampaikan bagaimana strategi meningkatkan penjualan dan pendapatan sehingga memajukan perekonomian bagi kesejahteraan masyarakat dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

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

1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain Dali, M.PD selaku Rektor UINFAS Bengkulu yang telah memberikan kesempatan

kepada kami untuk membina ilmu di UINFAS.

2. Dr. Supardi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yangtelah memberikan kemudahan kepada kami selama masa perkuliahan.
3. Yenti Sumarni, MM selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan fasilitas dalam menimba ilmu pengetahuan.
4. Debby Arisandi, MBA selaku, Ketua Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan semangat, dorongan dan masukan terhadap Tugas Akhir sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dr. Miti Yarmunida, M. Ag. selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuhkesabaran.
6. Nonie Afrianty, M.E. selaku Pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan bimbingan pada penulisan tugas akhir ini.
7. Kedua orang tua Penulis yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
8. Bapak dan Ibu dosen Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta

memberikan berbagai ilmunya dengan penuhkeikhlasan.

9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam haladminitrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

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

Bengkulu, 2022 M

Penulis

**HeldaYutami**  
**NIM. 1811140232**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN Sampul</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Sasaran .....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
1. Secara teoritis .....	10
2. Secara praktis .....	10
E. Penelitian Terdahulu .....	11
F. Metode Pelaksanaan Kegiatan .....	13
1. Tahapan Kegiatan .....	13
2. Tahapan proses perencanaan kegiatan .....	16
3. Pelaksanaan kegiatan .....	17
4. Evaluasi Kegiatan .....	18
5. Jadwal .....	Pelaksanaan
Kegiatan.....	30
6. Biaya Kegiatan.....	33
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Pemasaran .....	35
B. Pemasaran Syariah .....	38
C. Ritel dan Bauran Ritel ( <i>Retailing mix</i> ).....	45
D. Pengemasan Produk .....	60

**BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN**

- A. Temuan Obyek Penelitian ..... 62
- B. Penduduk Desa Jajaran Lama ..... 64
- C. Kondisi Wilayah..... 66

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Kondisi Ekonomi Ibu-Ibu PKK ..... 68
- B. Pendampingan Kepada Kelompok Ibu-Ibu PKK dalam Melaksanakan Usaha Kue Kering..... 69
- C. Proses Pemasaran Produk dengan Teknik Pengemasan.....72
- D. Proses Promosi Pemasaran Produk Kue Kering Kelompok Ibu-Ibu Pkk.....74

**BAB V PENUTUP**

- A. Evaluasi ..... 79
- B. Kesimpulan ..... 79
- C. Saran..... 80

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Perincian Jumlah Laki_laki dan Perempuan.....	64
Tabel 3.2	Pekerjaan dan Penghasilan Penduduk.....	65
Tabel 3.3	Komposisi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan.....	66

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 :Lembar Formulir Pengajuan Judul
- Lampiran 2 :Lembar Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 3 :Lembar Surat Tugas PM
- Lampiran 4 :Surat Keterangan Izin PM
- Lampiran 5 : Surat Undangan
- Lampiran 6 :Lembar Daftar Hadir PM
- Lampiran 7 :Lembar Bimbingan
- Lampiran 8 :Dokumentasi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Penguatan ekonomi adalah usaha untuk menjadikan ekonomi yang kuat, besar, modern, dan berdaya saing tinggi dalam mekanisme pasar yang benar. Pembangunan ekonomi adalah suatu proses yang menyebabkan pendapatan perkapita penduduk suatu masyarakat meningkat dalam jangka panjang. Salah satu tujuan penting dalam pembangunan ekonomi adalah penyediaan lapangan kerja yang cukup untuk mengejar pertumbuhan angkatan kerja lebih-lebih bagi negara berkembang terutama Indonesia dimana pertumbuhan angkatan kerja lebih cepat dari pada pertumbuhan kesempatan kerja. Pemanfaatan sumber daya manusia yang ada pada sektor industri, merupakan kunci keberhasilan pencapaian tujuan pada sektor industri tersebut.<sup>1</sup> Tentunya penguatan ekonomi wanita sangat penting bagi masyarakat karena yang mengatur perekonomian keluarga adalah wanita atau dapat dikatakan seorang ibu dimana ia mengatur pengeluaran dan pemasukan. Dengan demikian wanita juga tidak mesti tinggal diam menunggu saja dari suami tapi mereka juga bisa berkreasi dan mendapatkan penghasilan tambahan.

---

<sup>1</sup> Wijayanto Rony, Subagiarta Wayan I, Yuliati Lilis. *“Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Buruh Pengrajin Kuningan Pada Bagian Produksi Di Desa Cindogo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso,”* Jurusan IESP, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember (UNEJ), 2015 hal. 1.

Ekonomi Islam adalah suatu konsep ekonomi bersumber pada Al-Quran dan Al-Hadits dalam pemenuhan kebutuhan manusia baik yang bersifat komersil maupun non-komersil dan memiliki cara pandang yang berbeda dengan ekonomi Non-Islam.<sup>2</sup> Islam juga mengajarkan umatnya untuk berfikir mengubah nasibnya, dengan kreativitas dan inovasi produk untuk dapat menghasilkan sesuatu yang baru dan dapat di tukarkan atau diperjual belikan, jual beli merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang hakikatnya adalah saling tolong menolong sesama manusia dengan ketentuan hukumnya telah diatur dalam syariat Islam. Allah SWT telah menjelaskan dalam Al-Qur'an dan Nabi SAW dalam hadis-hadisnya telah memberikan batasan-batasan yang jelas mengenai ruang lingkup tersebut, khususnya yang berkaitan dengan hal-hal yang diperbolehkan dan yang dilarang.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

*Artinya : “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.(Q.S AL Baqarah : 275).<sup>3</sup>*

---

<sup>2</sup> Ridwansyah. *Mengenal Istilah-istilah dalam Perbankan Syariah*, (Bandar Lampung: Anugerah Utama Raharja, 2012), hal. 38.

<sup>3</sup> <https://Qur'an.Kemenag.go.id/> “Q.S AL-Baqarah/2:275”, Diakses tanggal 21 Mei 2022 Pukul 21:11 WIB.

Salah satu cara kreativitas inovasi produk yang dilakukan oleh wanita desa untuk mendapatkan penghasilan tambahan salah satunya adalah dengan berwirausaha. Wirausaha wanita memang perlu terus dikembangkan agar wanita mempunyai kemampuan dan *skill* yang menjadikan wanita tersebut berkualitas. Berkaitan dengan hal tersebut diharapkan dengan memproduksi usaha ini dapat menambah pendapatan keluarga sehingga semua kebutuhan keluarganya dapat terpenuhi termasuk pendidikan anak, sandang, dan papan.<sup>4</sup>

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ  
وَالْمُؤْمِنُونَ صَلَّى وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ  
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

*Artinya : "Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."*

(Q.S AT-Taubah: 105).<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Yuyuk, Lidia, Lailatus, Sunarto. "Usaha Kue Kering Semprit Berbahan Dasar Kentang Sebagai Usaha Untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga Pada Pendapatan UMKM," *Jurnal ABM mengabdikan*, Vol. 6 No.2, Desember 2019, hal. 3.

<sup>5</sup> <https://Qur'an.Kemenag.go.id/> "Q.S AT-Taubah/9:105", Diakses tanggal 21 Mei 2022 Pukul 21:11 WIB.

Kue kering merupakan jenis makanan ringan yang digemari oleh semua masyarakat mulai dari orang dewasa sampai anak-anak. Peluang usaha rumahan ini tidak membutuhkan modal yang besar. Proses pembuatan kue kering juga mudah untuk dilakukan. Saat ini, kue kering sudah dijadikan sebagai buah tangan kepada para kerabat. Pada momen tertentu seperti acara pernikahan atau acara-acara besar lainnya, permintaan akan kue kering cenderung meningkat. Tingginya permintaan kue kering membuat peluang usaha kue kering menjadi salah satu peluang bisnis yang menjanjikan. Perkembangan usaha ini mulai memunculkan beraneka ragam jenis kue kering seperti kue kacang, kuping gajah, nanas, mode susu. Adanya inovasi untuk membuat berbagai jenis kue kering ini tentu menarik konsumen untuk mencobanya.<sup>6</sup> Agar semakin diminati oleh konsumen, selain kemampuan membuat aneka jenis kue kering dan mengemas produk secara rapi, kelompok wanita desa juga harus melakukan strategi pemasaran yang efektif agar produk itu laku terjual dengan adanya pemasaran.

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana produsen dan konsumen mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan saling menciptakan sebuah penawaran dan saling bertukar sesuatu yang bernilai

---

<sup>6</sup> Kusuma Indawati Halim. "Pendampingan Usaha Kue Kering Melalui Pengemasan Produk Dan Pemasaran Digital," *Jurnal community development*, Vol. 2 No.3 November 2021, hal. 732.

satu sama lain. Dalam proses ini kedua belah pihak saling diuntungkan karena terjadi sebuah kesepakatan. Manajemen pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi, dan distribusi dari produk yang ditawarkan.<sup>7</sup> Strategi pemasaran ditujukan untuk menganalisis lingkungan bisnis dan kebutuhan pelanggan, menyesuaikan produk dengan keinginan pelanggan sehingga dapat mencapai posisi komperatif.

Dalam proses pemasaran mempunyai peran besar, sehingga memerlukan kreativitas dan kualitas yang tinggi sehingga pemasaran bisa ditingkatkan. Pemasaran sangat menunjang terhadap pencapain ekonomi kelompok wanita desa terkhususnya untuk membantu perekonomian. Kegiatan usaha kue kering dan dipasarkan menjadi wadah yang bisa dimanfaatkan bagi kelompok wanita desa untuk meningkatkan perekonomian dan kreativitas ibu-ibu PKK untuk memanfaatkan waktu luang selesai pekerjaan rumah tangga sehingga mereka bisa mendapatkan penghasilan tambahan untuk membantu perkeekonomian keluarga.

Pengabdian masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapakan imbalan dalam bentuk apapun termasuk melakukan “Proses Marketing produk kue kering”.

---

<sup>7</sup> M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta,2019) hal. 8-10.

Strategi pemasaran sosial merupakan sebuah proses untuk dapat meningkatkan atau mengembangkan usaha yang sedang dikelola oleh masyarakat setempat. Sedangkan strategi pemasaran yang dilakukan oleh mahasiswa yang sedang melakukan pengabdian adalah membantu meningkatkan pendapatan masyarakat dari apa yang mereka dapat selama ini.<sup>8</sup> Itulah mengapa pentingnya melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan melaksanakan program “*Community Marketing*” dengan begitu dapat membantu kelompok wanita desa dalam mendapatkan pengetahuan yang kemudian dapat diterapkan dimasyarakat setempat sebagai sumber penghasilan ekonomi masyarakat.

*Community marketing* adalah sebuah metode pemasaran yang fokus untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara langsung mau pun tidak langsung.<sup>9</sup> *Community marketing* adalah strategi pemasaran dimana suatu bisnis aktif berinteraksi dengan konsumennya. Interaksi ini bisa dilakukan baik online maupun *offline*. Seperti di Facebook, forum *online*. Seiring kemajuan teknologi digital menyebabkan konsumen lebih memilih melakukan transaksi secara online melalui media sosial.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Perbankan syariah 5D. *Manajemen Pemasaran*, (Bengkulu: Fadilah, 2019), hal. 19-21

<sup>9</sup> <https://www.jurnal.id/id/blog/community-marketing-strategi-pemasaran-tepat-untuk-startup>, di akses pada tanggal 06 April 2022 Pukul 11:30 WIB.

<sup>10</sup> <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/apa-itu-community-marketing>, di akses pada 06 April 2022 Pukul 11:30 WIB.

Peran media sosial sangat efektif dalam membantu strategi pemasaran untuk para pelaku usaha. Setiap pelaku usaha mempertimbangkan untuk mencari upaya pemasaran media sosial mereka.<sup>11</sup> Penggunaan media sosial akan mendorong informasi dan komunikasi yang cepat dan interaktif antara pelaku usaha dan konsumen. Mayoritas konsumen saat ini selalu menggunakan teknologi digital untuk membeli produk. Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk menyesuaikan dengan pemasaran online agar tetap dapat berinteraksi dengan konsumen dan mampu mempertahankan konsumen yang sudah menjadi pelanggan.

*Community development* dapat dipahami sebagai kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kondisi kehidupan masyarakat melalui keterlibatan masyarakat dan didasarkan kepada kekuatan yang dimiliki oleh warga masyarakat.<sup>12</sup> Salah satu pelaku wirausaha, mikro adalah kelompok wanita desa yang berlokasi di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat. Kelompok ibu-ibu PKK sudah memulai wirausaha kue kering sejak tahun 2018. Awalnya, pembuatan kue kering ini dilakukan hanya pada hari besar keagamaan dengan cara membuka order

---

<sup>11</sup> Kusuma Indawati Halim. "Pendampingan Usaha Kue Kering Melalui Pengemasan Produk Dan Pemasaran Digital," *Jurnal community development*, Vol. 2 No.3 November 2021, hal. 733

<sup>12</sup> Nandang Mulyana, Arum Sintia, Ishartono, Risna Resnawaty. "Pengembangan Usaha Tape Ketan Sebagai Produk Unggulan Ditinjau Dari Perspektif Community Development," *Jurnal Penelitian & PPM*, Vol. 4 No. 2 Juli (2017), hal. 383.

untuk kerabat dan tetangga dekat. Usaha ini mulai berkembang dikarenakan banyak pelanggan yang melakukan order diluar hari besar keagamaan seperti untuk dijadikan buah tangan atau acara keluarga. Karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki, kelompok wanita desa masih menjalankan usahanya secara konvensional dengan cara menitipkan kue kering ke toko makanan dan warung. Kemasan yang digunakan untuk kue kering terlihat sederhana yaitu dengan wadah plastik sekali pakai dan belum memiliki label. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan bagaimana strategi meningkatkan penghasilan tambahan bagi wanita desa dengan membekali pengetahuan dan untuk menambah daya tarik konsumen dan strategi pemasaran secara online maupun secara langsung. Diharapkan dengan kegiatan ini, kelompok ibu-ibu PKK dapat mengembangkan kreativitasnya melalui produk kue kering dan dapat meningkatkan pendapatan mereka.

Manfaat bagi ibu-ibu selain memperoleh memperoleh keuntungan dalam aspek ekonomi yaitu pemasukan keuangan yang bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manfaat yang lain juga bisa meningkatkan serta memanfaatkan keterampilan dalam dirinya. Apabila sudah memiliki kreativitas tersebut akan lebih mudah jika mereka ingin membuka atau melakukan usaha baru yang bersumber dari pemanfaatan aset atau inovasi dari dalam dirinya sendiri.

Dari penjelasan di atas saya sebagai pengabdian mengambil kesimpulan pengabdian di desa jajarana lama untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan masyarakat kelompok ibu-ibu PKK melalui usaha kue kering karena dengan melihat peluang yang ada dan dapat memberikan hal baru seperti pemasaran melalui *online* atau aplikasi whatsapp, facebook, instagram maupun secara *offline* serta dilakukan teknik pengemasan produk karena pentingnya kemasan produk untuk menambah daya tarik konsumen dan meningkatkan perekonomian masyarakat terutama pada kelompok ibu-ibu PKK.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, penulis merumuskan masalah yaitu “Pendampingan pengembangan usaha kue kering dengan pengemasan dan strategi pemasaran produk dalam meningkatkan profit keuntungan bagi kelompok ibu-ibu PKK” dengan penjabaran sebagai berikut :

1. Bagaimana kelompok ibu-ibu PKK di Desa Jajarana Lama dalam melaksanakan wirausaha kue kering ?
2. Bagaimana strategi penguatan ekonomi ibu-ibu PKK melalui wirausaha produksi kue kering di Desa Jajarana Lama ?

### **C. Tujuan dan Sasaran**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas adapun sasaran kegiatan adalah :

1. Untuk mengetahui kelompok ibu-ibu PKK di Desa Jajaran Lama dalam melaksanakan usaha kue kering.
2. Untuk mengetahui strategi penguatan ekonomi ibu-ibu PKK melalui wirausaha produksi kue kering di Desa Jajaran Lama.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan dari penulisan ini, antara lain:

#### **1. Secara teoritis**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk perkembangan keilmuan bidang strategi pengemasan serta pemasaran dalam wirausaha kue kering kelompok ibu-ibu PKK sehingga dapat meningkatkan perekonomian keluarga.

#### **2. Secara praktis**

##### **a. Bagi Penulis**

Untuk menambah wawasan mengenai penguatan ekonomi dan memberikan pengalaman yang tidak terlupakan bagi penulis karena atas bantuan kelompok ibu-ibu PKK penulis bisa mengetahui penguatan ekonomi ibu-ibu PKK melalui inovasi pembuatan kue kering di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat

Kabupaten Lahat dengan program pendampingan community development.

b. Bagi Pembaca

Untuk menambah pengetahuan dan memberikan tambahan referensi bagi pembaca dalam mengaplikasikan di kehidupan nyata.

**E. Penelitian Terdahulu**

Berikut ini merupakan penelitian yang relevan atau penelitian terdahulu, yang dijadikan sebagai landasan bagi peneliti dalam melakukan penelitian selanjutnya.

Penelitian Jendi yang bertujuan untuk melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk berbelanja di supermarket. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang memiliki daya beli. Teknik analisis data yang dipakai adalah analisis faktor. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat delapan faktor yang mempengaruhi konsumen memilih berbelanja di supermarket yaitu (1) faktor demografi, (2) faktor promosi, (3) faktor merchandise dan kebersihan, (4) faktor ruangan, (5) faktor fasilitas, (6) faktor lokasi, (7) budaya, dan yang terakhir (8) faktor karyawan. Penulis menyarankan pihak supermarket harus mengetahui karakteristik dan keinginan konsumennya, dimana demografi memiliki pengaruh yang besar dalam meningkatkan keinginan konsumen untuk berbelanja di supermarket di

Kota Padang.<sup>13</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Jendi terletak pada faktor-faktor yang di ujikan, dalam penelitian Jendi tidak hanya menganalisis faktor-faktor pemasaran tetapi juga faktor-faktor selain dalam bauran pemasaran ritel. Sedangkan penelitian ini hanya berfokus pada faktor-faktor bauran pemasaran ritel. Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik Jendi adalah sama-sama menggunakan metode analisis faktor.

Penelitian Kantohe dan Karuntu yang bertujuan untuk mengetahui apakah faktor produk, harga, lokasi, atmosfer toko, pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada Fiesta Pasar Swalayan Manado. Metode analisis yang digunakan adalah Regresi Linier berganda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan secara simultan faktor produk, harga, lokasi, atmosfer toko, pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial hanya variabel harga, lokasi dan promosi yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.<sup>14</sup> Perbedaan penelitian Kantohe dan

---

<sup>13</sup> Renfist Jendi, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Berbelanja di Supermarket Kota Padang, *Jurnal Manajemen UNP*, diakses melalui <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/view/309/154> pada tanggal 18 Juni 2022.

<sup>14</sup> Junitrianto Kuntohe dan Merlyn Karuntu, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Berbelanja pada Fiesta Pasar Swalayan Manado, *Jurnal EMBA* Vol.2 No1 Maret 2014, hal. 66-77 di akses melalui <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3554/3082> pada tanggal 18 Juni 2022.

Karuntu dengan penelitian ini terletak pada teknik analisis yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor dan regresi linier berganda sedangkan penelitian Kantohe dan Karuntu hanya menggunakan regresi linier berganda saja. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian Kantohe dan Karuntu terletak pada variabel bebas yang diujikan yakni bauran ritel yang terdiri dari produk (merchandise), harga (price), lokasi (location), promosi (promotion), atmosfer toko (atmosphere store), dan pelayanan (service) serta variabel terikat yakni keputusan pembelian. Selain itu metode penelitian juga sama-sama menggunakan metode kuantitatif.

## **F. Metode Pelaksanaan Kegiatan**

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat terdiri atas tiga langkah utama, yaitu persiapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi kegiatan.

### **1. Persiapan Kegiatan**

Dalam persiapan kegiatan terdapat beberapa tahap yang dilaksanakan, yaitu:

#### **a. Tahap observasi awal**

Pada tahapan ini, observasi dilakukan dengan cara mengunjungi langsung lokasi pengabdian, bertemu langsung dengan Bapak kepala Desa dan ibu-ibu PKK. Pada kesempatan tersebut dilakukan juga wawancara, terutama tentang bagaimana

perekonomian ibu-ibu PKK setempat serta mengenai perkembangan wirausaha kelompok ibu-ibu PKK yang sekarang mereka tekuni.

b. Komunikasi dan Koordinasi

Salah satu aspek penting dalam kegiatan pengabdian adalah komunikasi dan koordinasi dengan pihak yang terkait dilokasi pengabdian yaitu di desa Jajaran Lama. Tanpa koordinasi pelaksanaan kegiatan akan terhambat dan kurang bermakna. Maka, upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara dan sosialisasi dengan ibu-ibu PKK setempat, bapak kepala desa serta prangkat desa terkait tentang masalah dalam wirausaha kue kering.

## **2. Pelaksana kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan mengacu pada rencana yang telah dirancang dan tertuang dalam jadwal kegiatan, dengan rincian kegiatan “Penguatan ekonomi ibu-ibu PKK melalui inovasi pembuatan kue kering di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat dengan program pendampingan community development” dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan bukti kongkret kepedulian untuk mengembangkan usaha kue kering kelompok ibu-ibu PKK dengan produk kue kering seperti kue kacang, monde susu dan kuping gajah. Oleh karena itu pelatihan

pengembangan usaha ini dapat berjalan sebagai mana fungsinya dalam mendukung proses pengemasan serta pemasaran. Kegiatan ini telah dilaksanakan dari tanggal 24 Januari 2022 sampai dengan 06 April 20212 pukul 08.00-11.30 WIB di Desa Jajaran Lama dengan tujuan untuk memberi motivasi dan gagasan baru tentang penguatan ekonomi ibu-ibu PKK.

Mekanisme pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Sosialisasi program, sosialisasi dilakukan kepada ibu-ibu PKK, aparat desa, dan komponen masyarakat lainnya yang ada di Desa Jajaran Lama untuk memberikan gambaran mengenai rencana kegiatan pengabdian yang akan dilakukan. Selain itu, sosialisasi ini juga bertujuan untuk melihat respon masyarakat terhadap kegiatan yang akan dilakukan serta menampung berbagai aspirasi masyarakat mengenai permasalahan dan potensi desa yang ada di Desa Jajaran Lama.
- b. Penjelasan dan pelatihan pengemasan serta pemasaran secara *online* dan *offline* produk kue kering menjadi produk unggulan kelompok ibu-ibu PKK. Pelatihan ini merupakan pelatihan yang diberikan kepada kelompok ibu-ibu PKK untuk

memberikan informasi bahwa dalam pengemasan produk sangat penting karena kemasan itu melindungi makanan dari kerusakan, serta stiker/label menunjukkan produk tersebut milik kelompok ibu-ibu PKK dan strategi pemasaran itu sangat mempengaruhi dalam penjualan.

- c. Pendampingan pemantapan hasil pengemasan dan pemasaran pasca pelatihan dilakukan sebagai salah satu cara untuk melihat keberlangsungan kegiatan pelatihan yang sudah dilakukan dan memastikan kelompok ibu-ibu PKK tetap melanjutkan aktivitas memproduksi kue kering dengan teknik pengemasan dan pemasaran pasca pelatihan sekaligus memantapkan hasil produksi kue kering sebelum dijual ke pasar.

### **3. Evaluasi Kegiatan**

Evaluasi adalah suatu rangkaian kegiatan yang dilakukan dengan sengaja untuk melihat tingkat keberhasilan program. Evaluasi merupakan tahap akhir dari rangkaian kegiatan, penting dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan rencana atau tidak selain itu, untuk mengetahui sejauh mana target dapat tercapai.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Arikunto, Suharsimi (2009).” *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*”.Jakarta: Bumi Aksara.Hal. 297.

Pada tahapan evaluasi, dilakukan bersama antara tim pengabdian dan sekelompok masyarakat Desa Jajaran Lama untuk berinovasi dan meningkatkan pemahaman mengenai pengemasan dan pemasaran produk. Setelah dilakukan evaluasi terhadap berbagai aspek dapat disimpulkan bahwa secara umum, kegiatan pengembangan usaha kue kering ini mempunyai kegiatan berkelanjutan oleh kelompok ibu-ibu PKK setempat.

Evaluasi program adalah sebuah proses untuk mengetahui apakah tujuan telah terealisasi. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan secara umum dapat dikatakan bahwa pelaksanaan kegiatan penguatan ekonomi ibu-ibu PKK ini mampu mendorong dan memotivasi kelompok ibu-ibu PKK setempat untuk lebih mengerti lebih dalam mengenai pengemasan dan pemasaran. Dengan kegiatan ini diharapkan kelompok ibu-ibu PKK setempat mampu memahami pengemasan dan pemasaran yang baik supaya bisa menarik minat konsumen.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Arikunto, Suharsimi dkk.(2009). "*menejemen penelitian*". Jakarta: Reka Cipta. Hal. 5.

**Tabel 1.1**  
**(Roodmap Pengabdian Masyarakat)**

No	Isi Roodmap (Peta Jalan)	Keterangan
1	Keadaan Sebelum dan Sesudah	<p>a. Keadaan Sebelum : Kelompok ibu-ibu PKK memproduksi produk hanya pada saat ada orderan pada saat pengemasan hanya menggunakan plastik sekali pakai dan belum memiliki stiker/label. Secara pemasaran mereka hanya mengandalkan cara konvensional yaitu informasi dari mulut ke mulut.</p> <p>b. Keadaan Sesudah : Kelompok ibu-ibu PKK memproduksi produk 2 (dua) kali dalam seminggu yaitu pada hari sabtu dan minggu. Secara pengemasan kelompok ibu-ibu PKK menggunakan media toples transparan dan plastik klip yang diberi stiker/label dimana sudah ada nama yang</p>

		<p>menunjukkan bahwa produk itu hasil produksi kelompok ibu-ibu PKK terdapat alamat, no hp/whatsapp. Pemasaran sudah bisa melalui <i>online</i> yang menggunakan media sosial seperti whatsapp, instagram dan facebook secara <i>offline</i> yaitu dititip diwarung-warung, konsumen datang ketempat produksi.</p>
2	Tahapan pelaksanaan kegiatan	<p>a. Tahap pertama dilakukan Surve awal ke lokasi rapat atau melakukan diskusi mengenai perencanaan program kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan di Desa Jajaran Lama, meliputi diskusi kegiatan program pelaksanaan kegiatan seperti mengidentifikasi sasaran ibu-ibu PKK untuk proses kebutuhan yang diperlukan ibu-ibu PKK. selanjutnya</p>

		<p>menentukan kegiatan akan dilaksanakan.</p> <p>b. Tahap ke dua, jenis kegiatan yang diawali dengan pembuatan proposal kegiatan, memasukkan surat proposal untuk diantarkan ke dekan FEBI, proposal Acc, izin kepada Kepala Desa setempat, mengatur undangan untuk acara launching, dan sosialisasi penguatan ekonomi ibu-ibu PKK melalui inovasi pembuatan kue kering di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat dengan program pendampingan community development.</p> <p>c. Tahap ke tiga jenis kegiatan pengemasan dan pemasaran secara onnlie maupun offline produk kue kering yaitu produk kue kacang, kue</p>
--	--	---

		<p>monde susu dan kuping gajah. Dengan begitu dapat meningkatkan keuntungan ekonomi bagi kelompok ibu-ibu PKK Desa Jajaran Lama.</p>
3	Sasaran dari setiap tahapan	<p>a. Sasaran terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini, terutama Ibu- Ibu dan semua masyarakat yang terdaftar di desa Jajaran Lama.</p> <p>b. Mitra program pengabdian masyarakat yaitu lembaga-lembaga dan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan program di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat</p>
4	Indikator pencapaian tujuan	<p>Setelah berdiskusi dengan kelompok ibu-ibu PKK yang mau mengikuti program pengabdian di desa tersebut, supaya terciptanya</p>

		kerjasama dan saling bertukar pikiran dalam pengemasan dan pemasaran produk yang akan menarik minat konsumen dan mengembangkan usaha kue kering sehingga dapat meningkatkan perekonomian kelompok ibu-ibu PKK Desa Jajaran Lama.
5	Waktu pelaksanaan kegiatan	<p>Kegiatan pada tanggal 24 Januari 2022 pada pukul 08.00 s/d selesai. Acara pembukaan dihadiri oleh: Bapak kepala Desa Jajaran Lama, perangkat desa, kelompok ibu-ibu PKK. Yang keseluruhan jumlah peserta hadir dalam kegiatan kurang lebih 38 orang.</p> <p>Kegiatan pada tanggal 06 April 2022 pada pukul 10.00 s/d selesai. Acara penutupan yang dihadiri oleh: Bapak kepala Desa Jajaran Lama beserta perangkat Desa dan kelompok ibu-ibu PKK. Peserta yang hadir dalam kegiatan penutupan kurang lebih 32 orang.</p>
6	Penanggung jawab	Kegiatan pengabdian masyarakat ini

	<p>dan pihak yang terlibat</p>	<p>telah dilaksanakan sesuai program yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Sosialisasi program pengemasan dan pemasaran produk kue kering seperti produk kue kacang, kue monde susu dan kuping gajah.</li> <li>b. Pihak yang terlibat dalam kegiatan adalah Helda Yutami mahasiswa UINFAS Bengkulu Prodi Perbankan Syariah, Dosen FEBI IAIN Bengkulu, Lembaga-lembaga yang terkait dan masyarakat Desa Jajaran Lama.</li> </ol>
--	--------------------------------	---

#### 4. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

**Tabel 1.2**  
**(Jadwal Pelaksanaan Kegiatan)**

No	Jenis Kegiatan	Bulan Ke 1				Bulan Ke 2				Bulan Ke 3				Bulan Ke 4				Bulan Ke 5	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Persiapan																		
	Surve awal	■																	
	Obervasi awal	■																	
	Pembauatn proposal		■																
	Konsultasi proposal		■																
	Fisikal proposal			■															
	Mengajukan surat pengantar ke fakultas			■															
	Surat tugas					■													
	Pengajuan SK pembimbing	■	■	■															
	Menyerahkan proposal				■	■													
	Mengecek proposal ke Desa pengabdian masyarakat						■	■											
	Persiapan Lanching PM							■											
	Membuat surat menyurat dan							■											

	lain-lain																		
	Menyebarkan undangan																		
2	Pelaksanaan																		
	Sosialisasi																		
	Produksi langsung oleh pelaku usaha																		
	Pemilihan merek produk																		
	Pemilihan kemasan																		
	Proses pengemasan																		
	Pemasaran produk titip ke warung																		
	Pemasaran produk secara online																		
	Pemasaran produk secara langsung ke masyarakat																		
3	Penutupan PM																		
	Evaluasi dan penyusunan																		
	Membuat laporan PM																		
	Bimbingan laporan PM																		
	Print dan foto copy																		
	Laporan dan berkas PM																		

Dijalankan dalam kegiatan pendampingan kelompok ibu-ibu PKK ini adalah pengembangan usaha kue kering dalam rangka peningkatan ekonomi ibu-ibu PKK. Sebagai tahap awal, Mahasiswa pengabdian masyarakat memfasilitasi kelompok ibu-ibu PKK dalam pendampingan pengemasan dan pemasaran produk. Pendampingan pengemasan dan pemasaran produk yang dimaksud adalah melatih dan menjelaskan kepada kelompok ibu-ibu PKK bahwa kemasan produk itu sangat penting untuk melindungi makanan dari kerusakan, memiliki merek produk sendiri agar konsumen mengetahui bahwa produk itu diproduksi oleh kelompok ibu-ibu PKK dan melakukan pemasaran secara *online* melalui media sosial seperti whatsapp, facebook, instagram. Pemasaran langsung yaitu dititip ke warung. Kue kering yang dikemas dan dipasarkan berbagai jenis kue yaitu kue kering kacang, monde susu, kuping gajah. Pendampingan ini diharapkan dapat mengembangkan usaha kue kering sehingga meningkatkan perekonomian kelompok ibu-ibu PKK dalam membantu ekonomi keluarga.

## 5. Biaya Kegiatan

**Tab 1.3**  
**(Biaya Kegiatan)**

No	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga@	
<b>A</b>	<b>Persiapan</b>			
1	Biaya pembuatan proposal	6 Unit	Rp.15.000	Rp.90.000
2	Transportasi	1 Unit	Rp.120.000	Rp.120.000
3	<b>Jumlah</b>			Rp.210.000
<b>B</b>	<b>Pelaksanaan</b>			
1	Konsumsi	150 Kotak	Rp.2.000	Rp.300.000
2	Kemasan	2 Pac	Rp.5.000	Rp.250.000
3	Print Label	6 Lemabar kertas stiker	Rp.6.000	Rp.36.000
4	Spanduk	2 Buah	Rp.50.000	Rp.100.000
5	Masker	1 Kotak	Rp.20.000	Rp.20.000
6	Tisu	1 Kotak	Rp.20.000	Rp.20.000
7	Sabun cuci tangan	1 Botol	Rp.20.000	Rp.20.000
8	Print undangan	30 Lemabr	Rp.1.000	Rp.30.000
9	Aqua	1 Dus	Rp.20.000	Rp.20.000
10	Buah-bauahan	5 KG	Rp.15.000	Rp.15.000
11	Transportasi	1 Mobil	Rp.120.000	Rp.120.000
12	Kotak Kue	1 Pac	Rp.40.000	Rp.40.000

13	<b>Jumlah</b>	Rp.1.195.000
<b>C</b>	<b>Evaluasi dan pelaporan</b>	
1	Persiapan	Rp.210.000
2	Pelaksanaan	Rp.1.195.000
3	<b>Jumlah</b>	Rp.1.405.000

## 6. Biaya Penjualan

No	Tanggal	Uraian	Vol	Satuan	Harga Awal	Harga Pemasaran	Profit	Jumlah
1	20 Februari 2022	Kue kacang	5	Toples	Rp.30.000	Rp.45.000	Rp.15.000	Rp.225.000
2	21 Februari 2022	Kue kacang	4	Toples	Rp.30.000	Rp.45.000	Rp.15.000	Rp.180.000
3	22 Februari 2022	Kue monde susu	6	Toples	Rp.35.000	Rp.45.000	Rp.10.000	Rp.270.000
4	23 Februari 2022	Kue kacang	3	Toples	Rp.30.000	Rp.45.000	Rp.15.000	Rp.135.000
5	24 Februari 2022	Kuping gajah	7	Plastik klip	Rp.10.000	Rp.15.000	Rp.5.000	Rp.105.000
6	23 Februari 2022	Kuping gajah	4	Plastik klip	Rp.10.000	Rp.15.000	Rp.5.000	Rp.60.000
7	26 Februari 2022	Kue kacang	5	Toples	Rp.30.000	Rp.45.000	Rp.15.000	Rp.225.000
8	23 Februari 2022	Kue monde susu	2	Toples	Rp.35.000	Rp.45.000	Rp.10.000	Rp.90.000
9	28 Februari 2022	Kuping gajah	6	Plastik klip	Rp.10.000	Rp.15.000	Rp.5.000	Rp.90.000
10	1 Maret 2022	Kuping Gajah	3	Plastik klip	Rp.10.000	Rp.15.000	Rp.5.000	Rp.45.000
11	2 Maret 2022	Kue kacang	4	Toples	Rp.30.000	Rp.45.000	Rp.15.000	Rp.45.000
12	3 Maret 2022	Kue kacang	5	Toples	Rp.30.000	Rp.45.000	Rp.15.000	Rp.225.000
13	4 Maret 2022	Kue Kacang	3	Toples	Rp.30.000	Rp.45.000	Rp.15.000	Rp.135.000
14	5 Maret 2022	Kuping gajah	4	Plastik klip	Rp.10.000	Rp.15.000	Rp.5.000	Rp.60.000
Jumlah keseluruhan								Rp.1.890.000
Modal awal								Rp.980.000
Total keuntungan								Rp.910.000

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Pemasaran Produk**

##### **1. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran bukan hanya sekedar berakhir dengan kegiatan penjualan. Kegiatan-kegiatan dalam pemasaran saling berhubungan satu sama lain. Kegiatan pemasaran dimulai jauh sebelum kegiatan produksi dan tidak hanya berakhir oleh penjualan. Apabila pemasar menginginkan produknya laku dipasaran dan bertahan bahkan berkembang, maka pemasar harus memikirkan produk apa yang ingin mereka buat agar sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk yang bernilai dengan yang lain.<sup>17</sup>

Pemasaran adalah suatu aktivitas yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta

---

<sup>17</sup> Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2003), hal.12.

mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari perusahaan.<sup>18</sup>

Sedangkan menurut Daryanto pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.<sup>19</sup> Kesimpulan dari definisi di atas bahwa pemasaran adalah kegiatan pertukaran barang dan jasa dari produsen ke konsumen, dimana dalam pertukaran ini diharapkan dapat menimbulkan permintaan efektif.

Pemasaran umumnya dipandang sebagai pekerjaan untuk membuat, mempromosikan, dan menyalurkan barang dan jasa pada konsumen dan bisnis. Para manajer pemasaran berusaha mempengaruhi tingkat, waktu dan komposisi permintaan agar bisa memenuhi tujuan organisasi. Konsep pasar akhirnya membawa kita kembali ke konsep pemasaran. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa menjalankan manajemen pemasaran dengan benar dan tepat.

Menurut Philip Kotler mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk

---

<sup>18</sup> Cannon, William, dan Jerome. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*, (Jakarta :Salemba Empat, 2008) hal. 8

<sup>19</sup> Daryanto. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, (Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011) hal. 1.

menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran demi mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu, manajemen pemasaran berisi pengolahan permintaan, yang berisi pengolahan hubungan dengan pelanggan. Sebagai falsafah bisnis, konsep pemasaran tersebut disusun dengan memasukkan tiga elemen pokok yaitu:

1. Orientasi konsumen atau pasar ataupun pembeli
2. Volume penjualan
3. Koordinasi dan intergasi keseluruhan kegiatan pemasaran

Bagi suatu perusahaan, aktivitas pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting, karena aktivitas pemasaran diarahkan untuk menciptakan pertukaran yang memungkinkan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup. Selain itu aktivitas pemasaran dilakukan untuk pencapaian tujuan perusahaan yang sesuai dengan harapan.

Tujuan pemasaran adalah berorientasi pasar untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, memberikan pengarahannya bagi kegiatankegiatan penjualan yang menguntungkan, dan mengkoordinasikan kegiatan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Jadi tujuan pemasaran bukanlah untuk

menyediakan barang-barang dan jasa-jasa yang mudah dihasilkan dan kemudian berusaha menjualnya.

Pemasaran harus bertitik tolak dari kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memperkirakan sekaligus menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyerahan barang dan jasa yang memuaskan secara efektif dan efisien. Pada era global pemasaran diibaratkan sebagai jantung bagi keberlangsungan setiap perusahaan yang sangat kompetitif.

Pemasaran dalam Islam memiliki posisi yang berbeda dengan pemasaran konvensional, bukan hanya secara konsep tapi juga penerapan strategi di lapangan. Hal ini terlihat pada diri Rasulullah SAW sebagai seorang pedagang sekaligus marketer handal dan sukses dari masa ke masa. Beliau dalam melakukan aktivitas dagangan atau bisnis sangat mengedepankan etika sebagai kunci kesuksesan bisnis, bukan hanya berorientasi kepada profit semata tapi juga sebagai wasilah untuk menggapai kesejahteraan dunia dan akhirat.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Abdullah Amrin. *Strategi Pemasaran Asuransi Syari'ah*, (Jakarta: PT Grasindo, 2007), hal.1.

## **B. Pemasaran Syariah**

### **1. Pengertian Pemasaran Syariah**

Dalam pandangan islam dikatakan bahwa pemasaran adalah berbagai upaya yang dilakukan untuk memudahkan terjadinya penjualan atau perdagangan. Adapun pemasaran syariah menurut Muhammmad Syakir Sula dan Hermawan Kartajaya adalah sebagai sebuah disiplin ilmu bisnis strategi yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari satu inisiator kepada para pemenang sahamnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalat bisnis Islam.<sup>21</sup> Rasulullah Saw adalah orang yang menggeluti dunia perdangan, sekaligus seorang pemasar (marketer) yang handal. Dalam melakukan berbagai upaya pemasaran dalam merealisasikan perdagangan seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip islam.<sup>22</sup> Sebagaimana firman Allah Swt dalam Qur'an surah Ash-shaad ayat 24 :

---

<sup>21</sup> Veithzal, Islamic. *Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasullulah Saw*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Indah, 2012) hlm. 25.

<sup>22</sup> Jusmaliani. *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 2.

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ  
 وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ  
 بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ  
 وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّهٗ فَاسْتَغْفَرَ  
 رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿١١١﴾

*Artinya : Daud berkata: "Sesungguhnya Dia telah  
 berbuat zalim kepadamu dengan meminta  
 kambingmu itu untuk ditambahkan kepada  
 kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari  
 orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka  
 berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali  
 orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal  
 yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan  
 Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia*

*meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur  
sujud dan bertaubat.(QS. Ash-Shaad : 24).*<sup>23</sup>

Marketing Islami pada dasarnya memiliki empat prinsip dasar yang dapat dijadikan panduan bagi para pelaku pemasaran :

#### *1. Teistis (Rabbaniyah)*

Salah satu ciri khas pemasar syariah marketing yang tidak dimiliki pasar konvensional yang dikenal selama ini adalah sifat yang religius. Jiwa seorang marketing syariah meyakini bahwa hukum-hukum syariah yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah hukum yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dalam bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan, menyebarkan kemaslahatan dan meyakini Allah akan meminta tanggungjawab darinya atas pelaksanaan syariah tersebut kelak dihari kiamat.

Seorang pemasar syariah akan menjalankan sebagai seorang pemasar yang sesuai dengan hukum hukum Islam, mulai dari melakukan strategi pemasaran, memilih-milih pasar (*segmentasi*), kemudian memilih pasar mana yang harus menjadi fokusnya (*targeting*), hingga menetapkan identitas perusahaan yang harus

---

<sup>23</sup> Departemen Agama RI, Terjamah Al-Qur'an Al Hakim, (Surabaya: CV Sahabat Ilmu, 2010), hal. 455.

senantiasa tertanam dalam benak pelanggannya (*positioning*), begitu juga dengan *marketing mixnya*, dalam melakukan promosi, senantiasa dijiwai oleh nilai-nilai religius, di samping itu juga harus menempatkan kebesaran Allah di atas segala-galanya, apabila dalam melakukan proses penjualan (*selling*), yang menjadi tempat seribu satu macam kesempatan untuk melakukan kecurangan dan penipuan, kehadiran nilai-nilai religius menjadi sangat penting.<sup>24</sup>

Pemasaran syariah harus memiliki value yang lebih tinggi. Ia harus memiliki merek yang lebih baik, karena bisnis syaria<sup>h</sup> adalah bisnis kepercayaan, bisnis berkeadilan dan bisnis yang tidak mengandung tipu muslihat didalamnya, pelaku marketing syariah senantiasa memelihara hatinya agar tetap hidup, memancarkan kebaikan dalam segala aktifitas bisnisnya dan harus membentengi dirinya dengan nilai-nilai spiritual.<sup>25</sup>

## 2. *Etis (Akhlaqiyyah)*

Keistimewaan yang lain dari marketing syariah selain karena *teistis (rabbaniyyah)*, juga karena mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Sifat etis ini merupakan turunan dari sifat teistis di atas. Dengan demikian *marketing syariah* adalah

---

<sup>24</sup> Herman Kertajaya dan Syakir Sula. *Syari<sup>h</sup> Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), hal. 31.

<sup>25</sup> Ali Hasan. *Manajemen Bisnis Syari<sup>h</sup>*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hal. 17.

konsep yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika yang baik sesuai dengan apa yang diajarkan oleh agama Islam. Pembisnis muslim harus berpegang pada nilai-nilai moral dan etika Islam, karena Allah akan membukakan pintu kesuksesan untuk pembisnis yang mempunyai karakter yang luhur, sebab dengan mempunyai karakter yang mulia, pembisnis akan menjadi orang yang lemah lembut, ramah, wajahnya berseri-seri, tidak banyak berpaling, berbicara dengan kata-kata baik dan mengasihi orang yang lebih kecil sehingga bisnis yang dijalani akan mendapatkan penilaian yang baik dari konsumen begitu pula sebaliknya salah satu bentuk bisnis yang mengalami suatu masalah jika para pemasar kurang baik dan dianggap bisa membawa kerugian suatu perusahaan.<sup>26</sup>

### 3. *Realistis (Al-Waqi'iyah)*

Marketing syariah bukanlah konsep yang tidak eksklusif, fanatis, anti-modernitas, dan kaku, marketing syariah adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah Islami yang melandasinya, marketing syariah bukan berarti para pemasar itu harus penampilan ala bangsa Arab dan mengharamkan dasi karena dianggap merupakan simbol masyarakat barat. Misalnya, para pemasar syaria

---

<sup>26</sup> Muhammad Asyraf Dawwabah. *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah*, (Semarang: Pustaka Nuun, 2007), hal. 56.

seharusnya berpenampilan bersih, rapi, dan bersahaja, ia seharusnya tidak kaku, tidak eksklusif, fleksibel dan luwes dalam bersikap dan bergaul dengan beragam suku, agama dan ras. Fleksibilitas atau kelonggaran sengaja diberikan oleh Allah agar penerapan syariah senantiasa realistis (*al-waqi''iyyah*) dan dapat mengikuti perkembangan zaman. Kelonggaran bukanlah suatu kebetulan, melainkan kehendak Allah agar syariah Islam senantiasa abadi dan kekal sehingga bisa menyesuaikan pada setiap zaman, daerah, dan keadaan apapun. Dengan demikian penerapan syariah senantiasa bergaul, bersilaturahmi, melakukan transaksi bisnis di tengah-tengah realitas kemunafikan, kecurangan, kebohongan, atau penipuan yang sudah biasa terjadi dalam dunia bisnis. Akan tetapi Ia berusaha tetap tegar, istiqomah, dan menjadi cahaya penerang di tengah-tengah kegelapan.

#### 4. Humanistik (*Al-Insaniyyah*)

Keistimewaan karakteristik marketing syariah selain yang telah di sebutkan adalah sikap yang humanistik universal, artinya bahwa syariah diciptakan kepada setiap manusia agar derajatnya terangkat dan terjaga dari sifat kehewanannya. Syariah Islam bukanlah syariah untuk bangsa Arab saja, walaupun nabi Muhammad yang membawa agama Islam adalah orang Arab akan tetapi syariah Islam adalah milik Tuhan bagi

seluruh umat manusia. Dia menurunkan kitab yang berisi syariah sebagai kitab universal, yaitu Al-Qur'an yang berbunyi:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

*Artinya : "Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam."(QS. Al-Anbiya" : 107).<sup>27</sup>*

Dari dalil di atas bahwa Islam memiliki sifat humanistik yang berprinsip *ukhuwah insaniyah* (persaudaraan antara umat manusia), yang tidak membedakan manusia dari mana asal daerah, apa warna kulit, maupun status sosial, tetapi mengarahkan seruanya kepada seluruh manusia.

## **C. Ritel dan Bauran Ritel (*Retailing mix*)**

### **1. Pengertian Ritel (Eceran)**

Dalam bahasa Inggris, penjualan eceran ini disebut dengan istilah *retailing*. Semua *retailing* berarti memotong kembali menjadi bagian yang lebih kecil. Penjualan ritel atau eceran adalah salah satu perangkat aktivitas bisnis yang melakukan penambahan nilai terhadap produk-produk dan layanan penjualan kepada

---

<sup>27</sup> Departemen Agama RI, Terjemah Al-Qur'an Al-Hakim, (Surabaya: CV Sahabat Ilmu, 2010), hal. 332

konsumen dalam penggunaan atau konsumsi perseorangan maupun keluarga.<sup>28</sup>

Menurut Berman dan Evans mendefinisikan kata *retail* dalam *retail management* yakni keseluruhan aktivitas bisnis yang menyangkut penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk digunakan oleh mereka sendiri, keluarga, atau rumah tangganya.<sup>29</sup>

## 2. Pengertian Bauran Ritel

Dalam usaha melaksanakan sebuah *retail* strategi, manajemen mengembangkan sebuah *retail mix* untuk memuaskan kebutuhan pasar sarannya lebih baik dari pesaing. Pengertian bauran penjualan ritel sebagai berikut : bauran penjualan ritel adalah kombinasi dari *merchandise*, harga, periklanan, dan promosi, pelayanan konsumen dan penjualan, serta suasana toko dan desain toko yang digunakan untuk memuaskan konsumen.<sup>30</sup> *Retailing* merupakan aktivitas paling akhir dari rangkaian perjalanan produk dari produsen ke konsumen akhir. Kegiatan *retailing* tidak terbatas dilakukan oleh *retailer* saja, tetapi dilakukan oleh siapa saja termasuk diantaranya produsen, pedagang besar, maupun distributor. Apabila

---

<sup>28</sup> Christina Whidya Utami. *Manajemen Ritel*, (Salmeba Empat.: Jakarta. 2008) hal. 4.

<sup>29</sup> Asep ST Sujana. *Manajemen Ritel Modern*, (Jakarta : Graha Ilmu. 2004) hal. 11.

<sup>30</sup> Bob Foster. *Manajemen Ritel*, (Bandung: CV Alfabeta, 2008) hal. 51.

mereka lakukan penjualan secara langsung pada konsumen akhirnya. Jadi jelas bahwa kegiatan retailing tidak terbatas hanya dilakukan oleh retailer saja. Bauran Ritel (*Retail Mix*) adalah strategi pemasaran yang mengacu pada beberapa variabel, dimana peritel dapat mengkombinasikan variabel-variabel tersebut menjadi jalan alternatif dalam upaya menarik konsumen. Variabel tersebut pada umumnya meliputi faktor-faktor seperti variasi barang dagangan dan jasa yang ditawarkan, harga, iklan, promosi dan tata ruang, desain toko, dan pengelolaan barang dagang.

Menurut Berman dan Evans untuk bentuk toko yang berdasarkan store based retail terdapat strategi penjualan eceran yang terdiri dari lokasi departement store ( *store location*), metode promosi (*promotion methods*), harga barang (*price*).

Berdasarkan defenisi di atas retailing mix merupakan suatu kombinasi dari faktor-faktor yang digunakan pengecer untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan memengaruhi keputusan pembeliannya.

### **3. Unsur-Unsur *Retailing Mix***

#### **a. Promosi**

Promosi merupakan kegiatan yang mempengaruhi persepsi, sikap dan perilaku konsumen terhadap suatu toko ritel dengan segala

penawarannya. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Pada hakikatnya promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>31</sup>

Selain itu tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggaran sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Promosi adalah segala usaha dalam kegiatan promosi dilakukan melalui komunikasi yang menggunakan peralatan promosi. Komunikasi dengan konsumen adalah penting untuk merangsang, mendorong penjualan produk dan memelihara image toko.

---

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*, ( Andi : Yogyakarta 2008) hal. 219.

Faktor –faktor yang mempengaruhi promosi yaitu:<sup>32</sup>

1) Periklanan

Segala bentuk presentasi non personal dan promosi dari barang-barang serta pelayanan oleh sebuah sponsor tertentu yang dapat dilakukan melalui berbagai media seperti televisi, radio, majalah, surat kabar, katalog dan media lainnya. Iklan merupakan urutan pertama dan berperan prima diantara semua alat dalam bauran pemasaran khususnya bagi peritel besar.

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai yaitu kebenaran dan kejujuran. Dalam ekonomi Islam mempromosikan suatu produk melalui iklan, kebenaran dan kejujuran adalah dasar nilai ekonomi Islam. Islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pengelola harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan promosi sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Tidak boleh berlaku curang, berkata bohong, bahkan mengumbar sumpah atau iklan palsu. Suatu informasi produk walaupun dengan secara

---

<sup>32</sup> Bob Foster. *Manajemen Ritel*, (Bandung: CV Alfabeta, 2008) hal. 67.

bebas memilih kreasi penyampaiannya, tetapi dibatasi oleh pertanggung jawaban secara horizontal dan vertikal sekaligus. Suatu kebebasan yang tak terkendali yang membuat suatu pasti tidak akan membawa dampak positif walaupun dalam jangka pendek mungkin menguntungkan. Demikian pula nilai kebenaran harus dijunjung tinggi untuk mempertahankan suatu tujuan luhur dari bisnis.<sup>33</sup>Kebebasan dalam kreasi penyampaiannya harus diimbangi dengan pertanggung jawaban manusia.<sup>34</sup> Sebagaimana firman-Nya:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

*Artinya : “Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya” (QS. Al- Al-Muddatstsir: 38)<sup>35</sup>*

Jadi iklan Islami adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi mengenai suatu produk yang bertujuan untuk

---

<sup>33</sup> Muhammad, “Alimin, Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam”, BPFE, Yogyakarta, 2004, hal. 274.

<sup>34</sup> Oci Yonita Marhari. *Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad*, Al-Maghfiroh, Bandung, 2012, hal. 34.

<sup>35</sup> Departemen Agama RI, “Terjamah Al-Qur’an Al Hakim,” (Surabaya: CV Sahabat Ilmu, 2010), hal. 577.

mempengaruhi konsumen dan dalam penyajiannya berlandaskan pada etika periklanan Islami.

## 2) Penjualan Langsung (*Personal Selling*)

Bentuk presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau beberapa orang calon pembeli dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan pembelian. Cara ini biasanya dilakukan dengan menggunakan tenaga wiraniaga.

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai dalam penjualan pribadi yaitu keikhlasan. Islam menetapkan keikhlasan sangat penting dalam setiap langkah kehidupan manusia. Berdasarkan hal itu, keikhlasan pelaku bisnis diharapkan tidak berlaku curang ataupun melanggar kepentingan orang lain dengan sengaja. Pada saat presentasi tenaga penjual menguraikan fitur-fitur produk bagi pelanggan. Menggunakan pendekatan kepuasan kebutuhan. Biasanya mereka menjelaskan fitur-fitur penting dari produknya, menonjolkan kelebihan-kelebihannya dan menyebutkan contoh-contoh kepuasan

konsumen. Oleh karena itu pada saat presentasi, tenaga penjual harus dipersiapkan dengan baik, dilatih kembali apa yang mereka katakan, menggunakan kontak mata langsung, bertanya dengan pertanyaan terbuka dan bersikap tenang. Meskipun demikian, dalam mempresentasikan suatu produk diharapkan untuk berbicara jujur dan bisa memenuhi janji-janjinya. Allah berfirman dalam surat:

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ  
وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ  
لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا  
يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ<sup>ص</sup>  
وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

*Artinya : “Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bagian (pahala) di akhirat, dan Allah*

*tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih.” ( QS. Ali-Imran : 77)<sup>36</sup>*

Dari uraian ayat al-Qur’an dan hadits di atas, jelas memerintahkan umat Islam untuk jujur termasuk dalam berbisnis. Dengan sikap kejujuran, pembeli akan bertambah karena Allah SWT akan memberikan kelebihan pada orang jujur itu. Sedangkan pembeli tentu juga akan memberikan informasi tentang kejujuran dan kebaikan pedagang itu kepada yang lain, sehingga pembelinya bertambah.

b. Promosi Penjualan (Pemasaran)

Merupakan aktivitas yang dapat merangsang konsumen untuk membeli yang meliputi pemajangan, pameran, pertunjukkan dan demonstrasi. Bentuk promosi penjualan antara lain dengan pemberian sampel dan kupon hadiah.<sup>37</sup>

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai dalam promosi penjualan yaitu kepercayaan dan suka sama suka. Pengelola pantai batu lapis tidak

---

<sup>36</sup> Departemen Agama RI, ” *Terjamah Al-Qur’an Al Hakim*,” (Surabaya: CV Sahabat Ilmu, 2010), hal. 60.

<sup>37</sup> Christina Whidya Utami. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, (Jakarta : Salemba Empat, 2006) hal. 88.

memaksa para wisatawan untuk memakai jasanya, transaksi terjadi atas dasar suka sama suka dan kepercayaan. Orang yang terjun dalam bidang usaha jual beli harus mengetahui hukum jual beli agar dalam jual beli tersebut tidak ada yang dirugikan, baik dari pihak penjual maupun pihak pembeli. Jual beli hukumnya mubah. Artinya, hal tersebut diperbolehkan sepanjang suka sama suka. Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ  
بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ  
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ <sup>قَلِيلًا</sup> وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ <sup>قَلِيلًا</sup> إِنَّ  
اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu;*

*sesungguhnya Allah adalah Maha Penyangg kepadamu.” (QS. An-Nisa” : 29)<sup>38</sup>*

Ayat diatas menjelaskan bahwa apabila seseorang melakukan jual beli dan tawar menawar dan tidak ada kesesuaian harga antara penjual dan pembeli, si pembeli boleh memilih akan meneruskan jual beli tersebut atau tidak. Apabila akad (kesepakatan) jual beli telah dilaksanakan dan terjadi pembayaran, kemudian salah satu dari mereka atau keduanya telah meninggalkan tempat akad, keduanya tidak boleh membatalkan jual beli yang telah disepakatinya.

c. Tempat / Distribusi Pemasaran

Tempat merupakan struktur fisik dari sebuah toko yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah toko yang dilakukan peritel dalam melakukan penempatan tokonya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan konsumen. Bagi bisnis ritel, penentuan lokasi sangatlah penting bahkan mutlak di perhitungkan melalui studi atau riset. Lokasi toko sangat mempengaruhi tingkat profitabilitas dan keberhasilan usaha dalam jangka panjang.

---

<sup>38</sup> Departemen Agama RI,” *Terjamah Al-Qur’an Al Hakim*,” (Surabaya: CV Sahabat Ilmu, 2010), hal. 84

Menurut Kotler dan Armstrong, pemilihan tempat lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut :<sup>39</sup>

1. lokasi yang dilalui mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum.
2. lokasi yang dapat dilihat dengan jelas ditepi jalan
3. kapasitas yang memadai
4. Tempat parkir yang luas
5. Lokasi strategis

Penentuan lokasi dalam perspektif Islam harus diperhatikan oleh pedagang karena tidak akan lepas dari tanggung jawab dari lingkungan sekitarnya, dan melakukan kerusakan. Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek dimuka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak mencoba merusaknya. Hal ini merupakan salah satu ajaran Islam, yaitu melarang melakukan kerusakan lingkungan, seperti tertulis dalam Al-Qur'an surat Al-A'raaf ayat 56, yaitu:

---

<sup>39</sup> Kotler & Armstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*, (PT.Indeks. Jakarta Barat. 2004) hlm. 446

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا  
قُلِّ  
وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ  
قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

*Artinya : “Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.” (QS. Al-A“raaf :56)<sup>40</sup>*

Pemilihan lokasi dalam Islam merupakan Ikhtikar yang berarti proses merencanakan dan menentukan hal baik perihal lokasi usaha yang dalam Islam dikenal dengan bahasa al-makanu yang berarti tempat.<sup>41</sup> pemilihan lokasi berarti menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif bisnis dan mendapatkan lokasi dengan paling banyak faktor-faktor positif. Sebagaimana dalam Al-Qur“an:

---

<sup>40</sup> Departemen Agama RI,“ Terjemah Al-Qur’an Al Hakim,” (Surabaya: CV Sahabat Ilmu, 2010), hal. 158.

<sup>41</sup> Irmayati Hasan, “Manajemen Operasional Perspektif Integratif,” (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hal. 72-73.

مَنْ يَشْفَعُ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ  
 نَصِيبٌ مِّنْهَا <sup>ج</sup> وَمَنْ يَشْفَعُ شَفَاعَةً سَيِّئَةً  
 يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا <sup>ق</sup> وَكَانَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ  
 شَيْءٍ مُّقِيتًا

*Atinya : “Barangsiapa yang memberikan syafa'at yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian (pahala) dari padanya. Dan barangsiapa memberi syafa'at yang buruk, niscaya ia akan memikul bagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (QS. An-Nisa; 85)<sup>42</sup>*

Merujuk dari ayat diatas sesuatu perbuatan yang memberikan kebaikan kepada orang lain maka seorang yang melakukannya akan mendapatkan pahala dari Allah SWT, begitu pula sebaliknya jika seorang hamba itu memberikan suatu manfaat yang buruk kepada orang lain maka hamba tersebut juga akan menanggungnya. Jadi pemilihan lokasi harus memberikan kebaikan

---

<sup>42</sup> Departemen Agama RI, ” Terjamah Al-Qur'an An-Nisa, ”hal. 92.

untuk lingkungan sekitar karena hal tersebut secara langsung berdampak positif terhadap usaha yang dijalankan ditempat tersebut.

d. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pembeli untuk mendapatkan produk tertentu. Harga juga dapat mengkomunikasikan posisi nilai tentang produk atau merek tersebut kepada pasar. Faktor- faktor yang perlu diperhatikan dalam menetapkan harga adalah harga barang, kebijakan harga, perbandingan harga. Dalam menetapkan harga, terdapat tiga macam strategi harga yang pada umumnya digunakan sebagai dasar oleh para peritel yaitu:

1) Penetapan harga di bawah harga pasar

Penetapan harga di bawah harga pasar umumnya dilakukan oleh peritel yang mempunyai biaya operasional yang lebih rendah dan volume yang lebih tinggi.

2) Penetapan harga sesuai harga pasar

Penetapan harga sesuai harga pasar umumnya dilakukan oleh peritel untuk memperlebar pasarnya dengan menawarkan kepada konsumen mengenai kualitas produk yang

baik, harga yang cukup, dan pelayanan yang baik.

### 3) Penetapan harga di atas harga pasar

Penetapan harga di atas harga pasar dijalankan oleh toko yang sudah mempunyai reputasi yang baik atau sudah terkenal. Konsumen akan tetap membeli meskipun harganya di atas harga pasar dan merupakan keuntungan bagi penjual.

Strategi kebijakan penetapan harga merupakan suatu masalah perusahaan akan menetapkan harga pertama kalinya, karena pendapatan harga akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan faktor utama penentuan posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan serta persaingan.<sup>43</sup>

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur pemasaran lainnya (produk, promosi,

---

<sup>43</sup> Bob Foster. *Manajemen Ritel*, (Bandung: CV Alfabeta, 2008) hal. 58.

distribusi) menyebabkan timbulnya biaya. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.<sup>44</sup>

Sedangkan konsep harga yang adil dalam Islam ialah pegangan yang mendasar dalam transaksi yang islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syari'ah islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

---

<sup>44</sup> Hendri Ma'ruf. *Pemasaran Ritel*, (Jakarta.:Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal. 151.

## **D. Pengemasan Produk**

### **1. Pengertian Pengemasan**

Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasikan untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada didalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik. Pengemasan berfungsi untuk menepatkan suatu hasil pengolahan atau produk agar mempunyai bentuk-bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan dan distribusi.<sup>45</sup>

Teknologi pengemasan terus berkembang dari waktu ke waktu dari mulai proses pengemasan yang sifatnya modern. Saat ini pengemasan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam persaingan dibidang usaha. Hampir semua orang membutuhkan kemasan dalam setiap produknya. Selain sebagai alat pelindung dari kerusakan, kemasan juga berfungsi sebagai nilai estetika yang menjadikan alasan mengapa orang memilih atau membeli produk tersebut. Jaman dahulu orang sudah

---

<sup>45</sup> Dea tio mareta, shofia nur a, " pengemasan produk sayuran dengan bahan kemas plastik pada penyimpanan suhu ruang dan suhu dingin," *jurnal ilmu pertanian*, Vol. 7 No. 1 (2011) hal 28.

mengenal alat pengemas secara tradisional / alami berupa dedaunan (daun pisang, jati dan daun jambu) sebagai alat pembungkus makanan.

**2. Tujuan pengemasan produk :<sup>46</sup>**

1. Untuk membuat makanan terlihat lebih menarik bagi konsumen
2. Untuk mempermudah konsumen dalam membeli produk jika tidak dikonsumsi di tempat atau take away
3. Untuk mempromosikan brand Anda selaku pebisnis makana
4. Untuk melindungi makanan agar tidak rusak

### **BAB III**

#### **GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

---

<sup>46</sup> <http://www.grenpack.co.id>, di akses pada tanggal 18 Juni 2022 Pukul 13:46 WIB.

## **A. Temuan Obyek Penelitian**

### **1. Gambaran Umum Wilayah**

Karakteristik mata pencarian masyarakat di Desa Jajaran Lama mayoritas sebagai petani seperti halnya di daerah pedesaan yang lain. Keberlangsungan sistem pertanian di Desa Jajaran Lama ini karena kondisi geografis yang mampu mendukung kegiatan pertanian. Selain itu, adanya tradisi turun-temurun yang diperoleh dari para leluhur untuk menggarap tanah sebagai petani. Sehingga sampai sekarang warga di Desa Jajaran Lama masih menekuni bidang pertanian untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat Provinsi Sumatera Selatan. Desa ini berjarak sekitar 2 jam dari kota Lahat dan 6 jam 22 menit dari kota Palembang. Secara geografis terletak diantara  $03^{\circ}36'58,0''$  LS dan  $103^{\circ}11'46,3''$  BT Desa Jajaran Lama dengan keliling 79 meter di atas permukaan laut. Desa Jajaran Lama di kelilingi perkebunan kelapa sawit PT. Adi Tarwan memiliki jarak sekitar 15 Km dari permukaan sungai muara pangi.

Luas wilayah Desa Jajaran Lama adalah lebih kurang 5.311,74 Km, dimana 75% berupa daratan dan dimanfaatkan sebagai perkebunan swasta PT. Adi

Tarwan, 10% untuk pertanian dan perkebunan masyarakat 15% untuk pemukiman atau perumahan penduduk.

Suasana kehidupan masyarakat Desa tanah Abang masih diwarnai oleh Asas Gotong Royong dan kekeluargaan. Kegiatan ini masih tampak pada waktu-waktu tertentu yaitu pada waktu kerja bakti, pembuatan jalan, pembuatan rumah dan sebagainya.

## 2. Latar belakang terbentuknya kelompok ibu-ibu PKK

Awal mula terbentuknya Kelompok ibu-ibu PKK adalah kelompok yang anggotanya terdiri dari ibu-ibu yang sebelumnya petani dan sebagian pengangguran. Kegiatan awal dimulai dari kelompok pertanian ibu-ibu yang berdiri pada tahun 2018 yang beranggota 4 orang. Seiring dengan berjalannya waktu karena bibit pertanian pun tidak turun lagi maka pada bulan November tahun 2019 salah satu anggota mengajukan usul untuk meningkatkan perekonomian keluarga yaitu memanfaatkan kreativitas dalam pembuatan kue kering seperti kue kacang, kue monde susu dan kuping gajah.

Kelompok wanita maju ini meningkat menjadi 8 orang yang awalnya beranggota 4 orang sekarang telah meningkat, karena banyaknya minat ibu-ibu pengangguran untuk bisa menghasilkan uang dan membantu perekonomian keluarganya. Pada bulan Januari 2022 sosialisasi pada kelompok ibu-ibu PKK agar bisa

mengembangkan usaha mereka dengan mencari ide di media sosial salah satunya strategi pengemasan dan pemasaran yang baik dan benar dengan tujuan mampu menarik minat konsumen untuk dapat membeli berbagai produk yang ditawarkan. Dengan begitu bisa meningkatkan usaha ibu-ibu PKK di Desa Jajaran Lama dan membantu perekonomian keluarga.

## **B. Penduduk Desa Jajaran Lama**

Penduduk pada suatu wilayah dapat dihitung melalui registrasi, sensus penduduk maupun survei. Setelah hasil perhitungan dianalisis kemudian disajikan dalam bentuk komposisi penduduk yang menggambarkan susunan dibuat berdasarkan pengelompokan penduduk menurut karakteristik yang sama.

Berdasarkan data penduduk yang ada di bagian Desa Jajaran Lama, pada Bulan Januari 2022 jumlah penduduk Desa Jajaran Lama tercatat sebanyak 1.882 jiwa.

**Tabel 1.3**  
**(Perincian jumlah laki-laki dan perempuan)**

Laki-laki	1.006 Jiwa
Perempuan	876 Jiwa
Jumlah KK	643 Jiwa

Sumber Data Diolah 2022

Mata pencaharian yang ada di Desa Jajaran Lama meliputi petani, peternak, pedagang, usaha kecil, PNS, honor dan buruh tani. Mayoritas penduduk di Desa Jajaran Lama ini berkerja sebagai buruh tani dan menjadi seorang petani.

**Tabel 3.2**  
**(Pekerjaan dan penghasilan penduduk)**

No	Pekerjaan	Penghasilan Perbulan
1	Petani <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sawit</li> <li>• Karet</li> </ul>	Rp.3500.000 Rp.1500.000
2	Buruh bangunan	Rp.2100.000
3	Pedagang	Rp.1500.000
4	Usaha kecil	Rp.900.000
5	PNS	Rp.3000.000
6	Honor	Rp.500.000
7	Buruh tani	Rp.900.000

Sumber Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas jauh sekali perbedaan penghasilannya perbulan yang didapat oleh guru honor dengan yang memiliki Perkebunan. Hal ini ditandai dengan minimnya perputaran uang dan kebutuhan pokok yang belum terpenuhi secara maksimal.

Berdasarkan pendidikan baik itu SD, SLTP, SLTA bahkan sudah ada yang sampai ke perguruan tinggi.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Profil Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kanupaten Lahat Provinsi Sumatera Selatan

**Tabel 3.3**  
**(Komposisi penduduk menurut tingkat pendidikan)**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	Belum sekolah	96 Jiwa
2	Tidak sekolah	315 Jiwa
3	SD Tidak tamat	102 Jiwa
4	SD Tamat	610 Jiwa
5	SMP Tidak tamat	32 Jiwa
6	SMP Tamat	578 Jiwa
7	SMA Tidak Tamat	178 Jiwa
8	SMA Tamat	200 Jiwa
9	Perguruan tinggi	97 Jiwa

Sumber Data Diolah 2022

### **C. Kondisi Wilayah**

Lingkungan Desa Jajaran Lama cukup banyak ibu-ibu yang mahir dalam membuat kue kering. Kue kering banyak sekali kita temui diacara-acara besar seperti pernikahan, hari raya idul fiti dan acara adat. Usaha kue kering dapat menambah penghasilan masyarakat apabila dikelola dengan teknik-teknik pengelolaan yang tepat. Akan tetapi masih banyak ibu-ibu tersebut belum menyadarinya.

Kondisi tersebut akhirnya mampu mendorong salah satu ibu-ibu dari kelompok ibu-ibu PKK untuk memanfaatkan kreativitas dalam pembuatan kue kering. Keberadaan

kelompok ibu-ibu PKK merupakan suatu wadah untuk memberdayakan masyarakat khususnya wanita pedesaan.

## **BAB IV**

### **HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Kondisi Ekonomi Kelompok Ibu-Ibu PKK**

Kelompok ibu-ibu PKK ada 8 (Delapan) anggota, 5 (Lima) orang ibu-ibu pada awalnya hanya bekerja sebagai buruh tani yang tidak memiliki penghasilan tetap setiap bulan, apalagi 3 (Tiga) orang ibu-ibu hanya ibu rumah tangga dan bisa juga disebut pengangguran sama sekali tidak memiliki penghasilan. Penghasilan buruh tani tersebut tidak seberapa dibandingkan dengan petani yang memiliki kebun kelapa sawit dan karet. Pekerjaan buruh tani hanya dapat untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari

Kegiatan pada sektor pertanian tersebut juga tak terkecuali dilaksanakan kaum ibu-ibu untuk membantu suami. Namun kegiatan pertanian itu lebih terfokus pada kegiatan yang membutuhkan fisik yang kuat. Apalagi sistem pertanian saat ini menggunakan alat-alat pertanian yang cenderung hanya dioperasikan oleh laki-laki. Para ibu-ibu hanya dapat membantu pada waktu-waktu tertentu seperti misalnya pada musim menanam padi atau musim panen. Hal ini yang menyebabkan rendahnya peran ibu-ibu dalam membantu kehidupan keluarganya. Ditambah lagi apabila ibu-ibu pedesaan yang cenderung memiliki pendidikan dan keterampilan yang rendah.

## **B. Pendampingan Kepada Kelompok Ibu-Ibu PKK Dalam Melaksanakan Usaha Kue Kering**

Pada awalnya kelompok ibu-ibu PKK dalam memproduksi kue kering pada saat ada orderan. Dan secara pengemasan mereka hanya menggunakan plastik sekali pakai yang belum diberi stiker/label. Untuk pemasaran mereka hanya mengandalkan pemasaran produk dengan cara konvensional yaitu informasi dari mulut ke mulut. Mereka juga tidak memahami pemasaran produk secara *online*.

Kegiatan pendampingan yang dilakukan kepada ibu-ibu PKK dalam mengembangkan usaha kue kering untuk meningkatkan perekonomian kelompok ibu-ibu PKK agar dapat membantu ekonomi keluarga. Pemilihan merek produk yang dilakukan adalah pada awalnya berdiskusi dengan kelompok ibu-ibu PKK tapi pada saat itu ibu-ibu tidak terpikirkan merek untuk produk kue kering dan saya memberikan pendapat dengan merek “100%*Homemade Country Woman Pastry*” dan arti masing-masing dari kalimat tersebut adalah 100%*Homemade* yaitu artinya 100% Buatan sendiri karena kelompok ibu-ibu PKK memproduksi dengan tangan sendiri dan masih manual, *Country Woman* yaitu artinya Wanita Desa karena tempat produksi dan yang memproduksi produk kue kering di Desa, *Pastry* yaitu saya ambil dari bahasa Inggris kue kering. Akhirnya kelompok ibu-ibu PKK sepakat dengan merek “100%*Homemade*

*Country Woman Pastry*". Pemilihan kemasan yang dilakukan adalah untuk pertama mahasiswa pengabdian menjelaskan kepada ibu-ibu PKK bahwa kemasan yang mereka gunakan selama ini tidak menarik karena mereka hanya menggunakan plastik sekali pakai dan ibu-ibu PKK mengerti apa yang saya jelaskan pada akhirnya mereka bingung untuk menentukan kemasan apa yang akan digunakan, pada saat itu saya memberikan pendapat untuk menggunakan toples transparan dan klip plastik untuk kemasan produk ibu-ibu PKK setuju dengan pendapat yang saya berikan. Proses pengemasan yang dilakukan adalah saya mengajarkan ibu-ibu PKK dalam mengemas produk mulai dari kue kacang dan monde susu yang dikemas menggunakan toples transparan dengan meletakkan kue pela-pelan kedalam toples agar kue tidak hancur dengan berat 700g, sedangkan untuk kuping gajah dikemas menggunakan klip plastik dengan berat 300g. Pemasaran produk dititipkan ke warung yang dilakukan adalah dengan mendatangi langsung warung-warung untuk menitipkan produk kue kering ke warung agar memudahkan konsumen untuk membeli. Pemasaran produk secara *online* yang dilakukan adalah dengan menggunakan media sosial seperti whatsapp, facebook instagram dalam penjualan. Pemasaran secara langsung ke masyarakat yang dilakukan adalah dengan masyarakat datang langsung ke tempat produksi kue kering.

Namun sekarang setelah dilakukan pendampingan kepada kelompok ibu-ibu PKK secara perlahan terbukti memberikan dampak positif bagi para ibu-ibu PKK. Diantaranya sudah memiliki kemasan dan stiker seperti toples transparan yang ditempel stiker terdapat merek produk, alamat, no hp/whatsapp. Pemasaran sudah melalui *online* seperti facebook, whatsapp, instagram dan pemasaran langsung produk dititipkan diwarung. Meskipun pendidikan mereka tergolong rendah namun mereka semangat untuk terus belajar melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat. Pada awalnya para anggota Kelompok ibu-ibu PKK yang baru merasa minder dan malu karena latar belakang pendidikan masih minim, seperti yang diungkapkan oleh ibu “EA”. “Pada awalnya saya minder, teman-teman yang lain pada sekolah, saya hanya lulusan SD gini bisa apa”. Pada saat ada salah satu ibu-ibu PKK yang merasa minder disini saya memberikan pendampingan dan motivasi dengan menjelaskan kepada ibu EA bahwa berkembang itu butuh keyakinan dan kemauan saat kita yakin dan ada kemauan pasti apa yang kita inginkan akan tercapai. Namun setelah saya beri semangat kepada ibu EA dia tidak merasa minder lagi dan mau belajar bersama ibu-ibu PKK yang lainnya.

Rata-rata anggota Kelompok ibu-ibu PKK berlatar belakang pendidikan dasar dan menengah. Dengan adanya pendampingan kelompok ibu-ibu PKK menjadi sadar dan bisa

menghasilkan berbagai macam produk. Dengan memberikan pengetahuan inovasi produk yang saya ambil dari *google* dan buku. Pendampingan mengajak kelompok ibu-ibu PKK aktif dalam pengembangan usaha kue kering mengenai pengemasan dan pemasaran produk yaitu produk kue kering seperti kue kacang, monde susu, kuping gajah. Partisipasi anggota kelompok ibu-ibu PKK pada saat berdiskusi mengenai proses pengambilan keputusan pada saat pemilihan merek, kemasan dan pemasaran yang akan dijalankan. Partisipasi tersebut dapat memberikan masukan dan mampu menjawab apa yang menjadi kebutuhan yang diinginkan oleh kelompok ibu-ibu PKK.

Dalam hal ini para anggota Kelompok ibu-ibu PKK ikut berpartisipasi aktif dalam kegiatan yang dijalankan yaitu pengembangan usaha kue kering dengan pengemasan dan pemasaran. Kegiatan pengembangan tersebut terbukti juga mampu meningkatkan kreativitas ibu-ibu PKK dalam kesejahteraan ekonomi keluarga.

### **Gambar 4.1 Pencetakan Kue Kering**



Gambar 4.1 Pencetakan kue kering oleh kelompok ibu-ibu PKK yang siap untuk dipanggang dalam oven.

### **Gambar 4.2 Pemanggangan Kue Kering**



Gambar 4.2 Pemanggangan kue kering dengan menggunakan alat seperti oven dan kompor gas yang masih sederhana.

### **C. Pemasaran Produk Kue Kering Dengan Teknik Pengemasan**

Dalam pengabdian ini pengabdian mengambil teknik pengemasan untuk meningkatkan penjualan dan menarik minat konsumen. Kelompok ibu-ibu PKK biasanya menjual produk dengan kemasan plastik sekali pakai, di sini pengabdian

mengubah produk dengan kemasan yang menarik serta sedemikian rupa dan rapi seperti kemasan toples transparan dan plastik klip yang diberi label pada kemasan gunanya untuk meningkatkan daya tarik dari suatu produk tersebut yang mana pada label terdapat nama produk, no whatsapp serta alamat produksi. Kue kering yang dikemas yaitu kue kacang dan kue monde susu menggunakan toples transparan sedangkan kuping gajah menggunakan plastik klip dan masing-masing sudah diberi label.

#### **Gambar 4.3 Kemasan Lama Produk Kue Kering**



Gambar 4.3 Kemasan lama yang digunakan sebelum adanya pendampingan.

#### **Gambar 4.4 Kemasan Baru Produk Kue Kering**



Gambar 4.4 Kemasan baru yang digunakan setelah adanya pendampingian.

#### **Gamabar 4.5 Pemotongan Stiker/Label**



Gambar 4.5 Pemotongan stiker/label untuk ditempel pada kemasan produk kue kering

**Gambar 4.6 Penempelan Stiker/Label**



Gambar 4.6 Penempelan stiker/label pada kemasan seperti toples transparan dan plastik klip.

#### **D. Promosi Pemasaran Produk Kue Kering Kelompok Ibu-Ibu PKK**

##### **1. Periklanan**

Membantu dalam proses pengabdian kepada masyarakat ini dalam mengenalkan produk kepada konsumen melalui media iklan. Salah satunya saya melalui media sosial, seperti facebook,, whatsapp, instagram. Hal ini dilakukan guna untuk meningkatkan perekonomian kelompok ibu-ibu PKK setempat, agar keuntungan yang didapatkan mampu menambah profit keuntungan mereka.

### Gambar 4.7 Promosi Melalui Instagram



Gambar 4.7 Promosi produk kue kering secara *online* melalui media sosial instagram.

### Gambar 4.8 Promosi Melalui Whatsapp



Gambar 4.8 Promosi produk kue kering secara *online* melalui media sosial whatsapp.

### Gambar 4.9 Promosi Melalui Facebook



Gambar 4.9 Promosi produk kue kering secara online melalui media sosial facebook.

## 2. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung dilakukan dengan cara bertemu langsung antara kelompok ibu-ibu PKK dengan konsumen. Konsumen datang ketempat produksi untuk membeli produk kue kering, dan kelompok ibu-ibu PKK menitipkan produk kue kering ke warung tentunya dengan harga yang dibuat oleh kelompok ibu-ibu PKK. Bauran promosi ini digunakan untuk mengkomunikasikan kegiatan Kelompok ibu-ibu PKK kepada konsumen. Komunikasi yang efektif akan mengubah tingkah laku konsumen dan akan memperkuat ikatan kelompok ibu-ibu dan konsumen agar menjadi pelanggan yang tetap. Hal ini dilakukan guna untuk meningkatkan perekonomian kelompok ibu-ibu PKK setempat, agar keuntungan yang didapatkan mampu meningkatkan ekonomi keluarga.

#### **Gambar 4.10 Pemasaran Secara Langsung**



Gambar 4.10 Pemasaran produk kue kering secara langsung dengan menitipkan produk kue kering yaitu kue kacang, monde susu dan kuping gajah di warung milik Ibu Halisa.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Evaluasi**

Pada tahapan evaluasi dilakukan bersama antara mahasiswa pengabdian dan kelompok ibu-ibu PKK. Setelah dilakukan evaluasi terhadap berbagai aspek dapat disimpulkan bahwa masih ada satu hal yang belum tercapai dari pengabdian ini yaitu pembuatan nomor PIRT (Sertifikat Izin Pangan Industri Rumah Tangga) untuk usaha kue kering kelompok ibu-ibu PKK, diharapkan kedepannya bagi pengabdian dapat mengajukan PIRT ke dinas kesehatan agar usaha kue kering kelompok ibu-ibu PKK bisa memasarkan produk secara luas. Bagi ibu EA yang merasa minder dengan pendidikan minim saya melakukan pendampingan dengan berbicara kepada ibu EA bahwa jika ada keyakinan dan kemauan pasti apa yang kita inginkan akan tercapai. Dan setelah mendengar kata-kata itu ibu EA tidak merasa minder lagi dia pun ingin berkembang dan berkerativitas dengan kelompok ibu-ibu PKK lainnya.

#### **B. Kesimpulan**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan kurang lebih empat bulan. Pendampingan mengembangkan usaha kue kering kelompok ibu-ibu PKK untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan sebagai penguatan ekonomian keluarga. Dengan strategi teknik pengemasan dan

pemasaran produk. Sebelum adanya pendampingan produk kue kering dikemas menggunakan plastik sekali pakai dan secara pemasaran mereka mengandalkan cara konvensional yaitu informasi dari mulut ke mulut. Setelah adanya kegiatan pendampingan ini usaha kelompok ibu-ibu PKK sudah memiliki kemasan seperti toples transparan dan klip plastik yang diberi stiker serta pemasaran secara *online* melalui media sosial seperti whatsapp, facebook, instagram pemasaran secara langsung yaitu menitipkan produk kewarung. Dan dengan dikemasnya produk dengan rapi serta menarik harga produk kue kering meningkat dari biasanya harga kue kacang dan monde susu Rp 30.000 sekarang seharga Rp 45.000 dan harga kuping gajah dari harga Rp 10.000 sekarang seharga Rp.15.000. Hal ini meningkatkan profit pendapatan kelompok ibu-ibu PKK untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran untuk kelompok ibu-ibu PKK agar bisa menggunakan media sosial seperti facebook, whatsapp, instagram supaya pemasaran secara *online* dapat berkelanjutan. Stiker/label dapat diinovasikan dengan desain berdasarakan dengan masing-masing nama produk

kue dengan cara ibu-ibu PKK bisa *searching* di *google* untuk melihat contoh.

2. Saran untuk pengabdian masyarakat selanjutnya yang akan melakukan pengabdian yang berkaitan dengan program pendampingan pengembangan usaha kue kering kelompok ibu-ibu PKK di Desa Jajaran Lama agar dapat mendampingi kelompok ibu-ibu PKK dalam mendapatkan PIRT (Sertifikat Izin Pangan Industri Rumah Tangga) supaya produk kue kering dapat dipasarkan secara luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Latief. "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap minat beli konsumen pada warung wedang jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa," *Jurnal manajemen dan keuangan*, Vol. 7 No. 1 Mei. 2018, Fakultas Ekonomi Universitas Samudra.
- Azizah Aulah Rahma Nur. "*Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Penguatan Kapasitas Produsen Kripik Gadung di Desa Banggle Kecamatan Lengkon Kabupaten Nganjuk.*" Surabaya: Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. 2019.
- Endi Rahman Nuril. "Potret Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Aset Lokal pada Kelompok Budidaya Ikan Koi di Desa Banyuglugur Kecamatan Banyuglugur Situbondo," *Jurna: Penelitian Kesejahteraan Sosial*. 2018.
- Fahmi Irham. *Studi Kelayakan Bisnis Dan Keputusan Investasi*. Mitra Wacana Media, 2014.
- Firmansyah Anang M. "*Pemasaran Produk dan Merek : Planning dan Strategy,*" penerbit Qiara Media, 2019.
- Halim Kusuma Indawati. "Pendampingan Usaha Kue Kering Melalui Pengemasan Produk Dan Pemasaran Digital," *Jurnal community development*, Vol. 12 Novemeber 2021, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Dharma Pontianak.

- Irfania, Irma. *"Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Penguatan Komunitas Pembuat Ledre Di Desa Sedah Kidul Kecamatan Purwosari Kabupaten Bojonegoro."* Surabaya:Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah Dan Komunitas UIN Sunan Ampel. 2018.
- Jendi Renfist, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Belanja di Supermarket Kota Padang*, Jurnal Manajemen UNP, diakses melalui <http://ejournal.ump.ac.id/students/index.php/mnj/article/view/309/154>, Pada hari Sabtu, tanggal 18 Juni 2022 Pukul 11:30 WIB.
- Kotler Philip. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: CV. Andi, 2003.
- Kuntohe Junitrianto dan Merlyn Karuntu, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Berbelanja pada Fiesta Pasar Swalayan Manado*, Jurnal EMBA Vol. 2 No. 1 Maret 2014, hal 66-67 diakses melalui <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3554/3082> Pada hari Sabtu, tanggal 18 Juni 2022 Pukul 11:30 WIB.
- Liana Yuyuk, Lidia Andiani, Lailatus Saadah, Sunarto, *"Usaha kue kering semprit berbahan dasar kentang sebagai usaha untuk meningkatkan pendapatan keluarga pada UKM."* Mahkota Bandung Kecamatan Sukun Kota Malang,"

*Jurnal ABM Mengabdi*, Vol. 6 No. 2 Desember 2019,  
STIE Malang Kucecwara Malang.

Mareta Dea Tio, Shofia Nur A. "Pemasaran Produk Sayuran Dengan Bahan Kemasan Plastik Pada Penyimpanan Suhu Ruang Dan Suhu Dingin," *Jurnal Ilmu Pertanian*, Vol. 7 No. 1. 2011.

Ma'ruf Hendri. "*Pemasaran Ritel*," Jakarta.:Gramedia Pustaka Utama, 2005

Maulana Mirza. "Asset-based community development: strategi pengembangan masyarakat di desa wisata ledok sambi kaliurang," *jurnal pengembangan masyarakat islam*. 2019.

Nasdian. "*Pengembangan Masyarakat*." Jakarta (ID) : Yayasan Obor Rakyat, 2014.

Nu Graha Andi. "Pengembangan Masyarakat Pembangunan Melalui Pendampingan Sosial dalam Konsep Pemberdayaan di Bidang Ekonomi." *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 05 No. 02 2009, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang.

Nur Rianto Al Arif, M. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta, 2009.

Ridwansyah. *Mengenal istilah-istilah dalam perbnakan syariah*. Bandar Lampung: Anugerah Utama Raharja, 2012.

Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.

- Stiki Prasetya Ibnu, Nurul Widyati, “Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Kukubima Ener-g,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5 No. 7 Juli 2016, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesian Surabaya.
- Theresia, Aprilia dkk. ”*Pembangunan Berbasis Masyarakat.*” Bandung : Alfabeta, 2014.
- Waluyo, Ayu Intan Sari. “*Penguatan Ekonomi Kreatif Masyarakat Lereng Merapi Melalui Peningkatan Keterampilan dan Produktifitas Usaha.*” UNS Suakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Pertanian. 2014.
- Widido Slamet. ”Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (*Product Life Cycle*),” *Jurnal Kajian Dan Kebijakan Publik*, Vol. 4 No. 1 Januari 2018, Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
- Wijayanto Rony, I Wayan Subagiarta, Lilis Yulia. “*Faktor yang mempengaruhi pendapatan buruh pengrajin kuningan pada bagian produksi di desa cindogo kecamatan tape kabupaten bondowoso.*” Universitas Jember: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi. 2015.
- Yasa Gede Pesek Putra Adnyana, Gede Lingga Ananta Kasuma. “Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial,” *Jurnal Nawala Visual*, Vol. 1 No. 11 Mei

2019, Program Studi Desain Komunikasi Visual Sekolah  
Tinggi Desain Bali.

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 Jalan Ar-Ranir Padang Mekar, Jember Bengkulu  
 Telp. (0736) 2111 2112, 21278 Fax (0736) 21171

FORM 2 PENGALIAN JUDUL TUGAS AKHIR  
 JURNAL ILMIH BUKU PENGARIFAN KEPADA MASYARAKAT  
 PROGRAM KE AKTIVITAS MAHASISWA

I. Identitas Mahasiswa

Nama : DILLIA YULIAME  
 NIM : 1811140232  
 Program Studi : PLURIANG, ANTAJURUM  
 angkatan :

II. Pilihan Tugas Akhir

- Jurnal Ilmiah
- Buku
- Skripsi/tesis/tesis magister
- Laporan Penelitian/tesis/tesis magister/tesis/tesis magister/tesis/tesis magister

Judul Tugas Akhir:

"PENGUATAN EKONOMI IBU-IBU PKK MELALUI INOVASI PEMBUATAN KUE KERING DI  
 DESA JAJARAN LAMIA KECAMATAN KIKIPI BARAT KABUPATEN LAHAT DENGAN  
 PROGRAM PENDAMPINGAN COMMUNITY DEVELOPMENT"

Prinsip Validasi

A. Dosen Pembimbing Utama Tugas Akhir

1. Nama : *Dpt. Aljordan*

tanggal: 11. NOVEMBER 2021

Dosen Pembimbing Utama Tugas Akhir

*[Signature]*  
 NOME AFRIZY BA  
 NIP. 07034242019032002

B. Dosen Pembimbing  
 Asisten Dosen Pembimbing

Pencapaian dan Disetujui

Mengesahkan

*[Signature]*  
 Dr. Desu Anissa, M.A

NIP. 187412022000042001

tanggal: 11. NOVEMBER 2021

Ketua Tim

Mahasiswa

*[Signature]*

Hilda Yulami  
 NIM. 1811140232



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51279-51171-51172-53879 Faksimile (0736) 51171-51172  
Website www.iainbengkulu.ac.id

**SURAT PENUNJUKAN**

Nomor: 1730 /In.11/ F.IV/PP.00.9/12/2021

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

1. N A M A : Dr. Miti Yarmunida, M. Ag.  
NIP : 197705052007102002  
Tugan : Pembimbing Tugas Akhir
2. N A M A : Nonie Afrianty, M.E  
NIP : 199204242018012002  
Tugan : Pembimbing Tugas Akhir

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

N A M A : Helda Yutami

NIM : 1811140232

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : **Penguatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Melalui Inovasi Pembuatan Kue  
Kering di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten  
Lahat dengan Program Pendampingan *Community Development***

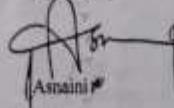
Keterangan : Pengabdian Masyarakat

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

Ditetapkan di : Bengkulu

Pada Tanggal : 7 Desember 2021

Plt. Dekan,

  
Asnaini

REVISI:

Revisi Revisi 1

Revisi yang bersangkutan:

Revisi yang bersangkutan:

Revisi



KABUPATEN LAHAT  
KECAMATAN KIKIM BARAT  
DESA JAJARAN LAMA

**SURAT KETERANGAN IZIN**  
NOMOR : 140 / 01 / 421 / KB / 2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat menerangkan bahwa

Nama : **HELDA UTAMI**  
NIM : 1811140232  
Prodi : Perbankan Syariah  
Agama : Islam  
Alamat : Desa Jajaran Lama  
Nama : **Nonie Afrianty, M.E**  
NIP : 1974042419812007  
Pembimbing : Dosen Utama Rencana Tugas Akhir

Berdasarkan Surat Tugas Nomor : 1649/In.11/E.IV/PP.00.9/11/2021 . Memang benar nama tersebut diatas Meminta izin untuk melaksanakan Pengabdian Masyarakat (PM) di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat terhitung sejak tanggal 06 Desember 2022 s.d. 06 April 2022

Demikianlah surat Keterangan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Jajaran Lama  
Pada Tanggal : 2022

KEPALA DESA JAJARAN ALAMA





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan Raben Fatm Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51278-51171-51172-53879 Faksimil (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor : 1649/In.11/F.IV/PP.00.9/11/2021

- Menimbang** :
- a. Bahwa kegiatan ini penting untuk kemajuan lembaga dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu
  - b. Bahwa nama yang tertera dibawah ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu Prodi Ekonomi Syariah
  - c. Bahwa nama dibawah ini adalah Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat serta dianggap cakap dan mampu melaksanakan tugas sebagai bahan skripsi
- Dasar** :
- Surat permohonan yang bersangkutan tertanggal 23 November 2021 kepada PIt Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu

**Memberi Tugas**

**Kepada** :

**Mahasiswa**

Nama : Helda Yutami  
NIM : 1811140232  
Prodi : Perbankan Syariah

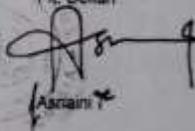
**Dosen Pembimbing**

Nama : Nonie Arianty, M.E  
NIP : 19930424201812002  
Pembimbing : Dosen Utama Rencana Tugas Akhir

- Untuk** :
- 1. Melaksanakan Pengabdian Masyarakat (PM) di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat terhitung sejak tanggal 06 Desember 2021 s.d 06 April 2022.
  - 2. Melaporkan hasil evaluasinya kepada pihak Fakultas secara tertulis setelah kegiatan Pengabdian Masyarakat (PM) selesai, sebagai bahan (basis data) Tugas Akhir/Skripsi dengan format sistematika yang ditetapkan

Bengkulu, 23 November 2021

Mengetahui  
Pit. Dekan



Asrianti



PENGABDIAN MASYARAKA (PM)  
DESA JAJARANA LAMA KECAMATAN KIKIM BARAT  
KABUPATEN LAHAT

Nomor : 001/Panpel-PM/PN-BKL/01/2022

Bengkulu, 19 Januari 2022

Lamp : 1 (Satu) berkas

Perihal : **Sebagai Narasumber Pembukaan  
Launching PM**

-Yth

Ibu Dr. Mili Yamminda, M. Ag

Di

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah pagi syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan nikmat yang telah diberikan kepada kita semua. Shalawat serta salam tak luput mari kita haturkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW. Semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di yaumul akhir nanti. Aamin

Sehubungan akan diadakan launching kegiatan pengabdian kemasyarakatan (PM) dengan tema **"Penguatan Ekonomi Wanita Desa Melalui Inovasi Pembuatan Kue Kering Di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat Dengan Program Pendampingan Community Development"** yang insya allah akan dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal : Senin/ 24 Januari 2022

Waktu : 08.00 Wib s/d selesai

Acara : Pembukaan launching

Tempat : Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat

Oleh karena itu, Kami mohon kesediaan Ibu untuk membuka acara launching tersebut, sebagaimana acara terlampir. Demikian surat undangan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kesediaannya kami ucapkan terima kasih.

Pelaksana

**HELDA YUTAMI**  
NIM. 1811140232



PENGUATAN EKONOMI WANITA DESA MELALUI INOVASI  
PEMBUATAN KUE KERING DI DESA JAJARAN LAMA  
KECAMATAN KIKIM BARAT KABUPATEN LAHAT DENGAN  
PROGRAM PENDAMPINGAN COMMUNITY DEVELOPMENT

Nomor : 001/Panpel-PM/PN-BKL/01/2021

Bengkulu, 21 Januari 2022

Lamp : 1 (Satu berkas)

Perihal : **Sebagai Narasumber Pembukaan  
Launching PM**

-Yth

Ibu Nonic Afrianty, M.E

Di

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan nikmat yang telah diberikan kepada kita semua, Shalawat serta salam tak luput mari kita hanturkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW. Semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di yaumul akhir nanti. Aamin

Sehubungan akan diadakan launching kegiatan pengabdian kemasyarakatan (PM) dengan tema "**Penguatan Ekonomi Wanita Desa Melalui Inovasi Pembuatan Kue Kering Di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat Dengan Program Community Development**" yang in syaa allah akan dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal : Senin / 24 Januari 2022  
Waktu : 10.00 Wib s/d selesai  
Acara : Pembukaan launching  
Tempat : Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat

Oleh karena itu, Kami mohon kesediaan ibu untuk membuka acara launching tersebut, sebagaimana acara terlampir. Demikian surat undangan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kesediaannya kami ucapkan terima kasih.

Pelaksana:

HELDA YUTAMI  
NIM.1811140232



PENGUATAN EKONOMI WANITA DESA MELALUI INOVASI  
PEMBUATAN KUE KERING DI DESA JAJARAN LAMA  
KECAMATAN KIKIM BARAT KABUPATEN LAHAT DENGAN  
PROGRAM PENDAMPINGAN COMMUNITY DEVELOPMENT

Nomor : 001/Pampel-PM/PN-BKL01/2021

Bengkulu, 1 April 2022

Lamp : 1 (Sata) berkas

Perihal : **Sebagai Narasumber Penutupan  
Launching PM**

-Yth

Ibu Nonie Afranty, M.E

Di

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan nikmat yang telah diberikan kepada kita semua. Shalawat serta salam tak luput mari kita hantarkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di yamul akhir nanti. Aamin

Selubungan akan diadakan launching kegiatan pengabdian kemasyarakatan (PM) dengan tema "**Penguatan Ekonomi Wanita Desa Melalui Inovasi Pembuatan Kue Kering Di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat Dengan Program Community Development**" yang in syaa allah akan dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal : Rabu /06 April 2022

Waktu : 10.00 Wib s/d selesai

Acara : Penutupan launching

Tempat : Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat

Oleh karena itu, Kami mohon kesediaan ibu untuk membuka acara launching tersebut, sebagaimana acara tertampir. Demikian surat undangan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kesediaannya kami ucapkan terima kasih

Pelaksana

**HELDA YUTAMI**  
NIM.1811140232



PENGABDIAN MASYARAKA (PM)  
DESA JAJARANA LAMA KECAMATAN KIKIM BARAT  
KABUPATEN LAHAT

Nomor : 001/Panpel-PM/PN-BKL/01/2022

Bengkulu, 1 April 2022

Lamp : 1 (Satu) berkas

Perihal : **Sebagai Narasumber Penutupan  
Launching PM**

-Yth

Ibu Dr.Miti Yaemininda, M. Ag

Di

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan nikmat yang telah diberikan kepada kita semua. Shalawat serta salam tak luput mari kita banturkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW. Semoga kita semua mendapatkan syafatnya di yaumul akhir nanti. Aamiin

Selubungan akan diadakan launching kegiatan pengabdian kemasyarakatan (PM) dengan tema "**Penguatan Ekonomi Wanita Desa Melalui Inovasi Pembuatan Kac Kering Di Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat Dengan Program Pendampingan Community Development**" yang insyaa allah akan dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal : Rabu/ 06 April 2022

Waktu : 10.00 Wib s/d selesai

Acara : Penutupan launching

Tempat : Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat

Oleh karena itu, Kami mohon kesediaan ibu untuk membuka acara launching tersebut, sebagaimana acara terlampir. Demikian surat undangan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kesediaannya kami ucapkan terima kasih.

Pelaksana

**HELDA YUTAMI**  
NIM. 1811140232

### DAFTAR HADIR

Acara : Pembukaan Launching PM  
 Tempat : Desa Jajaran Lama Kee Kikim Barat Kab. Lahat  
 Hari/Tanggal : Senin, 24 Januari 2022  
 Pukul : 08.00-Selesai

No	Nama	Jabatan	Alamat	IDD
1	AHMAD SYARIFAN SE	KADES	JAJARAN LAMA	<i>[Signature]</i>
2	New Yanti	K. BPD	"	<i>[Signature]</i>
3	WARRI.S.P	SEK DES	- " -	<i>[Signature]</i>
4	Rachmatika	Bendahara	Jajaran Lama	<i>[Signature]</i>
5	YANTO.S	L.P.M	"	<i>[Signature]</i>
6	M. S. Yanyak	Kaw. Pemuda	Jajaran Lama	<i>[Signature]</i>
7	EPI MAILI	ANGGOKA PRA	- " -	<i>[Signature]</i>
8	Rini Mariani	Anggota Postbindu	- " -	<i>[Signature]</i>
9	SUPARTI	Wakil Pemuda	- " -	<i>[Signature]</i>
10	IMI	"	- " -	<i>[Signature]</i>
11	MAISZ	Anggota P.K.M.	- " -	<i>[Signature]</i>
12	WARRISE	Anggota pemuda	"	<i>[Signature]</i>
13	PATIKKA	- IL Postbindu	"	<i>[Signature]</i>
14	NOVAN SPITIKI	Kadus	- " -	<i>[Signature]</i>
15	ANDYORI	ASET	- " -	<i>[Signature]</i>
20	ZULFIKRI	"	- " -	<i>[Signature]</i>
21	ABUSRIYAN	"	- " -	<i>[Signature]</i>
22	RICI.S	KADUS II	- " -	<i>[Signature]</i>
23	AHMAD S	Linmas	-	<i>[Signature]</i>
24	FERLY	- " -	-	<i>[Signature]</i>
25	TUGI SAPULAN	Kawan Pemuda	- " -	<i>[Signature]</i>

26	BEWIRSYAH	Lenmas	DS. Jdt. Lama	<i>[Signature]</i>
27	ELIZANI	KTA. Pustawan	DS. Jdt. Lama	<i>[Signature]</i>
28	HERLINA	PKK.	DS. Jdt. Lama	<i>[Signature]</i>
29	RATIMA	PKK.	DS. Jdt. Lama	<i>[Signature]</i>
30	MARTO	PKK	DS. Jdt. Lama	<i>[Signature]</i>
31	MITA	PKK	DS. Jdt. Lama	<i>[Signature]</i>
32	JOLISKA	KS. Pelayanan Um.		<i>[Signature]</i>
33	JARSONI	LINMAS	- 11 -	<i>[Signature]</i>
34	Diri	Selap.	- 11 -	<i>[Signature]</i>
35	Wani Anggani		- 11 -	<i>[Signature]</i>
36	Susi Subanti		- 11 -	<i>[Signature]</i>
37	Emilia		- 11 -	<i>[Signature]</i>
38	HELDA YUTAMI	Mahasiswa UNPA	- 11 -	<i>[Signature]</i>
39				
40				

Jajaran Lama, 24 Januari 2022



### DAFTAR HADIR

Acara : Penutupan Launching PM  
 Tempat : Desa Jajaran Lama Kec. Kikim Barat Kab Lahat  
 Hari/Tanggal : Rabu 06 April 2022  
 Pukul : 10.00-Selesai

No	Nama	Jabatan	Alamat	TTD
1	AHMAD STARJAN	KADES	FAJARAM LAMA	
2	Mari Yanti	K. BID	" "	
3	WAGDI S Pd	sek Des	- 11 -	
4	Rachmatika	Bendahara	- 11 -	
5	Yanti, S	L. PM	- 11 -	
6	Mardi Tamsari	Kaw. Perencanaan	- 11 -	
7	EDIMAILI	Anggota PKE	- 11 -	
8	IMI	Anggota PKE	- 11 -	
9	Ratika	- 11 - POSKAMLU	- 11 -	
10	NOVIAN SARADA	Kadus	- 11 -	
11	Almond S	Linmas	- 11 -	
12	Ferly	- 11 -	+ 11 -	
13	Yogi Saputra	Katun Baruna	- 11 -	
14	RICI, S	Kadus, 11	- 11 -	
15	ANSTARI	ASET	- 11 -	
20	Maria	Anggota PKE	- 11 -	
21	Suparti	Wakil KPPKK	- 11 -	
22	ELI YANI	Ketua POSKAMLU	11 -	
23	HERLINA	PKE	+ 11 -	
24	Marta	PKE	- 11 -	

### DAFTAR HADIR

Acara : Penutupan Launching PM  
 Tempat : Desa Jajaran Lama Kec. Kikim Barat Kab Lahat  
 Hari/Tanggal : Rabu 06 April 2022  
 Pukul : 10.00-Selesai

No	Nama	Jabatan	Alamat	TTD
1	AHMAD STARJAN	KADES	JAJARAN LAMA	<i>[Signature]</i>
2	Maji Yanti	K. BPO	"	<i>[Signature]</i>
3	WASEDI S Pd	sek Des	- 11 -	<i>[Signature]</i>
4	Rachmatika	Bendahara	- 11 -	<i>[Signature]</i>
5	Yanti S	L. PM	- 11 -	<i>[Signature]</i>
6	Mardi Yanti Yanti	Kaw. Perencanaan	- 11 -	<i>[Signature]</i>
7	EDIMAILI	Anggota PKE	- 11 -	<i>[Signature]</i>
8	IMI	Anggota PKE	- 11 -	<i>[Signature]</i>
9	Ratika	- 11 - POSBIMBU	- 11 -	<i>[Signature]</i>
10	NOLAN SARADA	KADUS	- 11 -	<i>[Signature]</i>
11	Ahmad S	Linnmas	- 11 -	<i>[Signature]</i>
12	Ferly	- 11 -	+ 11 -	<i>[Signature]</i>
13	Yogi Saputra	Korwil baruna	- 11 -	<i>[Signature]</i>
14	RICI S	KADUS II	- 11 -	<i>[Signature]</i>
15	ANSYARI	ASET	- 11 -	<i>[Signature]</i>
16	Malisa	Anggota PKE	- 11 -	<i>[Signature]</i>
17	SUPARTI	Wakil APPKEK	- 11 -	<i>[Signature]</i>
18	ELI YAMI	Korwil POSIANSI	11 -	<i>[Signature]</i>
19	HERLINA	PKE	+ 11 -	<i>[Signature]</i>
20	Marta	PKE	- 11 -	<i>[Signature]</i>

25	KATIMA	PKK	- 11 -	Raf
26	MILIA	PKK	- 11 -	Sud
27	JELISKA	es. pelajaran un	- 11 -	ff
28	DARSONI	lirama	- 11 -	Biq
29	DIVI	Stmp	- 11 -	Juaf
30	Weni andorani	- 11 -	- 11 -	Wad
31	Suci Susanti	- 11 -	- 11 -	Sud
32	HOLDA YULANI	mahasiswa UIN	- 11 -	Haf
33				
34				
35				
36				
37				
38				
39				
40				

Jajaran Lama, 06 April 2022





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Rongin Faran Pager Dewa Bengkulu  
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax: (0736) 51171

**LEMBAR BIMBINGAN**

Nama Mahasiswa: Helda Yutami Program Studi: Perbankan Syariah  
NIM: 1811140232 Pembimbing 1: Dr. Miti Yarnasuda M. Ag  
Judul PM: Penguatan Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Kue Kering Kelompok Wanita Desa Jauran Lata Kecamatan Kikam Barat Kabupaten Lahat Dengan Program Penguatan Community Development

No	Uraian	Uraian Bimbingan	Paraf
1	BAB I-III	-Jadwal wawancara dengan responden -skripsi -Lampiran belakang diperbaiki -Peta Bab II dibuat -sajian kata	✓
2	BAB I-III	...	✓
3	BAB IV-V	-Abstrak di perbaiki sesuai dengan pedoman skripsi	✓

10 Jan 2022

BARUV

NY

24

Pengantar, 20 Jan 2022

Pembimbing I

*Handwritten signature*

Dr. M. S. ...

*Handwritten signature*

Dr. M. S. ...



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SOEKARNO BENGKULU  
Alamat : Jl. Raden Fatah Kelurahan Pagar Dewa Bengkulu 38211  
Telp: (073) 922551171-91172-1 akademis: (073) 91171-91172  
E-mail: [ia@uifb.ac.id](mailto:ia@uifb.ac.id)

## LEMBAR BIMBINGAN

Nama Mahasiswa: Helda Yutarni      Program Studi: Perbankan Syariah  
NIM: 1811140232      Pembimbing: II      Nime Afrianty, M.E  
Judul PM: Penguatan Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Kue Kering Kelompok Wanita Desa Jajaran Lama Kecamatan Kikim Barat Kabupaten Lahat Dengan Program Pendampingan *Community Development*

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	15 Desember 2021	-Menyerahkan SK Pembimbing	-Sesuai dengan Pedoman	
2	16 Desember 2021	-Latar Belakang -Rumusan Masalah	-Alasan dari Menggunakan <i>Community Development</i>	
3	17 Januari 2022	-Latar Belakang	-Belum Menunjukkan Alasan Menggunakan <i>Community Development</i>	
4	18 Maret 2022	-Latar Belakang	-Perbaiki	
5	20 April 2022	-Halaman -Footnote -Latar Belakang -Tujuan PM -Sasaran dan Mitra -Tabel	-Ditambahkan -Setiap Bab Mulai dari I -Rumusan Masalah Penelitian -Perbaiki	
6	18 Mei 2022	-Bab I -Bab IV	-Lihat Pedoman	



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SOEKARNO BENGKULU

Alamat : Jl. Raden Fatah Kelumbuan Pagar Dewa Bengkulu 38214  
Telp: (0736) 9276-5171-1422-1 & (0736) 3175-5172  
Fax: (0736) 3175-5172

	-Footnote -Kesimpulan	-Jelaskan Point dan Hasil Penelitian -Lebih Singkat dan Jelas	
27 Mei 2022	-Lengkapi Halaman Depan nya		d d
9 Juni 2022	-Bab I-V	-ACC	

Mengarahkan,

Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Yenti Sumarni, M.M  
NIP. 197904162007012020

Bengkulu, 9 Juni 2022

Pembimbing II

Noni Afrizanty, M.E  
NIP. 199204242018012002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Pahlawan Fatmahan Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 54276-51171, 51172 / Faksimil (0736) 51171-51172  
Website: [www.uinibengkulu.ac.id](http://www.uinibengkulu.ac.id)

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIARISME**

Nomor: 079/SKLP-FEB102/7/2022

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

Nama : Helda Yutami  
NIM : 1811140232  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi  
Judul Tugas Akhir :  
Penguatan Ekonomi Masyarakat Melalui Jasa Kue  
Kering Kelompok Wanita Desa Jajaran Lama dengan  
Program Pendampingan *Community Development*

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, 18 Juli 2022  
Ketua / Wakil Dekan 1

Dr. Nurul Hak, MA  
NIP. 196606161995831002

Gambar Pembukaan Launching PM



Menyanyikan Lagu Wajib Indonesia Raya



Pembacaan Susunan Acara Pembukaan PM



Kata Sambutan Dari Bapak Kepala Desa Jajaran Lama



Kata Sambutan Dari Ketu BPD Desa Jajaran Lama



Kata Sambutan Dari Pelaksana PM



Pembacaan Ayat Suci Al-Quran



Foto Saat Pembukaan Launching PM



Proses Pemanggangan Kue Kacang dan Kue Monde Susu



Proses Pemanggangan Kue Kering



Penempelan Label Pada Kemasan



Penempelan Label Pada Kemasan



Penempelan Label Pada Kemasan Plastik Klip



Proses Pengemasan Kue Monde Susu



Kemasan Yang Lama Plastik Sekali Pakai



Kemasan Yang Baru

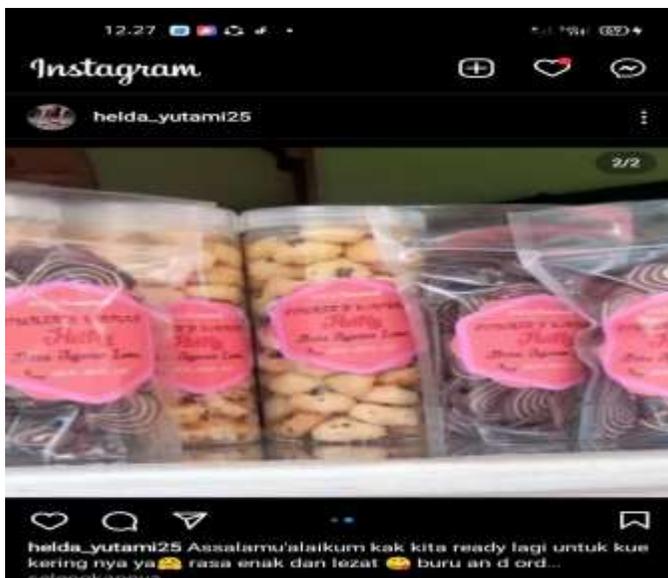


Penjualan Produk





Penjualan Produk Secara Langsung





Penjualan Melalui Media Sosial Instagram



Penjualan Melalui Media Sosial Whassaap



Penjualan Melalui Whsaap



Acara Penutupan PM

