

**ANALISIS PERBANDINGAN MINAT KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN ONLINE DAN OFLINE DODOL
KELAPA SAWIT MAKANAN TRADISIONAL
STUDI DESA PURBOSARI KEC. SELUMA BARAT KAB.
SELUMA**



SKRIPSI

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

OLEH:

PUPUT TRI WAHYUNI

NIM.1811130079

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Puput Tri Wahyuni, NIM

1811130079 dengan judul **“Analisis Perbandingan Minat**

Konsumen Dalam Pembelian Online Dan Offline Dodol

Kelapa Sawit Makanan Tradisional Studi Desa Purbosari

Kec. Seluma Barat Kab. Seluma” Program Studi Ekonomi

Syariah,Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Telah diperbaiki

sesuai dengan saran tim pembimbing. Oleh karena itu, Skripsi ini

disetujui dan layak untuk diujikan dalam siding Munaqosah

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,Universitas Islam

Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.


Purbosari, 14 Februari 2022 M

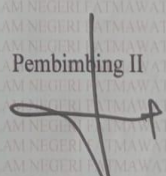
13 Rajab 1443 H

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Desi Isnaini, M.A


Yetti Afrida Indra, M.Ak

NIDN.197412022006042000

NIDN.0214048401



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) 51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Analisis Perbandingan Minat Konsumen Dalam Pembelian Online Dan Offline Dodol Kelapa Sawit Makanan Tradisional Studi Desa Purbosari Kec. Seluma Barat Kab. Seluma” oleh Puput Tri Wahyuni Nim: 1811130079, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, telah diuji dan dipertahankan didepan tim Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Univesitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Hari : Rabu

Tanggal : 27 Juli 2022

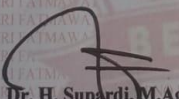
Dinyatakan LULUS dan diperbaiki, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Bengkulu, 27 Juli 2022 M
28 Zulhijah 1443 H

Tim Sidang Munaqosah

Ketua

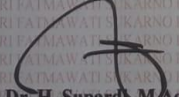
Sekretaris


Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 196504101993031007


Yetti Afrida Indra, M.AK
NIDN. 0214048401.

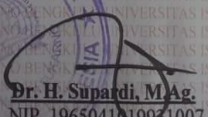
Penguji I

Penguji II


Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 196504101993031007


Faisal Muttaqin, S.E, MSM
NIP. 198701282019031007

Mengetahui
Dekan


Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 1965041019931007

MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ (٧) وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ (٨)

Maka barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat zarah, niscaya dia akan melihat (balasannya) nya. Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan seberat zarah, niscaya dia akan melihat (balasannya) nya.

(QS. Az-Zalzalah Ayat 7-8)

Semua impian kita dapat menjadi kenyataan jika kita memiliki keberanian untuk mengejanya.

(Walt Disney)

Jangan berfikir untuk menyerah. Selama keinginan itu ada , Allah pasti akan menunjukkan jalan.

(Puput Tri Wahyuni)

PERSEMBAHAN

Ungkapan kata terima kasih mungkin tidak akan pernah cukup untuk mengutarakan segala kebahagiaan saat cita-cita dan impian satu per satu terwujud yang dimulai dengan memakai toga. Ucapan syukur yang tidak henti-hentinya yang bisa terucap untuk Sang Maha Esa, yang mengabdikan satu per satu kebahagiaan, yang tidak lain menjadi kebanggaan bagi orang-orang yang selama ini, begitu mencita dan menyangi penulis, karnya tulis ini untuk orang-orang yang telah berarti dalam hidupku.

Sketsa ini ku persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercita Bapak Isa Romawi dan Ibu Suwarni yang telah membesarkan dengan penuh kasih sayang kepada penulis dan tak pernah lelah memberikan motivasi untukku, memberikan finansial yang cukup serta selalu mengiringi setiap langkahku dengan penuh untai do'a.
2. Kakak ku tersayang Rohman Wahyuni S.pd dan Dwi Kurniawan S.M
3. Kepada Muhammad Muzakki terimakasih sudah memberikan semangat, mendukung dan mensuport dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Untuk Linda Ermalasari, Miya Yustika, Rafika Dwi Septia, Isnanda, Cha-Cha, Annastia Putri terimakasih sudah menjadi sahabat yang baik, yang selalu membantu,

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

Skripsi dengan judul berjudul “**Analisis Perbandingan Minat Konsumen Dalam Pembelian Online Dan Offline Dodol Kelapa Sawit Makanan Tradisional Studi Desa Purbosari Kec. Seluma Barat Kab. Seluma**” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Bengkulu maupun di Universitas lainnya.

1. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran serta rumusan saya sendiri tanpa ada bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
2. 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 dicantumkan pada daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, sert sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.



Bengkulu, Juni 2022

Puput Tri Wahyuni
Puput Tri Wahyuni

ABSTRAK

“Analisis Perbandingan Minat Konsumen Dalam Pembelian Online Dan Offline Dodol Kelapa Sawit Makanan Tradisional Studi Desa Purbosari Kec. Seluma Barat Kab. Seluma”

Oleh Puput Tri Wahyuni,1811130079

Analisis adalah proses memecahkan topik atau substansi yang kompleks menjadi bagian-bagian yang lebih kecil untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik. Analisis merupakan serangkaian kegiatan dalam membedakan, memilah, dan mengurai sesuatu untuk dikelompokkan menurut kriteria serta ditafsirkan maknanya. Penjualan adalah suatu proses dimana seorang penjual memuaskan keinginan dan kebutuhan dari pembeli supaya tercapai serta bermanfaat bagi seorang penjual dan Jadi analisis perbandingan minat konsumen adalah proses memecahkan perbandingan minat konsumen dalam penjualan online dan offline dodol kelapa sawit. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mengetahui perbandingan dari minat konsumen dalam penjualan online dan offline dodol kelapa sawit, dan untuk mengetahui banyaklah pembelian melalui online atau offline. Sehingga dapat mudah mengelompokkan banyaklah minat pembeli online atau offline. Dari hasil penelitian dan data penjualan dodol, ternyata minat konsumen dalam membeli dodol kelapa sawit lebih banyak dalam pemesanan online. Dikarenakan teknologi semakin canggih dan mempermudah pembeli dalam memesan suatu produk, menurut uraian salah satu pelanggan dodol sawit dengan adanya teknologi sangat membantu konsumen dalam membeli produk dengan mudah dan cepat dan tidak ribet harus menemui langsung.

Kata kunci : Analisis Perbandingan Minat Konsumen Dalam Penjualan Online Dan Offline

ABSTRACT

***“Comparative Analysis of Consumer Interest in Online and Offline Purchase Of Traditional Palm Oil Dodol Food Study Village Purbosari Kec. Seluma West Kab. Forever”
By Puput Tri Wahyuni,1811130079***

Analysis is the process of breaking down a complex topic or substance into smaller parts to get a better understanding. Analysis is an activity in distinguishing, sorting, and parsing something to be seen according to criteria and understand its meaning. Sales is a process where a seller satisfies the wants and needs of the buyer in order to achieve and benefit a seller. This study aims to analyze and compare consumer interest in online and offline sales of palm dodol, and to find out how many purchases are made online or offline. So it can easily classify the many interests of online or offline buyers. From the results of research and data on dodol sales, it turns out that consumer interest in buying palm oil lunkhead is more in online orders. Due to the increasingly sophisticated technology and making it easier for buyers to order a product, according to an explanation from one of the palm oil lunkhead customers, technology really helps consumers in buying products easily and quickly and without the hassle of having to go directly to them.

Keywords: Comparative Analysis of Consumer Interests in Online and Offline Sales

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir program kreatifitas mahasiswa yang berjudul **Analisis Perbandingan Minat Konsumen Dalam Pembelian Online dan Offline Dodol Kelapa Sawit Makanan Tradisional Studi Desa Purbosari Kec. Seluma Barat Kab. Seluma** shalawat dan salam tak lupa saya ucapkan untuk nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun di akhirat.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir dan juga memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada program studi ekonomi syariah jurusan ekonomi islam pada fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

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

1. DR. KH. Zulkarnain Dali, M.PD selaku Rektor UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan berbagai fasilitas dalam menimba ilmu pengetahuan di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

2. Dr. H. Supardi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan kemudahan kepada kami selama masa perkuliahan.
3. Dr. Desi Isnaini, M.A, Selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan bimbingan pada penulisan tugas akhir ini.
4. Yetti Afrida Indra, M.Ak, selaku Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Kedua orang tua Penulis yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.

Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

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

Purbosari, 14 Februari 2022 M

13 rajab 1443 H

Yang menyatakan

Puput Tri Wahyuni
1811130079

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
SURAT PERNYATAN KEASLIAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
TABEL GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Luaran Yang Diharapkan	7
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Analisa Produk	8
B. Analisis Perbandingan Minat Konsumen Dalam Pembelian Online Dan Offline	10
C. Pangsa Pasar	38
D. Lokasi Program	43
E. Analisa Kelayakan Program.....	44

F. Analisa Keuntungan.....	46
G. Keberlanjutan Usaha	52
BAB III METODE PELAKSANAAN	
A. Alat dan Bahan.....	53
B. Proses Produksi	55
C. Proses Pengemasan	64
D. Proses Pemasaran.....	65
BAB IV ANGGARAN BIAYA DAM JADWAL KEGIATAN	
A. Anggaran Biaya.....	67
B. Jadwal Kegiatan	69
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI	
KEBERLANJUTAN	
A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program ..	73
B. Proses Keberlanjutan.....	78
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	79
B. Evaluasi.....	79
C. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Rekap Pembelian Dodol Bulan	
Desember Maret	47
TABEL 2.2 Rekap Biaya Dodol Kelapa Sawit.....	48
TABEL 2.3 laba rugi	51
TABEL 3.1 alat-alat Pembuatan Dodol	
Kelapa Sawit.....	53
Tabel bahan-bahan Pembuatan Dodol	
Kelapa Sawit.....	54
TABEL 4.1 Anggaran Biaya Dodol	
Kelapa Sawit.....	67
TABEL 4.2 Jadwal Kegiatan Dodol	
Kelapa Sawit.....	69
TABEL 4.3 Rekap Pembelian Secara Online Dodol	
Kelapa Sawit	71
Tabel 4.4 Rekap Peembelian Secara Offline Dodol	
Kelapa sawit	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pemilihan Brondolan	55
Gambar 3.2 Belanja Bahan Pembuatan Dodol	56
Gambar 3.3 Bahan-bahan Pembuatan Dodol Kelapa Sawit	56
Gambar 3.4 Brondolan Sawit	57
Gambar 3.5 Perebusan Brondol Sawit	57
Gambar 3.6 Pemisahan Daging Buah Sawit Dengan Bijinya	58
Gambar 3.7 Penyaringan Pati Buah Kelapa Sawit	59
Gambar 3.8 Pati Buah Kelapa Sawit	59
Gambar 3.9 Santan Kelapa	59
Gambar 3.10 Masukkan Santan Kewajan	60
Gambar 3.11 Masukkan Pati Buah Sawit	60
Gambar 3.12 Masukkan Gula Merah Dan Putih	61
Gambar 3.13 Masukkan Vani	61
Gambar 3.14 Masukkan Tepung Yang Sudah Dicairkan ..	61
Gambar 3.15 Proses Pengadukan Dodol	62
Gambar 3.16 Bentuk Dodol Yang Hampir Matang	62
Gambar 3.17 Bentuk Dodol Yang Sudah Matang	63
Gambar 3.18 Pengorengan Kacang	63
Gambar 3.19 Pencampuran Kacang Dengan Adonan Dodol	64
Gambar 3.20 Bentuk Dodol Rasa Kacang	64
Gambar 3.21 Pengemasan Dodol Kelapa Sawit	64
Gambar 3.22 Bukti Pembelian Dodol Kelapa Sawit.....	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ditawarkan oleh pemerintah melalui perguruan tinggi dan kementerian riset teknologi. Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) diperutukkan untuk mahasiswa yang memiliki kreativitas dan inovasi dalam membantu mengembangkan ekonomi masyarakat dengan menciptakan produk yang unik dan menambah daya jual.¹

Mahasiswa diharapkan selain memiliki keterampilan juga memiliki kemandirian dalam lingkungan masyarakat dan berwirausaha. Wirausaha merupakan kemampuan seseorang dalam meningkatkan mutu, mengubah nilai sumber daya, inovasi, dan kreatif. Budaya berwirausaha menjadi bentuk atau wujud penguasaan *sains*, bisnis dan teknologi. Mengembangkan keterampilan proses peserta didik dan juga minat dalam menerapkan konsep dasar menghasilkan produk

¹ Yanto, R & Apriadi D, "Penerapan Metode Wighted Product Untuk Seleksi Kelayakan Proposal Program Kreativitas Mahasiswa". *Jurnal Telematika*, vol.1. 2019, Hlm 46-58

yang bermanfaat bagi masyarakat dalam penelitian yang berorientasi.²

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) merupakan suatu kegiatan dalam meningkatkan mutu (Mahasiswa), di perguruan tinggi supaya dapat menjadi seseorang yang memiliki kemampuan profesional dan akademis kemudian dapat diterapkan, mengembangkan dan serta meyebar luaskan ilmu pengetahuan.

PKM dikembangkan untuk mengantarkan mahasiswa mencapai taraf pencerahan kreativitas dan inovasi berlandaskan penguasaan *sains* dan teknologi serta keimanan yang tinggi. Dalam program ini mahasiswa diberi peluang untuk mengimplementasikan kemampuan, keahlian, sikap, tanggung jawab, membangun kerja sama tim maupun mengembangkan kemandirian melalui kegiatan yang kreatif dalam bidang ilmu yang ditekuni.³

PKM sangat penting bagi Mahasiswa sebagai wadah untuk mahasiswa-mahasiswi dalam mengembangkan kreativitas intelektual dan kecerdasan dalam menciptakan peluang Usaha. Kreativitas merupakan perpaduan tiga unsur

² HB, M. P, “*Pengembangan Bahan Ajar Science interpreneuership Berbasis Hasil Penelitian Untuk Mendukung Program Kreativitas Mahasiswa*”, Penelitian Pendidikan, vol.09, No. 2, 2012, Hlm. 101-108

³ Lidikti Wilayah VI,” *Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) 5 Bidang*”, Program Kreativitas Mahasiswa (PKM), kemdikbud.go.id, Diakses 03 Desember 2021, 12.30

utama dalam diri manusia, yaitu: pikiran, perasaan, dan keterampilan.

Mahasiswa diharapkan selain memiliki keterampilan juga memiliki kemandirian dalam lingkungan masyarakat dan berwirausaha.⁴ Wirausaha merupakan kemampuan seseorang dalam meningkatkan mutu, mengubah nilai sumber daya, inovasi, dan kreatif dari potensi alam di lingkungan sekitar.

Dalam dunia berwirausaha pastinya kita tidak akan asing lagi dengan kata pemasaran. Pemasaran merupakan komponen yang harus dijalankan atau dilakuka oleh sebuah perusahaan supaya dapat meningkatkan reputasi sebuah perusahaan untuk mendapatkan tujuan dan hasil yang dicapai.

Dalam pemasaran kita melibatkan beberapa pihak dalam berwirausaha, dan oleh sebab itu pemasaran merupakan peringkat kerja dalam kegiatan usaha dengan menciptakan barang dan jasa dari pihak konsumen ke produsen.⁵

Belanja adalah suatu kegiatan yang maju di kalangan masyarakat. Berbelanja menjadi suatu yang wajib untuk dilakukan bagi konsumen. Dalam era perkembangan zaman berbelanja tidak harus datang ke toko untuk belanja secara

⁴ HB, M. P, “*Pengembangan Bahan Ajar Science interpreneuership Berbasis Hasil Penelitian Untuk Mendukung Program Kreativitas Mahasiswa*”, Penelitian Pendidikan, vol.09, No. 2, 2012, Hlm. 101-108

⁵ Atmoko, H. T, “*Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Caviton Hotel Yogyakarta*”. Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation, Vol. 1, No. 02, 2018 , Hlm. 83-96

langsung. Namun di zaman sekarang berbelanja dapat dilakukan secara *online*.

Di zaman yang canggih seperti saat ini, suah banyak sekali orang yang berbelanja *online* yang banyak dimana, banyak berbagai jenis suatu barang yang dijual melalui internet, dikarenakan *online* tidak capek-capek harus bertemu langsung, tinggal pencet layar hanphone dan memilih barang yang ingin dibeli. Meskipun banyak penjualan *online*, namun penjualan *offline* juga penting.

Pada umumnya belanja *offline* dan *online* mempunyai kesamaan yaitu sama-sama membeli produk. Namun yang membedakannya dari segi cara membelinya yaitu dengan membelinya memilih belanja secara *online* atau *offline*.

Keduanya memiliki kelebihan serta kekurangan masing-masing, belanja *offline* mengharuskan kita untuk datang secara langsung kepenjual, hal tersebut membuat ribet bagi seseorang yang sibuk dan banyak kurangnya waktu. Sehingga pilihan dalam berbelanja *online* menjadi alternatifnya.⁶

Pemasaran *offline* merupakan suatu proses transaksi penjualan barang atau jasa secara langsung, yang mana konsumen dan produsen bertemu sehingga terjadinya transaksi jual beli. Sedangkan pemasaran *online* adalah kegiatan

⁶ Atmoko, H. T, “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Caviton Hotel Yogyakarta”. Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation, Vol. 1, No. 02, 2018 , Hlm. 83-96

pemasaran menggunakan komunikasi lewat media internet. Dalam berbisnis baik *online* maupun *offline* mempunyai beberapa perbedaan yaitu dalam kegiatan pemasarannya. Bisnis *online* dinilai lebih murah biayanya dalam promosi dan pemasarannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan *online* lebih terjangkau dari pada kegiatan *offline* yang memutuhkan modal serta waktu yang cukup banyak. Namun, dalam pemasaran *online* dan *offline* berbedaannya bukan hanya dalam pemasarannya saja, tetapi juga dengan target konsumen dalam pemasarannya.

Target dalam pemasaran *online* dan *offline* mempunyai jangkauan yang berbeda-beda. Target dalam penjualan *offline* adalah untuk menjual produk secara langsung yang mana konsumen yang butuh produk tersebut datang secara langsung ke toko. Pada umumnya penjualan *offline* hanya dapat melayani

Konsumen pada daerah tertentu saja. Sedangkan penjualan secara *online* merupakan kegiatan pemasaran menggunakan *digital marketing*, sehingga jangkauannya lebih luas dari pada penjualan *offline*.⁷

Dalam penjualan online cakupannya lebih besar hingga ke luar kota bahkan luar pulau. Sehingga peluang mendapatkan keuntungan lebih besar. Sehingga penelitian ini

⁷ Nuraini D & Evianah, “Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline”. Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi, vol. 15, No. 2, 2019, Hlm. 231-239.

bertujuan untuk melihat perbandingan dari minat konsumen dalam membeli produk Dodol Kelapa Sawit, baik menggunakan penjualan *online* dan *offline*.⁸

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perbedaan minat konsumen dalam pembelian *online* dan *offline*?
2. Bagaimana tingkat peminat konsumen dalam pembelian secara *online* dan *offline*?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui minat konsumen lebih memilih membeli produk secara *online* atau *offline*
2. Untuk mengetahui tingkat peminat konsumen dalam pembelian *online* atau *offline*.
3. Untuk mengetahui penjualan secara *online* atau *offline* yang bagus untuk diterapkan.
4. Untuk mengenalkan produk Dodol Kelapa Sawit ke masyarakat secara luas.

D. Manfaat Program

1. Bagi Fakultas
Dapat memberikan memberikan informasi bagi mahasiswa dalam pemanfaatan buah atau pati buah kelapa sawit dapat diolah menjadi produk Dodol

⁸ Nuraini D & Evianah, “Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline”. Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi, vol. 15, No. 2, 2019, Hlm. 231-239.

Kelapa Sawit, serta terciptanya mahasiswa yang kreatif dalam menciptakan inovasi produk baru.

2. Bagi Masyarakat

bisa menciptakan lowongan kerja bagi masyarakat, dan menciptakan produk olahan baru untuk dapat dinikmati oleh masyarakat.

3. Bagi Peneliti

Mendapatkan keuntungan finansial serta menambah wawasan dalam merintis sebuah usaha.

E. Luaran Yang Diharapkan

Program ini dapat menghasilkan luaran yang diharapkan dari Program Kreativitas Mahasiswa di Bidang Kewirausahaan yaitu :

1. Menghasilkan produk Dodol Kelapa Sawit yang enak, nikmat, dan lezat.
2. Diharapkan produk Dodol Kelapa Sawit dapat memberikan keuntungan finansial baik dari sisi penulis maupun dari sisi masyarakat.
3. Diharapkan dapat merubah *mindset* masyarakat bahwa buah kelapa sawit hanya diolah sebagai minyak, mentega, bahan kecantikan dan lainnya. Namun bisa diolah juga menjadi makanan yang nikmat, seperti Dodol Kelapa Sawit.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Analisa Produk

1. Dodol Kelapa Sawit

Desa Purbosari merupakan Desa yang berada di kawasan perkebunan kelapa sawit, tetapi tidak semua masyarakat berkebun kelapa sawit ada juga yang bertani seperti padi dan lainnya. Banyak sekali masyarakat Purbosari yang bekerja mengumpulkan berondolan sisa-sisa panen untuk dijual ke pengepul. Pendapatan tersebut tentunya tidak mencukupi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Sehingga terciptanya ide untuk menciptakan produk yang lebih bernilai dibandingkan yang langsung menjual berondolan tersebut ke pengepul. Yaitu dengan mengolah berondolan tersebut menjadi sebuah produk Dodol Kelapa Sawit.

Dodol Kelapa Sawit, merupakan makanan yang terbuat dari beberapa bahan seperti bahan pembuatan Dodol lainnya hanya saja ada penambahan bahan pati atau daging buah kelapa sawit.¹Awal terciptanya produk ini dari tugas akhir yang kami ambil (PKM). Dodol kelapa sawit memiliki keunikan tersendiri dari Dodol yang lain

¹Mia Auliya Fatma, *Eksperimen Pembuatan Dodol Labu Kuning*, UNS, Semarang, 2015, Hlm. 14-15

yaitu, ada penambahan pati buah kelapa sawit, kemudian keunikan lainnya adalah rasa dari Dodol yang mana ada rasa kacang. Dodol rasa kacang jarang kita jumpai di pasaran, dan kemudian harga Dodol Kelapa Sawit terjangkau tidak menguras kantong. Sedangkan Dodol-dodol lain harganya lumayan mahal seperti ditempat survei kami toko makanan khas Bengkulu, dimana harganya cukup mahal dari harga Rp.20.000 dengan isi hanya simbilan biji Dodol Garut, harga Rp. 35.000 Dodol ketan dengan berat 1/4kg. Sehingga dapat kami simpulkan bahwa Dodol kelapa sawit kami mampu bersaing dengan Dodol lainnya.

2. Brodolan (buah kelapa sawit)

Bahan baku pembuatan produk ini mudah diperoleh karena saya menggunakan bahan baku dari produk pertanian lokal. Buah kelapa sawit mudah ditemukan di lingkungan perkebunan masyarakat dan juga di toke buah kelapa sawit serta dengan harga yang terjangkau.²

3. Keunikan Produk

a. Variasi Rasa Dodol Kelapa Sawit

Ada beberapa variasi rasa Dodol kelapa sawit:

- 1). Dodol Kelapa Sawit Original
- 2). Dodol Kelapa Sawit Kacang

b. Ukuran Kemasan Dodol Kelapa Sawit

² Mia Auliya Fatma, *Eksperimen Pembuatan Dodol Labu Kuning*, UNS, Semarang, 2015, Hlm. 14-15

Ukuran kemasan kemasan Dodol kelapa sawit yaitu Plastik Kemasan Klip PP Ukuran 20x 30 CM . Kemasan bungkus Dodol kelapa sawit adalah 20x 30 cm di jual dengan harga Rp. 15.000 dan digemari oleh anak-anak.

B. Analisis Perbandingan Minat Konsumen Dalam Pembelian Online Dan Offline

1. Pengertian Pembelian

Pembelian merupakan mengadakan barang maupun jasa untuk keperluan konsumsi. Menurut Mulyadi pembelian adalah serangkaian tindakan dalam mendapatkan barang atau jasa dengan pertukaran, untuk di gunakan sendiri atau di jual kembali. Pembelian secara offline adalah pembelian yang dilakukan secara langsung, sedangkan pembelian secara online dilakukan dengan perantara media sosial atau elektronik.

Kegiatan pembelian dalam sebuah perusahaan dagang yaitu sebagai berikut:³

- a. Membeli barang dagangan secara kredit atau tunai.
- b. Membali barang dan jasa yang berhubungan dengan perusahaan.

³ Nuraini D & Evianah, “Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Secara Online Dan Offline”, Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi, *Vol, 15*, No. 02, 2019, Hlm. 231-239

Bisnis *offline* dan *online* memiliki beberapa perbedaan, terutama dalam kegiatan penjualannya.⁴ Bisnis *online* memiliki biaya yang lebih murah dalam promosi dan penjualannya, sehingga modalnya lebih sedikit dari pada kegiatan penjualan *offline* yang memerlukan modal yang cukup besar. Namun, yang membedakan bisnis penjualan *online* dan *offline* bukan hanya pemsasarannya saja, tetapi target dari konsumen. Berikut ini adalah perbedaan dari penjualan *online* dan *offline*, yaitu:

a. Jangkauan

Target dari konsumen dalam penjualan *offline* dan *online* memiliki cakupan jangkauan berbeda-beda, dibawah ini penjelasannya:

Offline: dalam menjual suatu produk terkadang konsumen yang membutuhkan produk harus datang ke toko. Pada dasarnya, toko *offline* hanya dapat mengalami konsumen didaerah tertentu saja. Untuk memikat konsumen, toko *offline* dapat melakukannya dengan membagikan brosur.

Online: dalam penjualan online mengital jadi cakupan konsumen dalam penjualan *online* lebih luas jika dibandingkan dengan *offline*. Bahkan dengan penjualan *online* bisa mencapai keluar kota bahkan

⁴ Nuraini D & Evianah, “Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Secara Online Dan Offline”, Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi, Vol, 15, No. 02, 2019, Hlm. 231-239

juga keluar pulau. Sehingga kesempatan untuk memperoleh laba semakin besar.⁵

b. Strategi pemasaran

Dalam penjualan *online* maupun *offline* mempunyai target konsumen penjualan yang berbeda sesuai strategi yang digunakan:

Offline: dalam strategi pemasaran dilakukan untuk memikat konsumen adalah dengan membuat sepanduk disekitar toko, atau membuat brosur untuk dibagikan. Untuk perusahaan yang besar dapat menggunakan televisi atau radio.

Online: dalam strategi penjualan *online* hal yang digunakan untuk mencapai target konsumen dalam penjualan *online* dengan menggunakan *SEO (Search Engine Optimization)*, *SEM (Search Engine Marketing)* serta media sosial. Sehingga jangkauan dalam memilih pelanggan lebih dan spesifik.

c. Pengenalan Brand

Dalam penjualan *online* dan *offline* sasaran konsumen dalam penjualan dapat dibedakan dengan pengenalan brand:⁶

⁵ Nuraini D & Evianah, “Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Secara Online Dan Offline”, Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi, Vol, 15, No. 02, 2019, Hlm. 231-239

⁶ Nuraini, D & Evianah, “Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Secara Online Dan Offline”, Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi, Vol, 15, No. 02, 2019, Hlm. 231-239

Offline: konsumen membeli ke toko secara *offline* umumnya dikarenakan toko tersebut sudah terpercaya. Dikarenakan tidak mau mengambil resiko untuk membeli ke toko yang baru dan belum terpercaya. Sehingga dengan hal tersebut, membuat penjualan *offline* membutuhkan promosi besar supaya orang-orang mengenal produk kita.

Online: dalam target penjualan, konsumen membeli produk secara *online* umumnya tidak terlalu memperhatikan brand. Konsumen lebih mementingkan harga yang terjangkau. Terutama dengan adanya keberadaan *marketplace*, sehingga kerja sama dengan *marketplace* akan membantu.⁷

d. *Customer, Experience*

Yang membedakan konsumen penjualan *online* dan *offline* adalah sebagai berikut:

Offline: jika dalam suatu produk mempunyai harga yang terjangkau serta kualitas yang bagus pada umumnya akan berdampak secara individual terhadap konsumen dengan menjadinya pelanggan setia. Namun, jika suatu konsumen mempunyai pengalaman dalam pelayanan yang baik dari toko tersebut akan berdampak promosi yang positif dari pengalaman

⁷ Nuraini, D & Evianah, "Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Secara Online Dan Offline", Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi, Vol, 15, No. 02, 2019, Hlm. 231-239

mereka dalam berbelanja dan kemudia disebarkan dari mulut ke mulut. Akan tetapi, cangkuppannya lebih sempit dikarenakan hanya orang-orang terdekat dan sekitarnya.

Online: dalam penjualan online konsumen yang puas terhadap pelayanan pada toko tersebut, mereka akan memberikan *review* secara langsung kepada kolom komentar sehingga berdampak secara langsung kepada pelanggan baru yang melihat komentar diberikan para pelanggan.

Dalam kegiatan penjualan adalah suatu kegiatan pelengkap dari pembeli, untuk kemungkinan terjadinya suatu transaksi. Jadi dapat disimpulkan kegiatan penjualan dan pembelian adalah suatu kesatuan untuk melaksanakan transaksi. Oleh sebab itu, dalam kegiatan penjualan misalnya kegiatan penjualan dalam hal kegiatan pembelian, tawar menawar harga, syarat-syarat pembayaran, dan menemukan si pembeli Dalam hal itu, penjual harus menentukan prosedur dan kebijakan yang akan diikuti serta memungkinkan dilaksanakannya satu rencana penjualan yang telah diterapkan.⁸

⁸ Nuraini, D & Evianah, “*Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Secara Online Dan Offline*”, Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi, Vol, 15, No. 02, 2019, Hlm. 231-239

2. Tujuan Pembelian

Tujuan dari pembelian adalah sebagai berikut:

- a. Mengembangkan, menentukan, mengevaluasi, harga dan pengiriman yang terbaik bagi barang dan jasa tersebut.
- b. Membantu identifikasi produk dan jasa yang dapat di peroleh secara eksternal.

4. Klasifikasi Pembelian

- a. Pembelian tunai
- b. Pembelian impor
- c. Pembelian kredit
- d. Pembelian secara komisi
- e. Pembelian lokal
- f. Pembelian di pasar berjangka
- g. Pembelian secara cicilan pada sewa guna usaha
- h. Pembelian melalui perantara
- i. Pembelian secara kontrak

5. Strategi Pembelian

Strategi pembelian merupakan hal yang berhubungan dengan memperoleh bahan baku, suku cadang dan perlengkapan yang di butuhkan untuk kegiatan operasi. Berikut ini strategi dari pembelian yaitu:⁹

- a. Multiple sourcing yaitu perusahaan membeli dan memesan bahan tertentu dari beberapa pemasok.

⁹ Pengertian Pembelian, [Http://Repository.Stei.ac.id](http://Repository.Stei.ac.id), Diakses 10 Juni 2022, 12:33

- b. Sole sourcing yaitu perusahaan bergantung pada satu pemasok bahan tertentu.
- c. Parallel sourcing yaitu pengembangan dari sole sourcing di mana ada dua pemasok untuk dua bahan yang berbeda.

6. Bauran Pemasaran

Unsur dalam strategi pemasaran atau penjualan adalah bauran pemasaran.¹⁰ Bauran pemasaran adalah strategi yang dilakukan perusahaan, dalam kaitan penentuan, bagaimana perusahaan dalam menyajikan penawaran produk terhadap segmen pasar tertentu. Yaitu sasaran penjualannya.

Bauran pemasaran atau disebut dengan marketing mix adalah kegiatan dari sistem penjualan atau pemasaran, untuk mengetahui tanggapan konsumen dalam penjualannya apakah sesuai dengan sasaran. Kegiatan tersebut harus dikombinasi serta dikoordinasikan perusahaan sebaik mungkin dalam melaksanakan penjualannya.¹¹

¹⁰ Lubis Arlina Nurbaity, "Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis", 2004, Hlm. 2-8

¹¹ Lubis Arlina Nurbaity, "Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis", 2004, Hlm. 2-8

Menurut pendapat dari Wiliam J. Stanton bauran pemasaran secara umum merupakan bentuk dari poin inti dari sistem pemasaran dalam sebuah organisasi. Empat unsur dari bauran pemasaran tersebut yaitu sebagai berikut:

a. Produk

Prosedur mengenai hal jasa atau produk yaitu meliputi jumlah jasa atau barang yang akan kita tawarkan, pelayanan yang baik dapat mendukung penjualan dari barang maupun jasa. Dalam penjualan produk merupakan elemen paling penting dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan dari konsumen. Berikut ini sifat dari barang dan jasa yaitu :

1). Tidak berwujud

Jasa mempunyai mempunyai karakter tidak berwujud, dikarenakan tidak bisa untuk dilihat, diraba, dirasa, dan dicium, sebelum terjadinya transaksi pembelian

2). Tidak dapat dipisahkan

Produk dalam bentuk jasa tidak bisa dipisahkan dari asalnya. Baik apakah asal tersebut adalah benda ataupun manusia.¹²

¹² Lubis Arlina Nurbaity, "Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis", 2004, Hlm. 2-8

3). Berubah-ubah

Pada dasarnya jasa sering sekali berubah-ubah, dikarenakan jasa bergantung terhadap siapa penyajinya, dimana, dan kapan disajikan.

4). Daya tahan

Jasa merupakan hal yang tidak dapat disimpan, berbeda dengan halnya barang.

b. Harga

Dalam setiap perusahaan pastinya menginginkan keuntungan supaya kelangsungan produksi. Keuntungan yang didapat dari harga yang telah ditetapkan dalam penjualan. Harga suatu produk dan jasa diukur dari besarnya suatu pengorbanan yang dilakukan dalam menghasilkan laba yang diinginkan. Oleh sebab itu, penetapan harga dari suatu produk merupakan hal yang cukup penting. Dikarenakan dapat mempengaruhi jalannya penjualan untung atau ruginya.¹³

c. Distribusi

Kemudian setelah perusahaan dapat menciptakan barang ataupun jasa yang diinginkan serta dibutuhkan dan menetapkan harga penjualan yang layak, tahap selanjutnya menentukan

¹³ Lubis Arlina Nurbaity, "Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis", 2004, Hlm. 2-8

mengantarkan produk atau jasa ke pasar melalui jalan yang efektif. Sehingga mendapatkan tempat yang tepat, dengan berharap produk atau jasa yang berada ditengah keinginan dan kebutuhan konsumen akan produk ataujasa tersebut. Dalam memilih saluran dalam distribusi ada beberapa hal yang harus dipikirkan, yaitu sebagai berikut:

- 1). Lokasi pembeli dan sifat pasar.
- 2). Lembaga pemasaran
- 3). Persediaan, yaitu dalam menetapkan tingkat persediaan yang ekonomis.
- 4). Jaringan pengangkutan.

d. Promosi

Ada beberapa cara dalam menyebarkan informasi, yaitu sebagai berikut:

- 1). Periklanan : alat utama perusahaan dalam mempengaruhi konsumen. Misalnya, surat kabar, televisi, radio, majalah, dan bioskop, maupun poster yang di pasang dipinggir-pinggir jalan maupu tempat yang strategis.
- 2). Penjualan pribadi: kegiatan untuk melakukan hubungan secara langsung dengan konsumen.
- 3). Promosi penjualan: kegiatan untuk menawarkan produk yang dipasarkan dengan

cara menempatkan dan mengatur secara tertentu, sehingga produk tersebut dapat menarik minat konsumen.¹⁴

- 4). *Publisitas* : menerapkan cara untuk menarik minat konsumen secara tidak langsung. Supaya konsumen mejadi tahu dan menyenangi produk yang dipasarkan. Publisitas adalah suatu promosi yang membentuk opini secara tepat sehingga disebut sebagai usaha memasyarakatkan atau mensosialisasikan.

7. Penjualan *Online*

Internet yang digunakan saat ini tidak hanya menjadi sebuah media komunikasi dan informasi modern, dan menjadi kebutuhan yang dimanfaatkan untuk berbagai aktivitas termasuk aktivitas perdagangan dan bisnis. Dampak adanya keberadaan media internet ini memberikan kemudahan saat proses komunikasi, perkembangan internet yang sangat pesat yang telah membawa perubahan yang mendasar dalam susunan kehidupan umat manusia. Dalam hal ini dapat tercermin dari meningkatnya berbagai aktivitas kebutuhan melalui sistem jual beli

¹⁴ Lubis Arlina Nurbaity, "Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis", 2004, Hlm. 2-8

yang berbasis jaringan internet atau online. Menurut Schmitt, 2010 daya tarik yang ditawarkan oleh pengalaman konsumen diantaranya yaitu kemudahan berkomunikasi, kecepatan pengiriman, kemudahan pemesanan, kemudahan pembayaran, dan faktor pendukung layanan konsumen lainnya.¹⁵

Menurut Dahiya dan Gaytri tahun 2017 pemanfaatan internet adalah sebagai media perdagangan jual beli untuk tingkat *business-to-business* atau *business-to-customer* yang saat ini menjadi salah satu kebutuhan pada setiap perusahaan. Pemasaran digital tidak menjadi hambatan untuk para pemasar untuk memasarkan barang dan jasa memanfaatkan koneksi dari internet. Model pemasaran produk melalui *online* yaitu seperti shopping yang dilakukan dengan memanfaatkan berbagai *platform* internet yaitu, *website*, blok, media sosial, dan bahkan hanya berupa iklan yang jumlahnya semakin banyak dan menjadi salah satu sumber referensi bagi konsumen karena *fleksibilitas* dan kemudahan efisiensi yang ditawarkan.¹⁶

¹⁵ Lubis Arlina Nurbaity, "Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis", 2004, Hlm. 2-8

¹⁶ Hesty N, Iqbal F , & AF, "*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis*", Jurnal Ecodemica, Vol. 2, No. 1, 2018, Hlm. 136-146

Penjualan produk-produk pertanian atau agribisnis pemasar maupun perspektif konsumen. Fasilitas pendukung dan kemudahan seperti pengiriman jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen menjadi peluang bisnis yang potensial dan terus dikembangkan oleh para pemasar. Perubahan pada gaya hidup konsumen saat ini yang mengarah kepada tujuan yang mendukung perkembangan gaya hidup sehat, lingkungan yang bersih dan sehat yang telah meningkatkan kebutuhan-kebutuhan seperti aktivitas berkebun di rumah meskipun dengan lahan yang terbatas seperti aktifitas urban *farming*.¹⁷ Pola perilaku pada konsumen yang mengarah kepada green buying diantaranya dengan melakukan pembelian produk-produk yang bermanfaat untuk lingkungan, contohnya yaitu diprediksi yang dipengaruhi oleh perilaku konsumen seperti sikap konsumen terhadap kepeduliannya kepada lingkungan (Mainieri et al, 1997). *Green buying* yang menjadi salah satu peluang pemasaran pada produk-produk pertanian seperti yang dilakukan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan konsumen terhadap gaya hidup modern namun

¹⁷ Hesty N, Iqbal F, & AF, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis", Jurnal Ecodemica, Vol. 2, No. 1, 2018, Hlm. 136-146

mengarah pada pola hidup ramah lingkungan dengan menanam tanaman sendiri.

Pemanfaatan pada media internet seperti melakukan aktivitas penjualan atau perdagangan produk agrobisnis diantaranya yaitu bibit tanaman merupakan hal yang baru, mengingat pada produk pertanian memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk industri lainnya. Karakteristik produk yang memiliki masa daya tahan produk yang terbatas dan kadaluarsa, sehingga pemasaran secara *online* untuk pemenuhan kebutuhan riter konsumen yang menjadi sebuah tantangan yang harus dipertimbangkan oleh para pemasar. Dikarenakan konsumen memiliki pertimbangan resiko yang lebih banyak saat memutuskan untuk melakukan pembelian produk secara *online* dibandingkan dengan mempertimbangkan pembelian produk secara konvensional atau *offline* (Hansen et al, 2004). Selain itu, mengenalkan pola pembelian *online* kepada konsumen untuk produk pertanian seperti bibit tanaman memerlukan strategi dan program pemasaran yang berbeda dengan pemasaran produk industri. Program pemasaran yang dapat dilakukan melalui bauran pemasaran yang meliputi harga, lokasi, produk, dan promosi perlu dikaji untuk menentukan

strategi penjualan yang tepat dilakukan oleh perusahaan dan bagaimana mempengaruhi perilaku konsumen terhadap model penjualan dan produk yang dijual.¹⁸ Kesuksesan dari program penjualan terkait dengan pemahaman perusahaan atau penjual terhadap perilaku konsumen dan merupakan hal yang esensial dipahami oleh perusahaan atau penjual dan menjadi representasi evaluasi konsumen terhadap produk (Kim et al, 2011).

Penjualan *online* adalah rencana mempromosikan barang atau jasa yang bertujuan untuk menarik minat dari konsumen. Penjualan *online* merupakan aktifitas penjualan dalam mencari calon dari pembeli hingga memberikan bentuk perhatian terhadap konsumen dengan memanfaatkan internet. Yang mendukung dengan menggunakan alat elektronik sebagai penghubung dengan jaringan internet. Menurut pendapat dari Murti Sumarni, penjualan secara tidak langsung (*online*), yakni bentuk dari presentase serta promosi barang dan jasa dengan menggunakan media misalnya, majalah, surat kabar, papan iklan, radio, televisi, sosial media, internet, brosur dan lainnya. Dari penjelasan tersebut dapat

¹⁸ Hesty N, Iqbal F, & AF, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis", Jurnal Ecodemica, Vol. 2, No. 1, 2018, Hlm. 136-146

disimpulkan penjualan online adalah penjualan yang dilakukan yang memanfaatkan media sebagai fungsi perantara untuk menjual produk. Dalam penjualan online, penjual tidak perlu langsung bertemu atau interaksi dengan konsumen secara langsung atau tatap muka.¹⁹

a. Wujud penjualan *online*

Wujud penjualan *online* bisa ditemui dalam bentuk humas, iklan, tanggung jawab sosial perusahaan, serta pemasaran via internet secara tidak langsung. Penjualan *online* dalam menarik minat konsumen, bisa menggunakan beberapa media yaitu sebagai berikut:

1) Iklan media masa

Terdapat komunikasi searah, tidak personal, serta pesan yang telah direncanakan seperti dukungan dari pesan seponsor. Didesain agar memperluas dukungan dengan mempengaruhi tingkah laku dan sikapnya.²⁰

¹⁹ Hesty N, Iqbal F, & AF, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis", Jurnal Ecodemica, Vol. 2, No. 1, 2018, Hlm. 136-146

²⁰ Putri Rizky L, "Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

2) Pemasaran interaktif

Pemasaran interaktif adalah penggunaan teknologi digital atau internet untuk mencapai tujuan marketing dan untuk mendukung konsep pemasaran yang baru.

3) Humas Pemasaran

Humas pemasaran adalah salah satu bagian dari humas pemasaran dengan menggunakan media tidak berbayar untuk mengirimkan pesan yang positif atas suatu merek yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dan meningkatkan penjualan.

b. Jenis-jenis penjualan *online*

Dalam menjalankan penjualan *online* terdapat dua jenis yang bisa dilakukan dari seorang penjual yaitu:

1) Internet

Web global dengan jaringan komputer yang luas serta berkembang pesat yang tidak memiliki manajemen dan kepemilikan sentral.

2) Layanan *Online* Komersial

Layanan pada internet menawarkan informasi dan layanan penjualan *online* kepada konsumen

dengan membayar biaya bulanan seperti *compuserve, progigy, America online*.²¹

c. Kekurangan dan kelebihan penjualan *online*

1) Manfaat dari sisi konsumen

a) Produk mudah dicari

Penjualan barang secara *online*, pembeli lebih mudah dalam mencari produk ataupun barang yang diinginkan tanpa harus bersusah payah mendatangi toko tersebut.

b) Mempunyai banyak informasi mengenai produk tersebut

Penjualan *online* membagikan banyak informasi kepada pelanggan mengenai produk yang ditawarkan yang mana pembeli dapat mengetahui bentuk barang melalui deskripsi, gambar, harga, dan lainnya. Hal tersebut termasuk juga dalam memberikan informasi mengenai kekurangan dan kelebihan produk.

c) Fleksibel

Penjualan *online* lebih praktis dikarenakan pembeli serta penjual dapat melakukan transaksi penjualan tanpa harus

²¹ Putri Rizky L, “Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

berinteraksi secara langsung. Konsumen dapat memiliki kesempatan dalam memikir secara matang sebelum membeli produk.²²

d) Interaktif

Interaktif adalah adanya komunikasi konsumen dalam menyampaikan kritik, dan saran ataupun keluhan terhadap penjual secara langsung dan juga bisa mendapatkan respon secara langsung yang diberikan oleh penjual.

e) Nyaman

Penjualan secara *online*, pelanggan tidak perlu lagi mengacak toko untuk menemukan produk yang ditawarkan. Konsumen bisa berbelanja dengan membandingkan produk melalui menjelajahi situs internet dan surat katalog.²³

2) Manfaat dari sisi penjual

a) Meningkatkan efisiensi penjual *online* terhindar dari biaya pemeliharaan toko dan

²² Putri Rizky L, “Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

²³ Putri Rizky L, “Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

biaya sewa, fasilitas umum pesanan, persediaan, asuransi, promosi perdagangan yang menyertainya, dan pengiriman. Konsumen dapat berhubungan langsung dengan penjual sehingga penjualan *online* sering mendapatkan penurunan biaya dan meningkatkan efisiensi fungsi logistik dan saluran.

b) Global

Dengan penjualan secara *online* berbasis web, penjual bisa mempromosikan dan menjual produknya melintasi batas Negara.

c) Mengurangi biaya

Penjual tidak perlu lagi mengeluarkan biaya untuk menjangkau konsumen, sehingga biaya yang digunakan transportasi agen, gaji, sales, dan lainnya. Dialokasikan untuk biaya lainnya.

3) Kerugian penjualan *online*

a) Produk kurang nyata

Penjualan *online*, penjual hanya menampilkan produk menggunakan gambar dan itu pun dapat dilihat menggunakan jaringan internet. Sebagai konsumen tidak

dapat merasakan produk tersebut secara nyata.

b) Kepercayaan lebih kecil

Kepercayaan para konsumen lebih kecil dikarenakan harus berhati-hati dan takut apa bila tertipu.²⁴

c) Jumlah penjualan meningkat secara lambat

Peningkatan dalam jumlah penjualan relative berlangsung lambat disebabkan banyak pertimbangan dari konsumen dalam membeli suatu produk.

d) Kredibilitas dari bisnis itu sendiri

Banyak sekali orang mengambil keuntungan dan ketidak mengertinya seseorang untuk menggunakan internet. Seseorang yang belum mengerti dalam pembelian secara *online* bisa tertipu dengan produk palsu sehingga mengakibatkan agregitasi penjualan *online* dapat menurun.

²⁴ Putri Rizky L, “Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

8. Penjualan *Offline*

1. Definisi Penjualan

Penjualan diartikan sebagai program atas berbagai kegiatan pemasaran yang berusaha untuk mempermudah dan memperlancar pencapaian suatu barang atau produksi dari perusahaan kepada konsumen.²⁵ Penjualan adalah salah satu kegiatan pemasaran yang dapat menciptakan proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.

Menurut pendapat dari Suryana penjualan yaitu penyajian barang supaya konsumen tertarik untuk melakukan pembelian. Penjualan bisa dilakukan secara langsung dan mendatangi konsumen, melayani pesanan dan kontrak produksi supaya pembeli tertarik untuk membeli, dan menunggu kedatangan konsumen. Jadi penjualan merupakan kegiatan dari meyalukan barang kepada pembeli yang dihasilkan oleh perusahaan dengan menggunakan cara promosi dengan sifat mempengaruhi konsumen sehingga barang tersebut

²⁵ Putri Rizky, L, “*Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

sampai terjual ke konsumen.²⁶ Tugas dari manajemen yaitu meningkatkan volume penjualan, dikarenakan manajemen berpendapat bahwa perusahaan perlu mengadakan kegiatan promosi dan penjualan. Konsep tersebut mengandung tiga tujuan penjualan yaitu:

- a. Mendapatkan laba tertentu
- b. Operasional dan perencanaan pada produksi dan penjualan yang tinggi.
- c. Tujuan yang terakhir untuk menunjang pertumbuhan perusahaan dengan meningkatkan volume penjualan.

2. Definisi penjualan *offline*

Penjualan *offline* merupakan situasi dimana seseorang penjual menjual produknya atau menawarkan secara langsung kepada konsumen. Penjualan *offline* yaitu pemasaran serta penjualan produk secara langsung kepada konsumen diluar dari lokasi tetap penjualan. Penjualan *offline*, penjual secara langsung bertemu tatap muka dan

²⁶ Putri Rizky L, “Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

berhubungan langsung dengan calon pembeli dan langganannya.

Menurut pendapat Rhonda Abrams, penjualan *online* adalah aktifitas interaksi secara langsung untuk memperoleh pembelian secara langsung atau pesanan.²⁷ Penjualan *online* merupakan strategi untuk mempromosikan produk atau jasa dengan tujuan untuk mempengaruhi tindakan konsumen. Penjualan *offline* menekankan keputusan yang berdasarkan rasional adanya keuntungan tambahan yang diberikan oleh suatu produk.

Penjualan *offline* merupakan yang mana didalamnya dilakukan penjelasan produk-produk dari seorang penjual secara langsung, memberikan informasi penjual kepada calon konsumen.²⁸ Penjual berusaha menyakinkan bahwa kualitas dari produk, penjual melayani calon konsumen secara baik supaya calon konsumen membeli produk.

²⁷ Putri Rizky, L, “*Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

²⁸ Putri Rizky L, “*Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

Pembeli juga dapat secara langsung mengungkapkan keinginan, sehingga sering terjadi tawar menawar untuk kesesuaian.

3. Wujud dari penjualan *offline*

Wujud dari penjualan *offline* dapat kita jumpai dalam bentuk penjualan pribadi, penjualan langsung, penjualan partaian besar, titik pembelian, dan promosi penjualan.

a. Penjualan pribadi

Penjualan pribadi yaitu sebuah komunikasi secara langsung diantara penjual dan calon konsumen untuk memperkenalkan produk kepada calon pembeli serta membentuk pemahaman pelanggan terhadap suatu produk, sehingga mereka akan mencoba untuk membelinya.

b. Penjualan partaian

Penjualan partaian merupakan kegiatan dalam menciptakan gambaran merek hingga ketinggian pengecer.

c. Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah penawaran dan prongram untuk jangka pendek yang dirancang untuk menarik para pembeli yang berkaitan

supaya dapat mengambil keputusan pembelian secara positif.

d. Titik pembelian

Titik pembelian merupakan suatu kegiatan dalam menampilkan produk ditempat yang strategis disebuah toko dengan tujuan untuk menarik minat konsumen dalam sebuah merek tertentu.²⁹

4. Jenis-jenis penjualan *offline*

Asosiasi penjualan langsung Indonesia (APLI) ada dua bentuk dari penjualan *offline* yaitu:

a. *Multi Level Marketing*

Pada metode pemasaran jasa atau barang dalam sistem penjualan *offline* melalui pemasaran terbentuk dari satu tingkat, yang mana mitra usaha mendapatkan bonus penjualan dari barang atau jasa yang dilakukan anggota dan sendiri pada jaringan kelompoknya.

b. *Single Level Marketing*

Pada metode pemasaran jasa maupun barang melalui suatu program pemasaran yang berbentuk satu tingkat, yang mana mitra usaha mendapatkan bonus dan komisi penjualan dari

²⁹ Putri Rizky L, “Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

hasil penjualan jasa ataupun barang yang dilakukan sendiri.³⁰

5. Cara-cara Penjualan *Offline*

Dalam penjualan *offline* bisa dilakukan melalui dua cara, diantaranya yaitu:

a. Penjualan diluar toko

Penjualan diluar toko bisa dilakukan oleh sales person dari sebuah perusahaan, oleh para penjajah keliling yang menawarkan barangnya dari rumah ke rumah konsumen, ataupun oleh pedagang kaki lima. Jadi dalam sebuah transaksi jual beli yang terjadi diluar toko maupun diluar rumah berbeda dengan penjualan yang ditoko, yang mana konsumen harus datang ketoko, sehingga dalam penjualan diluar toko penjualan yang harus menemui konsumen.

b. Penjualan Melalui Toko

Penjualan melalui toko sering dilakukan oleh penjualan secara eceran. Tetapi penjualan secara eceran tidak selalu melakukan melalui toko. Penjualan dalam partai besar juga bisa dilakukan oleh penjual yang memiliki toko. Sehingga dalam penjualan ini pembeli

³⁰ Putri Rizky L, “Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

diharuskan datang ke toko untuk memenuhi kebutuhannya.

6. Kelebihan dan kelemahan penjualan *offline*

a) Kelebihan dari penjualan *offline* diantar lain yaitu:

- 1) Dapat membujuk konsumen.³¹
- 2) Mampu meningkatkan jumlah volume penjualan.
- 3) Dapat memberikan informasi yang *kompleks* mengenai produk yang ingin di jual.
- 4) Bisa menawarkan produk secara langsung kepada konsumen.
- 5) Dapat memungkinkan penjual mendapatkan umpan balik secara langsung dalam bentuk pertanyaan, saran, dan kritik.

b) Kelemahan penjualan *offline* yaitu sebagai berikut:

- 1) Membutuhkan waktu dan tenaga yang cukup banyak.
- 2) Membutuhkan biaya yang cukup besar (biaya transportasi dan lainnya).³²

³¹ Putri Rizky, L, “*Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

³² Putri Rizky L, “*Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

7. Perbandingan Penjualan *Online* Dan *Offline*

Penjualan *online* merupakan aktifitas penjualan dalam mencari calon konsumen hingga memberikan suatu bentuk perhatian terhadap pembeli dengan memanfaatkan jaringan internet dengan didukung seperangkat alat elektronik untuk penghubung ke jaringan internet sedangkan penjualan *offline* merupakan penjualan dan pemasaran. Produk secara langsung kepada pembeli baik di lokasi tetap penjualan penjualan *offline* secara langsung berhubungan atau bertatap muka dengan sicalon konsumen atau langganan. Berikut ini perbedaan penjualan *online* dan *offline* yaitu sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran

Penjualan *online* dan *offline* memiliki strategi dalam penjualan yang berbeda, strategi penjualan dan pemasaran *online* digunakan untuk mencapai target pembeli bisa menggunakan *SEO* (*Search Engine Optimization*), *SEM* (*Search Engine Marketing*) dan sosial media sehingga mencangkup pelanggan yang lebih luas lagi. Strategi pemasaran yang dilakukan dalam penjualan *offline* untuk menarik pembeli dengan membuat

spanduk, menggunakan televisi dan radio untuk toko yang besar, membagikan brosur disekitaran toko, tetapi orang-orang mengunjungi toko hanya masyarakat sekitar.³³

2. Pengenalan Brand

Konsumen pada toko *online* biasanya tidak terlalu peduli dengan brand. Pembeli lebih mementingkan harga yang murah dengan keberadaan *market place* yang terpercaya sehingga kerja sama dengan sebuah *market place* sangat membantu, sedangkan pembeli pada toko *offline* akan membeli jika brand dari toko tersebut sudah dikenal, sehingga konsumen tidak mengambil resiko untuk membeli di toko yang belum terkenal dan terpercaya. Penjualan secara *offline* sangat membutuhkan promosi yang besar agar orang-orang mengenal brand pada toko tersebut.³⁴

3. Jangkauan Penjualan

Dalam target pembelian penjualan *online* dan *offline* mempunyai jangkauan yang

³³ Putri Rizky L, “Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

³⁴ Putri Rizky L, “Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

berbeda. Penjualan *online* dalam strategi penjualannya menggunakan digital marketing sehingga jangkauan pembelian online lebih luas dibandingkan dengan penjualan *offline*, pemasaran *online* bisa mencapai luar pulau atau luar kota sehingga memperoleh keuntungan yang besar. Sedangkan pemasaran *online* untuk menjual produk pembeli tidak harus datang langsung ke toko.

4. *Customer experience*

Penjualan *online* pembeli merasa puas terhadap pelayanan toko akan memberikan penilaian serta komentar sehingga calon pelanggan dapat melihat penilaian yang mereka berikan.

8. Tingkat Penjualan

1. Definisi tingkat penjualan

Definisi tingkat penjualan menurut pendapat Asri merupakan jumlah penjualan yang nyata dalam perusahaan satu periode tertentu. Sehingga volume penjualan bisa dikatakan sebagai hasil kegiatan dengan diukur satuan.

Menurut pendapat Irawan dan swastha, tingkat penjualan bisa dengan dua cara, yaitu didarkan pada nilai produk yang terjual dan

didasarkan pada jumlah unit produk yang terjual.³⁵ Tingkat penjualan yang diukur menggunakan unit produk yang terjual yaitu penjualan nyata perusahaan dalam suatu priode tertentu, sedangkan nilai produk yang terjual adalah jumlah nilai penjualan secara nyata dalam suatu priode tertentu.³⁶

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi

Menurut pendapat dari Irawan dan Swatha, dalam perakteknya kegiatan penjualan dipengaruhi beberapa faktor yaitu, faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan sebagai berikut:

a. Kondisi dan kemampuan penjual

Penjual harus bisa menyakinkan pembeli supaya mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Penjual harus memahami berbagai masalah penting yang berkaitan:

1) Harga Produk.

³⁵ Putri Rizky, L, “*Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

³⁶ Putri Rizky L, “*Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

- 2) Syarat Penjualan misalnya pengiriman, garansi, pembayaran, dan lainnya.
- 3) Karakteristik yang ditawarkan dan jenis.

b. Kondisi Pasar

Pasar merupakan tempat sekelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, bisa mempengaruhi kegiatan penjualannya. Berikut ini faktor-faktor kondisi pasar yang harus diperhatikan, yaitu:

- 1) Daya Belinya.
- 2) Frekuensi Pembelian.
- 3) Jenis Pasarnya.
- 4) Sekmen Pasar atau Kelompok Pembeli.³⁷
- 5) Kebutuhan dan keinginan.

c. Modal

Dalam melaksanakan penjualan perusahaan membutuhkan modal, dikarenakan hal tersebut bisa dilakukan apabila perusahaan mempunyai modal yang cukup. Perusahaan juga harus menggunakan berbagai macam bentuk *advertising* yang

³⁷ Putri Rizky L, “Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

menjadi modal perusahaan untuk bersaing dengan *kompititor*.

d. Faktor lain

Faktor lainnya misalnya kampanye, pemberian hadiah, peragaan, dan periklanan. Namun untuk melaksanakan diperlukan sejumlah modal yang tidak sedikit. Bagi sebuah perusahaan kecil yang mempunyai modal yang cukup kecil hal ini jarang dilakukan.³⁸

TABEL 2.1
REKAP PEMBELIAN DODOL
BULAN DESEMBER-MARET

No	Bulan	Pembelian Online	Pembelian Offline	Jumlah Terjual
1	Desember	35	15	40
2	Januari	28	22	40
3	Februari	19	21	40
4	Maret	75	45	120
Jumlah		157	103	240

³⁸ Putri Rizky L, “Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, UIN Raden Intan, Lampung, 2019, Hlm. 1-108

Dari data tabel di atas dapat disimpulkan bahwa perbandingan penjualan *online* dan *offline* Dodol kelapa sawit, konsumen lebih banyak memilih dengan berbelanja secara *online*. Dikarenakan dengan belanja secara *online* menghemat waktu dan juga bensin.

C. Pangsa Pasar

Pangsa pasar adalah informasi untuk memberikan suatu gambaran mengenai total penjualan dari perusahaan terhadap suatu segmen pasar tertentu. Suatu keputusan penting bagi sebuah perusahaan yaitu menganalisis pangsa pasar. Pangsa pasar dapat menguntungkan bagi perusahaan dalam mengambil langkah mengisi pangsa pasar.

Dalam pangsa pasar kita harus menemukan target konsumen untuk pemasaran Dodol kelapa sawit, sehingga seorang wirausaha harus dapat menentukan siapa saja yang menjadi target pemasaran Dodol kelapa sawit. Dimana dalam kondisi pandemi covid-19 banyak masyarakat yang memilih pemasaran dengan baik, bersih dan menerapkan protokol kesehatan.³⁹ Kemudian ada beberapa tindakan yang harus dilakukan dalam menentukan pangsa pasar yaitu:

1. Sengmentasi

Sengmentasi adalah sebuah kegiatan untuk mengelompokkan konsumen dalam pemenuhan

³⁹ Satim Hamid, “Analisis Program Pemasaran Produk UMKM Dodol Garut”, Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif, Vol.2 No.1, 2016, Hlm 96

kebutuhan dan keinginan akan suatu produk. Segmentasi sangat dibutuhkan di era saat ini karena keinginan suatu konsumen beragam dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan. Dalam pengelompokan konsumen dapat dilakukan dengan berdasarkan berbagai macam variabel contohnya umur dan jenis kelamin tingkat pendidikan dan juga pekerjaan, Geografi misalnya wilayah tempat tinggal konsumen, isi *Psikografi* dan *behavior* misalnya manfaat dan tingkat penggunaan. Dalam mengelompokkan penjualan dodol kelapa sawit seorang wirausaha dapat mengelompokkannya dengan berdasarkan umur, anak sekolah, mahasiswa, remaja, dewasa, dan lansia. Menemukan sasaran target konsumen merupakan hal penting untuk melakukan penjualan, untuk itu seorang wirausaha harus dapat melakukan pemasaran kepada calon konsumen.

2. *Targeting*

Targeting adalah suatu proses dalam mengevaluasi daya tarik segmen pasar yang dihasilkan melalui kegiatan dari segmentasi pasar.

Sebuah pasar dapat dikatakan menarik jika memiliki ukuran pasar dan juga tingkat pertumbuhan yang cukup besar serta mampu menghasilkan laba yang besar.

Evaluasi dalam melakukan daya tarik sekmen harus di ikuti dengan penilaian terhadap kemampuan modal, sumber daya manusia, teknologi, dan memasukkan kesesuaian antara target market. Pasar tradisional merupakan menjadi salah satu target dengan pemasaran dodol kelapa sawit yaitu pasar sabtu di daerah Purbosari yang di nilai cukup strategis dan mudahnya jarak tempuh yang cukup dekat dari tempat produksi dan juga rumah produsen. Pasar sabtu merupakan pasar yang hanya ada disetiap hari sabtu dan merupakan pasar satu-satunya di daerah Purbosari.

3. *Positioning*

Positioning adalah upaya tindakan untuk merancang posisi produk dalam benak konsumen.⁴⁰ Seorang wirausaha harus memikirkan cara bagaimana produk akan memiliki ke unikan atau ciri khusus serta bernilai di mata konsumen dengan cara menggunakan strategi *positioning* misalnya berdasarkan manfaat produk, kualitas produk, harga produk, dan keunikan produk, yang berdasarkan katagori produk serta pemakaiannya.

Seorang wirausaha harus memiliki keunggulan dalam bersaing dengan membuat strategi pemasaran yang baik dan benar. Oleh karena itu target pemasaran produk

⁴⁰ Satim Hamid, “*Analisis Program Pemasaran Produk UMKM Dodol Garut*”, Jurnal Manajemen dan Bisnis kreatif , Vol.2 No.1, 2016, Hlm 96

Dodol kelapa sawit kami adalah ke semua kalangan baik itu usia anak-anak, hingga sampai usia tua, pelajar, mahasiswa dan lain sebagainya. Dalam melakukan pemasaran kami membangun citra produk yang baik kepada masyarakat dengan menyuguhkan makanan yang sehat dan bergizi serta bermacam variasi rasa dari dodol kelapa sawit.⁴¹

Ada beberapa varian rasa yaitu sebagai berikut:

1. Dodol Kelapa Sawit Original

Dodol Kelapa sawit original merupakan varian rasa ini mengedepankan cita rasa alami Dodol tanpa tambahan rasa yang lain, yang membuat sangat terasa manis dan lezat. Dengan mempertahankan rasa dodol yang khas, tidak heran jika banyak orang menyukai variasi yang satu ini. Selain itu, rasa original ini cocok untuk dinikmati oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, sampai orang dewasa.

2. Dodol Kelapa Sawit Kacang

Dodol Kelapa Sawit rasa kacang merupakan varian rasa selain dari original, rasa khas kacang gurih bercampur rasa legit dari Dodol menjadikan perpaduan Dodol kelapa sawit yang nikmat. Rasa kacang banyak sekali dari konsumen yang

⁴¹ Satim Hamid, “*Analisis Program Pemasaran Produk UMKM Dodol Garut*”, Jurnal Manajemen dan Bisnis kreatif , Vol.2 No.1, 2016, Hlm 96

menyukainya karena gurih dan legit. Rasa kacang ini cocok untuk dinikmati oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja sampai orang dewasa.

Fungsi dari beberapa pilihan di atas dapat mempermudah konsumen dalam memilih pilihan rasa apa yang mereka ingin beli. Bahkan dari varian rasa diatas sangat bersahabat dengan lidah konsumen, dan harga dari Dodol kelapa sawit yang kami jual relatif terjangkau serta sesuai dengan kantong masyarakat.

Untuk menciptakan loyalitas yang tinggi itu maka perlu mengelola *marketing mixnya* dengan baik. Dimana unsur-unsur *marketing mix* tersebut adalah *product, price, place* dan *promotion* atau secara umum disebut dengan 4P.⁴²

1. Produk

Produk yang diproduksi ialah dodol kelapa sawit

2. Harga

Harga dari dodol kelapa sawit ini sangat ekonomis yang bisa dijangkau oleh semua kalangan yaitu sebesar Rp 15.000 saja.

3. Tempat

Tertuju ke sekitar lokasi usaha, pasar tradisional, tempat pariwisata, dan kampus-kampus terdekat

⁴² Satim Hamid, “*Analisis Program Pemasaran Produk UMKM Dodol Garut*”, Jurnal Manajemen dan Bisnis kreatif , Vol.2 No.1, 2016, Hlm 96

yang ada di sekitaran bengkulu.

4. Promosi

Dodol kelapa sawit ini di promosikan melalui 2 cara yaitu strategi promosi yakni yang pertama, secara langsung dan yang kedua secara *online* dengan menggunakan media sosial seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, dan lain-lain.⁴³

Dari strategi 4P dapat disimpulkan strategi yang dominan yakni strategi *Marketing Mix promotion* karna strategi ini menggunakan media sosial dan secara langsung dengan pelanggan.

Berikut ini kekuatan dan kelebihan dari produk dodol kelapa sawit adalah sebagai berikut:

1. Lokasi pengolahan yang relatif dekat dengan pasar, sehingga mempermudah membeli bahan-bahan pembuatan dodol kelapa sawit.
2. Mudah nya mencari bahan baku buah kelapa sawit dilingkungan sekitar, dikarenakan banyaknya petani sawit di daerah kita.
3. Terjalannya hubungan yang baik antara pengusaha dan petani
4. Harga produk yang relatif terjangkau dan memiliki pelanggan yang tetap

⁴³ Satim Hamid, “Analisis Program Pemasaran Produk UMKM Dodol Garut”, Jurnal Manajemen dan Bisnis kreatif , Vol.2 No.1, 2016, Hlm 96

5. Produk telah memiliki merek, sertifikat P-IRT. Sertifikat P-IRT adalah sertifikat produksi pangan produksi rumah tangga merupakan jaminan tertulis yang diberikan oleh Bupati atau Walikota melalui Dinas Kesehatan.

Kelemahan dari produk dodol kelapa sawit adalah sebagai berikut:

1. Masih menggunakan peralatan manual dan sederhana
2. Produk tidak bertahan lama
3. Banyaknya minyak pada Dodol kelapa sawit.⁴⁴

D. Lokasi Program

Lokasi yang kami ambil untuk melakukan produksi yaitu di desa Purbosari Rt. 05/Rw. 02 Kecamatan Seluma Barat, Kabupaten Seluma. Lokasi ini dipilih dikarenakan lebih dekat dengan pasar sehingga mempermudah belanja serta dalam melakukan pemasaran.

Banyaknya potensi lokal di desa Purbosari sehingga kami mengolah potensi lokal tersebut menjadi makanan yang lebih bermutu serta lezat, nikmat dan mantap. Salah satunya adalah buah kelapa sawit, yang kami olah menjadi makanan tradisional yaitu Dodol

⁴⁴ Izin Produk Industri Rumah Tangga (P-IRT), UKM Indonesia, <https://www.Ukm Indonesia. id>, Diakses 04 Juni 2022, 16.02

kelapa sawit yang dapat meningkatkan nilai jual dari kelapa sawit.

E. Analisis Kelayakan Program

Usaha kecil dan menengah (UKM) mampu berkembang dengan adanya pengurangan biaya, peningkatan pendapatan dan pengambilan keputusan yang cepat. Ketiga poin tersebut memiliki kelebihannya masing-masingnya, adakalanya pemimpin perlu mengambil tindakan jangka pendek untuk mencapainya, salah satunya yaitu strategi *talent acquisition*.⁴⁵ Bagaimana cara wirausaha memastikan bahwa mereka dapat menjalankan strategi *talent acquisition* yang paling menguntungkan bagi perusahaan? Yaitu dengan menggunakan analisis swot. Perusahaan menghadapi persaingan konstan dalam merebutkan kandidat. UKM menghadapi persaingan yang lebih ketat, terutama karena kurangnya daya beli, branding, dan pengalaman mereka. Itulah alasan mengapa UKM harus mengenal diri dan lingkungannya dengan baik sebelum menerapkan strategi *talent acquisition*. Berikut merupakan bagaimana cara mengaplikasikan analisis swot dalam strategi *talent acquisition*.

⁴⁵ Fatimah Fajar Nuraini, Teknik Analisis Swot Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif Dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan Dan Ancaman, 2016, Hlm. 16-61

1. *Strengths* (Kekuatan)

Strenght atau kekuatan berbicara nilai plus perusahaan anda. Berikut ini kelebihan dari usaha dodol kelapa sawit,yaitu:⁴⁶

- a. Lokasi pengolahan yang relatif dekat dengan pasar, sehingga mempermudah membeli bahan-bahan pembuatan dodol kelapa sawit.
- b. Mudahnya mencari bahan baku buah kelapa sawit dilingkungan sekitar, dikarenakan banyaknya petani sawit di daerah kita.
- c. Terjalannya hubungan yang baik antara pengusaha dan petani
- d. Harga produk yang relatif terjangkau dan memiliki pelanggan yang tetap
- e. Produk telah memiliki merek, sertifikat aman dari dinas kesehatan

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

Kelemahan dari produk dodol kelapa sawit adalah sebagai berikut:

- a. Masih menggunakan peralatan manual dan sederhana

⁴⁶ Fatimah Fajar Nuraini, Teknik Analisis Swot Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif Dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan Dan Ancaman, 2016, Hlm. 16-61

- b. Produk tidak bertahan lama
 - c. Banyaknya minyak pada dodol kelapa sawit.
3. *Opportunities* (Peluang)
- a. Meningkatkan peluang perekonomian
 - b. Meningkatkan mutu penjualan, dimana brondolan yang terbuang sia-sia dapat menjadi makanan yang enak serta memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Belum banyaknya pesaing bisnis Dodol kelapa sawit, sehingga mempermudah mengenalkan produk kami kepada masyarakat luas.⁴⁷
 - c. Menciptakan peluang kerja bagi masyarakat
4. *Threats* (Ancaman)

Ancaman dari bisnis dodol kelapa sawit ini adalah omongan dari masyarakat awam yang menganggap aneh brondolan dijadikan sebuah olahan makanan berbentuk dodol. Mereka menganggap bahwa hal tersebut merupakan hal yang aneh. Sehingga ada beberapa masyarakat yang mempengaruhi masyarakat lain dengan mengatakan brondolan kok dijadikan makanan. Sehingga hal tersebut tanpa disengaja

⁴⁷ Fatimah Fajar Nuraini, Teknik Analisis Swot Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif Dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan Dan Ancaman, 2016, Hlm. 16-61

merupakan ancaman bagi kami, dikarenakan jika masyarakat percaya akan cerita tersebut maka dapat merugikan bisnis kami⁴⁸

F. Analisa Keuntungan

1. Invetasi

Investasi adalah suatu aktivitas dalam menempatkan modal baik berupa asset atau modal berharga ke dalam suatu lembaga, benda, atau pihak dengan harapan pemodal atau investor akan mendapatkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu. Dikarenakan dengan harapan untuk mendapat keuntungan di kemudian hari, hal ini lah yang di namakan dengan investasi.⁴⁹

Tabel 2.1

Rekap Biaya Dodol Kelapa Sawit

Nama Barang	Jumlah	Harga Peralatan	Total Harga
Baskom	1	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Pisau	1	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Wajan	1	Rp. 50.000	Rp. 50.000
Spatula	2	Rp. 16.000	Rp. 16.000

⁴⁸ Fatimah, F. N. (2020). Teknik Analisis Swot Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif Dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan Dan Ancaman, 2016, Hlm. 16-61.

⁴⁹ Pengertian, Jenis, dan Manfaat Ivestasi, [https://Universalbpr.co. id](https://Universalbpr.co.id), Diakses 04 Juni 2022, 16.57

Kompor	1	Rp. 150.000	Rp. 150.000
Tabung gas	1	Rp. 150.000	Rp. 150.000
Saringan	1	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Nampan/Lo yang	2	Rp. 15.000	Rp. 14.000
Total investasi peralatan			Rp. 400.000

Tabel di atas menjelaskan mengenai rekap biaya pengeluaran dalam memproduksi dodol kelapa sawit berupa barang-barang atau peralatan yang akan di gunakan dalam proses produksi. Peralatan merupakan hal yang penting dalam menunjang berjalannya produksi, dikarenakan tanpa peralatan produksi tidak dapat berjalan.

2. Modal kerja/produk

Modal kerja adalah modal yang di perlukan perusahaan untuk membiayai kegiatan bisnis, sehingga bisnis bisa berjalan dengan lancar dan sesuai rencana. Modal kerja merupakan ukuran *likuiditas* dalam suatu perusahaan, seperti efisien operasional dan keuangan dalam jangka pendek. Modal kerja tertuju kepada perbedaan dari asset lancar dan kewajiban yang ditanggung pada periode berjalan.⁵⁰

⁵⁰ Pengertian, Fungsi, dan Cara Menghitungnya Modal Kerja, <https://pintek.id>, Diakses 04 Juni 2022, 17.26

Table 2.2
Rekap Biaya Dodol Kelapa Sawit

Bahan	Jumlah	Harga/Bahan	Total
Buah sawit	25 kg	Rp. 0	Rp. 0
Tepung ketan	25 kg	Rp. 225.000	Rp. 225.000
Tepung beras	25 kg	Rp. 150.000	Rp. 150.000
Garam	1 bungkus	Rp. 4.000	Rp. 4.000
Gula pasir	15 kg	Rp. 150.000	Rp. 150.000
Gula merah	15 kg	Rp. 180.000	Rp. 180.000
Minyak pisang	1 botol	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Santan kelapa	15 liter	Rp. 25.000	Rp. 25.000
Valini	8 saset	Rp. 2.000	Rp. 2.000
Kacang	6 canting	Rp. 35.000	Rp. 35.000
Total biaya bahan-bahan 1 bulan			Rp. 776.000

Tabel di atas menjelaskan mengenai rekap biaya pengeluaran bahan-bahan dalam pembuatan dodol kelapa sawit. Bahan-bahan dalam pembuatan dodol kelapa sawit ada beberapa bahan diantaranya: vanili, tepung beras, tepung ketan, gula pasir, gula merah, santan, kelapa sawit/brondolan, minyak pisang, garam, kacang tanah.

Dodol kelapa sawit dalam proses pembuatannya hampir sama dengan proses pembuatan Dodol Jawa atau Jenang pada umumnya, hanya saja dalam proses pembuatan dodol kelapa sawit ada beberapa penambahan bahan yaitu pati dari buah kelapa sawit dan juga kacang.

Total biaya yang diperlukan untuk mendirikan industri kecil dodol kelapa sawit adalah Total investasi + Total biaya bahan baku. Rp. 400.000 + Rp. 776.000 sehingga total biaya Rp. 1.176.000

Perhitungan biaya produksi:

1. Penyusutan
2. Umur alat selama 2 tahun
3. Hingga akhir alat 0
4. Produk laku terjual semua
5. Biaya bensin
6. Selama 2 minggu dapat memproduksi 20 bungkus dodol
7. Hari kerja 14 hari perbulan sehingga produksi sebulan adalah 600 bungkus, jadi selama 4 bulan memproduksi 2.400 bungkus dodol.

a. Biaya tetap

Penyusutan Rp. 400.000/4 = Rp. 100.000

Telpon, Dll = Rp. 300.000 +

Total = Rp. 400.000

b. Biaya variable

Dalam 1 kg adonan dodol menghasilkan 20 bungkus berukuran 300 gram dengan biaya yang dibutuhkan

Buah sawit ½ kg = Rp. 0

Tepung ketan 1 kg = Rp. 22.000

Tepung beras 1 kg = Rp. 16.000

Garam	1 bungkus	= Rp. 4.000
Santan	1 liter	= Rp. 5.000
Minyak pisang	1 botol	= Rp. 5.000
Gula pasir	½ kg	= Rp. 7.000
Gula merah	½ kg	= Rp. 7.000 +
kacang		= Rp 7.000
Total		= Rp. 73.000

Biaya produksi untuk tiap bungkus dodol kelapa sawit adalah:

Biaya tetap = Rp. 400.000/800 kemasan = Rp. 500

Biaya variable = Rp. 73.000/15 kemasan. = Rp. 4.866

Biaya produksi perbungkus= Rp. 5.366

C. Titik impas

Perhitungan produksi perkemasan = Rp. 5.366

Harga jual rata-rata = Rp. 15.000

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} = \text{Break Even Point} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual} - \text{Biaya variabel}}^{51} \\
 &= \frac{\text{Rp. 400.00}}{\text{Rp. 15.000} - \text{Rp. 5.366}} \\
 &= 42 \text{ bungkus}
 \end{aligned}$$

⁵¹ Mengenal Titik Impas Dan Cara Menghitungnya, <https://www.Online.Pajak.com>, Diakses, 14 Januari 2022, 13.57

Laporan Laba & Rugi
Dodol Kelapa Sawit
Priode Maret 2022

Pendapatan Penjualan			
Penjualan		1.800.000	
Penjualan Bersih			1.800.000
Harga Pokok penjualan			(15.000)
Laba kotor			1.785.000
Beban Operasi			
Beban Penjualan			
Beban Gaji	50.000		
Beban telpon	100.000		
Beban transportasi	100.000		
Total beban penjualan		250.000	
Jumlah beban operasi			(250.000)
Laba bersih operasional			1.535.000
Laba bersih			1.535.000

Untuk memperoleh titik impas dengan harga jual Rp 15.000 per Bungkus, maka perusahaan harus mampu menjual produk sebanyak 42 Bungkus. Jika penjualan tidak sampai 42 bungkus, maka perusahaan terindikasi merugi karena biaya produksi tidak tertutupi.

G. Keberlanjutan Usaha

Dodol merupakan makanan tradisional yang sangat populer di Indonesia, yang berasal dari Jawa. Orang Jawa sering menyebutnya Jenang atau Dodol, Dodol memiliki cita rasa yang manis, legit dan juga nikmat.⁵² Pembuatan Dodol kelapa sawit hampir sama dengan pembuatan Jenang atau Dodol lainnya, hanya saja dalam Dodol kelapa sawit ditambahkan sari pati buah kelapa sawit atau sering disebutnya daging buah sawit. Dodol kelapa sawit ini memiliki dua varian rasa, yaitu rasa original dan rasa kacang. Harapan kami kedepannya dapat melanjutkan Dodol kelapa sawit ini menjadi bisnis tetap kami bukan hanya untuk tugas akhir saja. Dengan mengikuti kegiatan seminar Penyuluhan Keamanan Pangan dan mengurus izin PIRT dapat menambah pengetahuan serta ilmu baru yang sangat bermanfaat bagi kemajuan produk Dodol kelapa sawit kami, kegunaan surat Izin PIRT tersebut sangat penting keamanan, ke higienisan, dan aman dimakan masyarakat. Semoga kedepannya Dodol kelapa sawit dapat dipasarkan secara luas, dan juga dikenal banyak masyarakat.

⁵² Mia Auliya Fatma, *Eksperimen Pembuatan Dodol Labu Kuning*, UNS, Semarang, 2015, Hlm. 14-15

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Alat dan Bahan

Alat adalah istilah penyebutan benda yang digunakan dalam mengerjakan sesuatu di kehidupan sehari-hari. Alat juga merupakan benda untuk melakukan sesuatu hal, dan tidak akan berkurang atau habis digunakan.

Bahan adalah benda atau zat yang digunakan untuk membuat benda baru. Lebih ringkasnya, bahan merupakan benda yang dapat di butuhkan untuk membuat sesuatu hal yang baru dan bentuknya dapat berubah dari sebelumnya.¹

Berikut ini alat dan bahan yang di gunakan dalam pembuatan dodol kelapa sawit yaitu:

1. Peralatan yang digunakan untuk membuat dodol kelapa sawit adalah sebagai berikut:

TABEL 3.1
Alat-alat pembuatan dodol kelapa sawit

No	Alat-alat Dalam Membuat Dodol Kelapa Sawit
1	Wajan
2	Spatula
3	Baskom
4	Tungku

¹ Mengetahui Pengertian Alat Dan Bahan, <https://www.kkbi.divedigital.id>, Diakses 06 Juni 2022, 14.51

5	Kompore
6	Gas
7	Pisau
8	Saringan
9	Nampan
10	Plastik
11	Mesin Klip Plastik
12	Tali Kur
13	Label
14	Kayu Bakar

Table di atas menjelaskan tentang alat-alat pembuatan dodol kelapa sawit di antaranya yaitu: wajan, spatula, baskom, tungku, kompor, gas, pisau, saringan, nampan, plastik, mesin klip plastik, tali kur, label, dan kayu bakar.

2. Bahan-bahan

Bahan adalah benda atau zat yang digunakan untuk membuat benda baru. Lebih ringkasnya, bahan merupakan benda yang dapat di butuhkan untuk membuat sesuatu hal yang baru dan bentuknya dapat berubah dari sebelumnya.²

Bahan-bahan yang harus disiapkan dalam pembuatan dodol kelapa sawit, adalah sebagai berikut:

²Mengetahui Pengertian Alat Dan Bahan, <https://www.kkbi.divedigital.id>, Diakses 06 Juni 2022, 14.51

TABEL 3.2

Bahan-bahan pembuatan dodol kelapa sawit

No	Bahan-bahan Dalam Membuat Dodol Kelapa Sawit
1	Tepung Beras
2	Tepung Ketan
3	Gula Pasir
4	Gula Merah
5	Vanili
6	Minyak Pisang
7	Buah Kelapa Sawit
8	Kacang Tanah
9	Santan Kelapa
10	Garam

Table di atas menjelaskan mengenai bahan-bahan pembuatan dodol kelapa sawit, bahan-bahan pembuatan dodol kelapa sawit yaitu: tepung beras, tepung ketan, gula pasir, gula merah, vanili, minyak pisang, buah kelapa sawit/brondolan, kacang tanah, santan, dan garam.

B. Proses pembuatan

Berikut ini proses pembuatan dodol kelapa sawit atau langkah-langkah ,membuatnya yaitu sebagai berikut:

1. Persiapan Produksi

Gambar 3.1

Pemilihan Brondolan/Buah Kelapa Sawit



Foto di atas menunjukkan kegiatan persiapan produksi dalam mencari buah kelapa sawit, serta memilah mana yang layak dan tidaknya digunakan untuk pembuatan Dodol kelapa sawit.

Gambar 3.2

Belanja Bahan Pembuatan Dodol



Setelah tahap persiapan produksi mencari buah kelapa sawit selanjutnya persiapan yang harus disiapkan adalah belanja bahan-bahan dalam pembuatan dodol kelapa sawit.

2. Bahan-bahan pembuatan Dodol kelapa sawit

Gambar 3.3

Bahan-bahan Pembuatan Dodol Kelapa Sawit



Bahan-bahan dari pembuatan Dodol kelapa sawit mencakup beberapa bahan yaitu:

- a. Buah kelapa sawit
- b. Tepung ketan
- c. Tepung beras
- d. Santan kelapa
- e. Kacang tanah
- f. Gula pasir
- g. Gula merah
- h. Vanili
- i. Minyak pisang
- j. Garam

3. Proses produksi

Gambar 3.4

Brondolan/Buah Kelapa sawit



Langkah awal dalam pembuatan dodol kelapa sawit adalah mencuci bersih buah kelapa sawit terlebih dahulu sebelum direbus.

Gambar 3.5

Perebusan Daging Buah Kelapa Sawit



Setelah buah kelapa sawit dicuci, buah kelapa sawit direbus selama kurang lebih 30 menit sampai daging buah benar-benar empuk sehingga mudah untuk dipisahkan antara daging buah dan biji buah.

Gambar 3.6
Pemisahan Daging Buah sawit Dengan Bijinya



Setelah kelapa sawit direbus, buah kelapa sawit harus dicuci kembali agar lebih bersih. Kemudian langkah selanjutnya memisahkan antara daging buah kelapa sawit dengan biji buah kelapa sawit.



Tahap selanjutnya adalah menyaring pati buah kelapa sawit yang telah dipisahkan antara daging buah dan juga bijinya.

Gambar 3.7
Pati Buah Kelapa Sawit



Foto di atas merupakan pati buah kelapa sawit yang telah disaring dan sudah dipisahkan dari daging buahnya.

Gambar 3.8
Santan Kelapa



Kemudian siapkan santan kelapa yang telah diparut dan diperas sebanyak 2 liter santan.

Gambar 3.9
Masukkan Santan Ke Wajan



Langkah selanjutnya masukkan santan yang telah disiapkan kedalam kuahi, kemudian aduk santan sampai mendidih dan mengeluarkan sedikit minyak.

Gambar 3.10
Masukkan Pati Buah Sawit



Setelah santan mendidih dan mengeluarkan sedikit minyak, kemudian masukkan pati buah kelapa sawit yang telah kita siapkan tadi dan aduk kembali.

Gambar 3.11

Masukkan Gula Merah/Jawa dan Gula Pasir



Setelah pati dipasukkan, kemudian masukkan gula pasir dan gula merah sesuai takaran dan aduk terus sampai gula larut dan sedikit meyusut dan warna berubah menjadi kecokelatan.

Gambar 3.12

Masukkan Vanili



Setelah memasukkan gula tidak lama kemudian masukkan vanili dan masukkan sedikit garam.

Gambar 3.13
Masukkan Tepung Yang Sudah Dicairkan



Setelah vanili dan garam dimasukkan dan gula larut, warna sudah berubah menjadi kecoklatan masukkan tepung yang sudah dilarutkan, kemudian aduk dingga matang.

Gambar 3.14
Proses Pengadukan Dodol



Berikut ini foto dodol setengah matang dan aduk terus sampai matang sekitar kurang lebih 5 jam.

Gambar 3.15
Bentuk Dodol Yang Sudah Matang



Setelah dodol diaduk selama kurang lebih 5 jam, dan dodol berubah warna serta ketika dimakan sudah tidak lengket dilangit-langit, dan dodol mengeluarkan minyak seperti ini menandakan dodol sudah matang. Kemudian dodol di angkat diletakkan di loyang untuk rasa original dan didinginkan.

Gambar 3.16
Bentuk Dodol Yang Dimasukkan Ke Dalam Loyang



Berikut ini bentuk dari dodol kelapa sawit rasa original yang telah diletakkan diloyang dan dingin.

Gambar 3.17
Pengorengan Kacang Tanah



Berikut ini penyangraian kacang, untuk dodol yang rasa kacang

Gambar 3.17
Pencampuran Kacang Dengan Adonan Dodol



Setelah kacang disangrai dan haluskan, kemudian kacang dicampurkan dengan dodol yang sudah matang untuk memberi rasa kacang pada dodol.

Kemudian setelah kacang dicampurkan dengan dodol, dodol rasa kacang diletakkan kedalam loyang dan berikut ini bentuk dari dodol rasa kacang.

Gambar 3.18
Bentuk Dodol Rasa Kacang



C. Proses Pengemasan

Gambar 3.19
Pengemasan Dodol Kelapa Sawit



Berikut ini proses dari pengemasan dodol kelapa sawit menggunakan alat hand sealer untuk mengeklip plastik bungkus dodol kelapa sawit.

Gambar 3.20

Bentuk Dodol Yang Telah Dikemas Dan Siap Dipasarkan



Setelah dodol selesai di kemas menggunakan alat press plastik, selanjutnya dodol di masukkan kedalam plastik kemasan Dodol. Kemudian berikut ini bentuk dari dodol yang sudah dikemas dan siap dipasarkan.

D. Proses Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan agar dapat memenuhi kepuasan serta kebutuhan masyarakat. Suatu kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan mempromosikan produk, menentukan tempat penjualan, menentukan harga untuk menarik minat konsumen agar membeli produk.³

³ Mahmudah Ayuk, "*Manajemen Pemasaran*", Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2021, Hlm. 1-2

Berikut ini strategi pemasaran, target, dan tahapan-tahapan pemasaran yang dilakukan dalam penjualan Dodol Kelapa Sawit yaitu:

1. *Online*, dalam pemasaran Dodol Kelapa Sawit dengan cara *online* menggunakan media sosial seperti, WhatsApp dan Facebook. Penjualan secara *online* dilakukan dengan memposting Dodol Kelapa Sawit diberanda WhatsApp dan Facebook. Sehingga mempermudah masyarakat untuk memesan Dodol Kelapa Sawit tanpa harus bertatap muka secara langsung. Target dari pemasaran *online* adalah kalangan remaja, dewasa dan orang tua.
2. *Offline*, dalam pemasaran Dodol Kelapa Sawit dapat dilakukan secara *offline* dengan cara menawarkan secara langsung kepada konsumen. Dalam penjualan *offline* bisa dilakukan dengan berkeliling menawarkan Dodol Kelapa Sawit kepada konsumen dan bisa juga membuat *basecamp* di pasar terdekat atau di depan rumah. Target dalam penjualan *offline* adalah anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua.

Strategi pemasaran produk Dodol Kelapa Sawit, di atas cukup efektif dalam mempromosikan Dodol Kelapa Sawit supaya dikenal oleh masyarakat. Dodol kelapa sawit memiliki berbagai variasi rasa yaitu:

1. Rasa original
2. Rasa kacang

Dari pilihan rasa diatas dapat mempermudah konsumen dalam memilih pilihan rasa apa yang ingin mereka beli. Bahkan dari varian rasa di atas sangat bersahabat dengan lidah konsumen, dan harga Dodol yang kami jual *relative* terjangkau sesuai dengan kantong masyarakat.

Berikut ini adalah beberapa bukti dari penjualan dodol kelapa sawit, dari bulan januari sampai bulan maret :





BAB IV

ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

A. Anggaran Biaya

Anggaran adalah dokumen untuk prioritas menggabungkan program dengan sumber pendapatan yang diantisipasi. Anggaran merupakan menggabungkan aktivitas organisasi atau tujuan untuk jangka waktu yang telah ditentukan sesuai informasi mengenai dana yang di butuhkan untuk mencapai tujuan tersebut. Biaya adalah mengorbankan sumber daya ekonomis tertentu supaya memperoleh sumber daya ekonomi lainnya.¹ Berikut ini tabel anggaran biaya pembuatan Dodol Kelapa Sawit yaitu:

Table 4.1
Anggaran Biaya Dodol Kelapa Sawit

No.	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga	
A.	TAHAP PELATIHAN			
1.	Seninar Pelatihan Penyuluhan	2 orang	Rp. 350.000,-	Rp.350.000,-

¹ Anwar Chairul, Sari Yunita, Barusman Tina M, “Analisis Penggunaan Anggaran Biaya Administrasi Umum Dan Efisiensi Terhadap Peningkatan Kinerja Super Visor”, Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, Vol.3, No.1, Maret 2012, Hlm. 2-4

	Keamanan Pangan			
2.	Sertifikat PIRT	-	-	-
Jumlah				
Rp. 350.000,00				
B	TAHAP PELAKSANA			
1.	Bahan habis pakai			
	Buah sawit	25 Kg	-	Rp. 0
	Gula merah	15Kg	Rp. 180.000	Rp. 180.000
	Gula pasir	215Kg	Rp. 150.000	Rp. 150.000
	Tepung ketan	25 Kg	Rp. 225.000	Rp. 225.000
	Tepung beras	25 Kg	Rp. 150.000	Rp. 150.000
	Kacang tanah	6 Canting	Rp. 35.000	Rp. 35.000
	Plastik/Kemasan	2 Bungkus	Rp. 31.000	Rp. 31.000
	Garam	1 Bungkus	Rp. 4.000	Rp. 4.000
	Santan	15 liter	Rp. 25.000	Rp. 25.000
	Vanili	8 Bungkus	Rp. 2.000	Rp. 2.000
	Minyak pisang	1 Botol	Rp. 5.000	Rp. 5.000
	Label	20 Lembar	Rp. 20.000	Rp. 20.000
	Mesin Klip Plastik	1 Buah	Rp. 120.000	Rp.120.000
	Tali Kur	1 Meter	Rp. 5.000	Rp.5.000
	Jumlah		Rp. 343 .000	Rp. 772.000
2	Peralatan Tetap			
	Kompor	1 buah	Rp. 150.000	Rp. 150.000
	Tabung Gas	1 buah	Rp. 150.000	Rp. 150.000
	Wajan	1 buah	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Spatula	1 buah	Rp. 30.000	Rp.25.000

	Baskom	1 buah	Rp. 10.000	Rp. 10.000
	Nampan	1 buah	Rp. 10.000	Rp. 10.000
	Saringan	1 buah	Rp. 5.000	Rp. 5.000
	Jumlah			Rp.400.000
C.	Laporan			
	Proposal	2 Buah	Rp. 20.000	Rp. 20.000
	Kertas + ATK	1 Rim	Rp. 45.000	Rp. 45.000
	Jumlah			Rp.65.000
	Promosi			
D.	Kuota Telkomsel+ dll	Kouta + bensin	Rp. 200.000	Rp. 200.000
	Jumlah			Rp. 200.000
	Total Biaya (Jumlah A-D)			Rp. 1.787.000

Tabel di atas menjelaskan mengenai anggaran biaya pengeluaran Dodol Kelapa Sawit baik dari tahap pelatihan, tahap pelaksanaan yang meliputi biaya habis pakai, peralatan tetap, laporan, promosi.

B. Jadwal Kegiatan

Jadwal dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah rencana pembagian waktu yang berdasarkan daftar atau tabel kegiatan, urutan kerja, dan pembagian waktu pelaksanaan yang terperinci. Jadwal didefinisikan tabel kegiatan atau daftar, rencana kegiatan dengan pembagian waktu pelaksanaan yang terperinci.²

² Definisi Penjadwalan Jadwal, [_Https://e-journal.uajy.ac.id](https://e-journal.uajy.ac.id), Diakses 07 Juni 2022, 14.55

Tabel 4.2
Jadwal Kegiatan Dodol Kelapa Sawit

No	Pelaksanaan Kegiatan	Bulan Ke-1			Bulan Ke-2			Bulan Ke-3			Bulan Ke-4		
1.	Perencanaan	■	■	■									
2.	Survei Bahan Baku		■	■	■	■	■						
3	Seminar SPPIRT						■						
4.	Mengurus PIRT dan Penyuluhan							■	■	■	■		
5.	Publikasi dan Promosi							■	■	■	■	■	
6.	Produksi							■	■	■	■	■	
7.	Pemasar							■	■	■	■	■	

	an																		
8.	Evaluasi																		
9.	Pembuat an Laporan																		

Tabel di atas menjelaskan mengenai jadwal kegiatan Dodol Kelapa Sawit. Jadwal kegiatan tersebut terdiri dari jadwal pelaksanaan kegiatan berupa perencanaan, survai bahan baku, seminar SPPIRT, mengurus P-IRT dan penyuluhan, publikasi dan promosi, produksi, pemasaran, evaluasi, dan pembuatan laporan. Jadwal kegiatan tersebut berlangsung selama empat bulan.

Tabel 4.3
Rekap Pembelian Secara Online Dodol Kelapa Sawit
Bulan Desember-Maret

No	Bulan	Pembelian Online	Harga	Total
1	Desember	35	15.000	Rp. 525.000
2	Januari	28	15.000	Rp. 420.000
3	Februari	20	15.000	Rp. 300.000
4	Maret	75	15.000	Rp. 1.125.000
Jumlah		158		Rp. 2.370.000

Tabel 4.4
Rekap Pembelian Secara Offline Dodol Kelapa Sawit
Bulan Desember-Maret

No	Bulan	Penmbelian Offline	Harga	Total
1	Desember	15	Rp. 15.000	Rp. 225.000
2	Januari	22	Rp. 15.000	Rp. 330.000
3	Februari	25	Rp. 15.000	Rp. 375.000
4	Maret	45	Rp. 15.000	Rp. 675.000
Jumlah		103		Rp. 1.605.000

Dari tabel di atas dapat disimpulkan perbandingan minat konsumen dalam pembelian *online* dan *offline* Dodol Kelapa Sawit. Konsumen lebih memilih dalam membeli dodol kelapa sawit dengan mendia *online* seperti pemesanan *online* dengan menggunakan WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Dari data di atas dalam pembelian *online* selama empat bulan dari bulan Desember-Maret diperoleh data pembelian sebanyak 158 bungkus dalam pembelian *online*, sedangkan sebanyak 103 dalam pembelian *offline* (pembelian secara langsung).

BAB V
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI
KEBERLANJUTAN

A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program

Dalam menyelesaikan TA (Tugas Akhir), mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam boleh memilih bentuk tugas akhir apa yang ingin di ambil. Ada beberapa bentuk Tugas Akhir yang tersedia skripsi,buku,jurnal, PM (Pengabdian Masyarakat), dan PKM (Program Kreativitas Mahasiswa).

Disini kami memilih TA (Tugas Akhir) dibidang PKM (Program Kreativitas Mahasiwa), jadi kami dituntut untuk menghasilkan produk yang kreatif,inovatif,dan unik dengan memanfaatkan alam serta lingkungan sekitar.

Provinsi Bengkulu merupakan sebuah provinsi yang terletak di pulau sumatera dengan ibu kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu terdiri dari sembilan kabupaten dan satu kota Tais. Kabupaten Seluma memiliki 14 Kecamatan, 22 Kelurahan dan 180 Desa salah satunya yaitu Desa Purbosari. Masyarakat Desa Purbosari mayoritas penduduknya bersuku jawa yaitu penduduk transmigrasi. Di desa purbosari merupakan desa yang diapit oleh dua PT SIL dan PT Agri Andalas, yang mana merupakan perkebunan kelapa sawit. Tetapi bukan hanya

karena diapit dua PT, Desa Purbosari memang mayoritas penduduknya berkebun kelapa sawit.

Desa Purbosari merupakan desa yang berada di kawasa perkebunan kelapa sawit, tetapi tidak semua masyarakat berkebun kelapa sawit ada juga yang bertani seperti padi dan lainnya. jika harga kelapa sawit sedang meningkat maka sangat menguntungkan bagi para pemilik kebun. Tetapi jika harga kelapa sawit sedang mengalami penurunan maka akan mengurangi keuntungan. Saat kelapa sawit mengalami penurunan banyak sekali brondolan yang mubazir kebuang. sehingga kami berinisiatif untuk meningkatkan mutu buah kelapa sawit menjadi lebih unggul yaitu dengan mengolah berondolan tersebut menjadi sebuah produk dodol kelapa sawit. Tujuan Allah SWT menciptakan alam untuk memberikan manfaat dan juga hikmah dalam kehidupan manusia. Baik dalam memberikan manusia untuk dapat memanfaatkan ladang dan juga untuk mendapatkan rizki. Berikut ini ayat al-qur'an yang membahas mengenai pemanfaatan sumber daya alam.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat yasin
ayat 33-36 yaitu :

وَأَيَّةٌ لَهُمُ الْأَرْضُ الْمَيْتَةُ أَحْيَيْنَاهَا وَأَخْرَجْنَا مِنْهَا حَبًّا فَمِنْهُ يَأْكُلُونَ (٣٣) وَجَعَلْنَا فِيهَا
جَنَاتٍ مِنْ نَخِيلٍ وَأَعْنَابٍ وَفَجَّرْنَا فِيهَا مِنَ الْعُيُونِ (٣٤) لِيَأْكُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ وَمَا عَمِلَتْهُ
أَيْدِيهِمْ أَفَلَا يَشْكُرُونَ (٣٥)

سُبْحَانَ الَّذِي خَلَقَ الْأَزْوَاجَ كُلَّهَا مِمَّا تُنْبِتُ الْأَرْضُ وَمِنْ أَنْفُسِهِمْ وَمِمَّا لَا يَعْلَمُونَ (36)

Artinya :

Dan suatu tanda (kekuasaan Allah yang besar) bagi mereka adalah bumi yang mati. Kami hidupkan bumi itu dan Kami keluarkan darinya biji-bijian, maka darinya mereka makan. Dan Kami jadikan padanya kebun-kebun kurma dan anggur dan Kami pancarkan padanya beberapa mata air, supaya mereka dapat makan dari buahnya, dan dari apa yang diusahakan oleh tangan mereka. Maka mengapakah mereka tidak bersyukur? Mahasuci Tuhan yang telah menciptakan pasangan-pasangan semuanya, baik dari apa yang ditumbuhkan oleh bumi dan dari diri mereka maupun dari apa yang tidak mereka ketahui.

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT telah menjelaskan tanda kekuasaannya. Berawal dari bumi yang mati yang mengandung arti tidak bisa bercocok tanam kemudian menjadi bumi yang berpotensi menghidupkan manusia yang ada didalamnya. Semua makhluk hidup dimuka bumi hidup saling bergantung antara satu dengan lainnya.¹ Tanaman, manusia, hewan, dan kekayaan alam untuk bertahan hidup dimuka bumi. Jadi hubungan kita dengan alam bersifat saling menguntungkan

¹ Iqbal, Pengelolaan Dan Pemanfaatan Sumber Daya Alam Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Al-Hisab Jurnal Ekonomi Syariah, 2020, Vol. 1, Hlm. 8-21

dikarenakan keseimbangan dan kecocokan yang harus dijaga supaya tidak terjadi kerusakan.

Produk yang kami ambil atau pilih adalah Dodol kelapa sawit, dimana Dodol kelapa sawit merupakan makanan yang masih sangat jarang orang dengar serta unik, dan juga memanfaatkan potensi daerah. Sehingga kami yakin untuk mengambil produk ini, dan alhamdulillah produk ini di ACC. Setelah produk ini di ACC dan SK keluar serta dibagi Pembimbing 1 dan Pembimbing 2, kami mengikuti Seminar Penyuluhan Keamanan Pangan pada tanggal 16 Desember 2021 dengan jumlah 65 peserta dengan narasumber dari Pihak Kedinasan dan Panitia.

Setelah melaksanakan seminar PKP (Penyuluhan Keamanan Pangan) kami melakukan bimbingan dengan Dosen Pembimbing kami kemudian ada beberapa revisi dalam laporan kami. Sambil memperbaiki laporan kami mengurus surat izin PIRT (Perizinan Industri Rumah Tangga), tidak itu juga kami melakukan produksi serta penjualan produk untuk melengkap laporan serta mengenalkan produk dodol kelapa sawit kepada masyarakat, promosi dan pemasaran. Setelah itu kami juga merenovasi tempat produksi dodol kelapa sawit.

Dari beberapa uraian diatas dapat disimpulkan hasil yang dicapai kami dalam menyelesaikan tugas akhir PKM ini yaitu:

3. Seminar PKP

Adapun kegiatan yang diadakan oleh dinas kesehatan dilakukan pada tanggal 16 Desember 2021 hotel Adeeva, Jl.Pariwisata Pantai Panjang, Nusa Indah, Ratu Agung, Bengkulu. Yang mana di kegiatan ini diikuti oleh Depa Meizia sebagai peserta penulhan keamanan pangan dengan narasumber dari kepala dinas kesehatan yaitu bapak Dr. Hairul Arifin, dari kepala bidang pelayanan SKD dinas kesehatan yaitu ibu dr. Dessy Noer Madanningsih, ibu Elensa, S.Km dan ibu Genevi S, Kep.

Berikut ini hasil yang diperoleh dalam kegiatan seminar PKP:

- a. Peraturan Perundang- Undangan Tentang Pangan
- b. Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB) Untuk IRTP
- c. Keamana pangan dan sertifikat SPP-IRT
- d. Sertifikat seminar PKP
- e. Menghasilkan Produk
- f. Produk yang kami hasilkan adalah dodol kelapa sawit
- g. Mengurus NPWP
- h. Nomor PIRT
- i. Nomor PIRT = P-IRT No.2051705010001-27
- j. Penyelesaian Laporan PKM
- k. Penyelesaian laporan PKM yaitu:
 - 1). Laporan individu
 - 2). Laporan kelompok

l. Pengalaman

Pengalaman yang kami dapat sangat banyak sekali, dari awal dalam pengajuan judul sampai kepada tahap ini, baik suka maupun duka. Yang mana hal tersebut menambah pengalaman serta motivasi kami dalam menyelesaikan tugas akhir agar dapat menyelesaikan studi (wisuda) dan mendapatkangelar SE (Sarjana Ekonomi)

m. Ilmu Baru

Banyak sekali ilmu-ilmu baru yang kami dapat selama menyelesaikan tugas akhir baik ilmu dalam mengurus PIRT, mengurus NPWP, mengurus seminar PKP dan ilmu dalam menyelesaikan laporan tugas akhir.

n. Penerapan

Semoga setelah kami menyelesaikan tugas akhir ini dan mendapatkan gelar sajana ekonomi (SE) dapat kami terapkan dalam lingkungan kami bekerja serta menjadi ilmu dalam berwirausaha.

o. Promosi Produk dan lainnya.

Kami dapat mengolah produk kami dengan benar dan juga kami dapat melakukan strategi pemasaran/promosi dengan benar. Baik dalam promosi lewat *online* maupun *offline*.

Dodol kelapa sawit memiliki keunikan tersendiri dari dodol yang lain yaitu, ada penambahan pati buah kelapa sawit, kemudian keunikan lainnya adalah rasa dari dodol yang mana ada rasa kacang. Dodol rasa kacang jarang kita jumpai di pasaran, dan kemudian harga Dodol kelapa sawit terjangkau tidak menguras kantong. Sedangkan Dodol lain harganya lumayan mahal seperti ditempat survei kami toko makanan khas Bengkulu, dimana harganya cukup mahal dari harga Rp.20.000 dengan isi hanya simbilan biji Godol Garut, harga Rp. 35.000 dodol ketan dengan berat 1/4kg. Sehingga dapat kami simpulkan bahwa dodol kelapa sawit kami mampu bersaing dengan Dodol lainnya.

B. Proses Keberlanjutan Program

Dodol merupakan makanan tradisional yang sangat populer di Indonesia, yang berasal dari Jawa. Orang Jawa sering menyebutnya Jenang atau Dodol, Dodol memiliki cita rasa yang manis, legit dan juga nikmat. ²Pembuatan Dodol kelapa sawit hampir sama dengan pembuatan Jenang atau Dodol lainnya, hanya saja dalam Dodol kelapa sawit ditambahkan sari pati buah kelapa sawit atau sering disebutnya daging buah sawit. Dodol kelapa sawit ini memiliki dua varian rasa, yaitu rasa original dan rasa kacang. Harapan kami kedepannya dapat melanjutkan Dodol kelapa sawit ini menjadi

² Mia Auliya Fatma, *Eksperimen Pembuatan Dodol Labu Kuning*, UNS, Semarang, 2015, Hlm. 14-15

bisnis tetap kami bukan hanya untuk tugas akhir saja. Dengan mengikuti kegiatan seminar Penyuluhan Keamanan Pangan dan mengurus izin PIRT dapat menambah pengetahuan serta ilmu baru yang sangat bermanfaat bagi kemajuan produk Dodol kelapa sawit kami, kegunaan surat Izin PIRT tersebut sangat penting keamanan, kehygienisan, dan aman dimakan masyarakat. Semoga kedepannya Dodol kelapa sawit dapat dipasarkan secara luas, dan juga dikenal banyak masyarakat.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perbedaan Pembelian *Online* Dan *Offline*

Pembelian merupakan mengadakan barang maupun jasa untuk keperluan konsumsi. Menurut Mulyadi pembelian adalah serangkaian tindakan dalam mendapatkan barang atau jasa dengan pertukaran, untuk di gunakan sendiri atau di jual kembali. Pembelian secara offline adalah pembelian yang dilakukan secara langsung, sedangkan pembelian secara online dilakukan dengan perantara media sosial atau elektronik.

2. Tingkat Peminat

Pada pembelian online dan offline di dapat tabel pembelian yang terdapat di bab tiga menjelaskan mengenai rekap pembelian Dodol Kelapa Sawit dari bulan Desember sampai Maret, dengan pembelian secara *online* dan *offline* berjumlah 240 bungkus Dodol Kelapa Sawit dengan pembelian paling banyak di bulan Maret dan paling sedikit di bulan Februari.

B. Evaluasi

Selama melaksanakan kegiatan Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa (PKM). Usaha Dodol Kelapa Sawit memiliki beberapa faktor pendukung yaitu mudahnya mencari bahan-bahan pembuatan Dodol karena melimpahnya potensi pertanian di daerah

Purbosari, dan modal yang digunakan dalam usaha Dodol Kelapa Sawit tergolong fleksibel karena tidak memakan banyak biaya. Selain memiliki faktor pendukung, dalam usaha Dodol Kelapa Sawit juga memiliki beberapa kendala dalam pelaksanaannya. Di antaranya, yaitu:

1. Lamanya dalam proses mendaftarkan surat izin Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) karena terjadi gangguan dalam sistem OSS (*Online Single Submission*).
2. Banyaknya minyak yang terkandung dalam Dodol Kelapa Sawit, sehingga saat konsumen membuka kemasan dan ingin memakannya banyak minyak yang menempel di tangan.

Berikut ini cara mengatasi beberapa kendala di atas adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pendaftaran dengan datang langsung ke kantor Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP), karena di sana kita akan di pandu secara langsung oleh pegawai di kantor itu dalam mendaftarkan surat izin Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT).
2. Dalam mengatasi banyaknya minyak yang terkandung dalam Dodol Kelapa Sawit, harus dilakukan penyaringan minyak.

C. Saran

Kritik dan saran pembaca sangat penulis butuhkan untuk menyempurnakan laporan tugas akhir kewirausahaan Fakultas ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Bengkulu. Penulis berterima kasih banyak kepada pembaca atas segala kritik dan saran. Dengan begitu penulis dapat memperbaiki laporan tugas akhir ini. Semoga bermanfaat untuk masyarakat semua.

DAFTAR PUSTAKA

Yanto, R., & Apriadi, D. (2019). "*Penerapan Metode Wighted Product Untuk Seleksi Kelayakan Proposal Program Kreativitas Mahasiswa*". Jurnal Telematika, Vol.1, Hlm. 46-58.

Pedoman Tugas Akhir FEBI tahun 2020

HB, M. P. (2012). *Pengembangan Bahan Ajar Science interpreneurship Berbasis Hasil Penelitian Untuk Mendukung Program Kreativitas Mahasiswa*. Penelitian Pendidikan, Vol.09, No.02, Hlm. 101-108

Atmoko, H. T, (2018) "*Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta*". Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation, Vol. 1, No. 02 , Hlm. 83-96

Nuraini, D., & Evianah, (2019), "Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline", Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi, Vol. 15, No.2, Hlm. 231-239.

Lubis Arlina Nurbaity, (2004), "Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis", Hlm. 2-8

- Hesty N, Iqbal F & AF, (2018), "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis ", Jurnal Ecodemica, Vol. 2, No.1, Hlm.136-146.
- Putri Rizky, L, (2019), "Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", UIN Raden Intan, Lampung, Hlm. 1-108
- Fatimah F. N, (2020), "Teknik Analisis Swot Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif Dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan Dan Ancaman", Hlm. 16-61.
- Iqbal,(2020), "Pengelolaan Dan Pemanfaatan Sumber Daya Alam Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Al- Hisab Jurnal Ekonomi Syariah, Vol.01, Hlm.8-21.
- Satim Hamid, (2016), " Analisis Program Pemasaran Produk UMKM Dodol Garut, Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif, Vol. 2, No. 1, Hlm. 96
- Anwar Chairul, Sari Yunita, Barusman Tina M, (2012), "Analisis Penggunaan Anggaran Biaya Administrasi Umum Dan Efisien Terhadap Peningkatan Kinerja SuperVisor", Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, Vol. 3, No. 1, Hlm. 2-4
- An- Nas, Muslim, (2021), ""Penjualan", UIN Suska, Riau, Hlm.1-4
- Mahmudah Ayuk, (2021), "Manajemen Pemasaran", Universitas Islam Negeri Walisonggo, Semarang, Hlm. 1-2

Mia Auliya Fatma, (2015), " Eksperimen Pembuatan Dodol Labu Kuning", UNS, Semarang, Hlm. 14-15

Izin Produk Industri Rumah Tangga (P-IRT), UMKM Indonesia, <https://www.UKM Indonesia. id>, Diakses 04 Juni 2022, 16.02

Pengertian, Jenis, Dan Manfaat Investasi, <https://Universalbpr.co.id>, Diakses 04 Juni 2022, 16.57

Pengertian, Fungsi, Dan Cara Menghitung Modal Kerja, <https://Pintek.id>, Diakses 04 Juni 2022, 17.26

Mengenal Titik Impas Dan Cara Menghitungnya, <https://www. Online. Pajak, com>, Diakses 14 Januari 2022, 13.57

Mengetahui Pengertian, Perbedaan Alat Dan Bahan, <https://www. Kkbi. divedigital.id>, Diakses 06 Juni 2022, 14.51

Devinisi Penjadwalan Jadwal, <https://e-journal.uajy.ac.id>, Diakses 07 Juni 2022,14.55

Lidikti Wilayah VI," *Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) 5 Bidang*", Program Kreativitas Mahasiswa (PKM), kemdikbud.go.id),_Diakses 03 Desember 2021, 12.30

**L
A
M
P
I
R
A
N**

LAMPIRAN BIODATA

1. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Puput Tri Wahyuni
2	NIM	1811130079
3	Jenis Kelamin	Perempuan
4	Program Studi	Ekonomi Syariah
5	Tempat & Tanggal lahir	Lunjuk, 14 Agustus 1999
6	Alamat Email	triwahyunipuput@gmail.com
7	No. Telpon/ Hp	082280292172
8	Motto	Jangan berfikir untuk menyerah. Selama keinginan itu ada, Allah pasti akan menunjukkan jalan.

2. Riwayat pendidikan formal dan non formal

No	Pendidikan	Asal sekolah	Tahun Tamat
1	SD	SDN 158 Seluma	2012
2	SMP	SMPN 17 Seluma	2014
3	SMK	SMKN 1 Seluma	2018

3. Pengalaman organisasi yang pernah di ikuti

No	Nama organisasi	Status dalam organisasi	Waktu dan tempat
1	Pramuka	Anggota	SMKN 1 Seluma

4. Pelatihan / workshop / penghargaan yang pernah diterima

No	Jenis	Pihak Pelaksana	Tahun

PELATIHAN KEAMANAN DAN KESEHATAN MAKANAN BAGI PEMILIK IRTP DALAM RANGKA SPPIRT SWADAYA





PEMERINTAH KOTA BENGKULU

DINAS KESEHATAN

Jl. Basuki Rahmat No.8 Bengkulu Kode Pos 34223

Telp. (0736) 21702



Sertifikat

PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN

NOMOR : 1527/1771/21

Diberikan kepada :

Nama : **Linda Ermalasari**
Jabatan : **Pemilik**
Alamat : **Purbosari Rt/Rw 005/002 Kec. Seluma Barat**

Yang telah mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan (PKP) dalam rangka Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) berdasarkan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2018 tanggal 13 Agustus 2018 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga yang diselenggarakan di :

Kota : **Bengkulu**
Propinsi : **Bengkulu**
Pada Tanggal: **16 Desember 2021**



Bengkulu, 16 Desember 2021
KEPALA DINAS KESEHATAN
KOTA BENGKULU

Dr. Hairul Arifin
Pembina/ IV.A
NIP 19700907 200212 1 006



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2501220030357

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

- | | |
|--|---|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : LINDA ERMALASARI |
| 2. Alamat | : DESA PURBOSARI, Desa/Kelurahan Purbosari, Kec. Seluma Barat, Kab. Seluma, Provinsi Bengkulu |
| 3. Nomor Telepon Seluler | : +62082179071287 |
| Email | : lindaermalasari942@gmail.com |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai Angka Pengenal Impor (API-IP), hak akses kepabeanan, serta pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan.

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

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 25 Januari 2022

Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 25 Januari 2022

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSE-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2501220030357

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Klasifikasi Risiko	Perizinan Berusaha	
					Jenis	Legalitas
1	10796	Industri Dodol	desa purbosari , Desa/Kelurahan Purbosari, Kec. Seluma Barat, Kab. Seluma, Provinsi Bengkulu Kode Pos: 38883	Rendah	NIB	Untuk persiapan, operasional, dan/atau komersial kegiatan usaha

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
3. Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BS/E-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Belai
Sertifikasi
Elektronik



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA UNTUK MENUNJANG KEGIATAN USAHA
SERTIFIKAT PEMENUHAN KOMITMEN PRODUKSI PANGAN OLAHAN
INDUSTRI RUMAH TANGGA (SPP-IRT)

LAMPIRAN PB-UMKU: 250122003035700000001

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1. No. Pendaftaran | : P-IRT 2051705010001-27 |
| 2. Nama IRTP | : LINDA ERMALASARI |
| 3. Nama Pemilik | : LINDA ERMALASARI |
| 4. Alamat | : desa purbosari |
| 5. Provinsi | : BENGKULU |
| 6. Kabup/ten/Kota | : KAB. SELUMA |
| 7. Jenis Pangan | : Tepung dan Hasil Olahannya |
| 8. Nama Produk Pangan | : Dodol/ jenang/ getamai |
| 9. Branding Produk | : Dodol Kelapa Sawit |
| 10. Komposisi | : Tepung Ketan, Tepung beras, pati buah kelapa sawit, garam, gula merah, gula pasir, vanili, minyak pisang, kacang tanah |
| 11. Kemasan Primer | : Plastik |
| 12. Masa Berlaku Sertifikat | : 25-01-2027 |
| 13. Komitmen | : |
| a. | Mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan. |
| b. | Memenuhi persyaratan Cara Produksi Pangan yang Baik untuk Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT) atau higiene sanitasi dan dokumentasi. |
| c. | Memenuhi ketentuan label dan iklan pangan olahan. |
- Akan dipenuhi dalam waktu 3 bulan

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi ketidaklengkapan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
 Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

FORM 2 PENGAJUAN JUDUL TUGAS AKHIR
 JURNAL ILMIAH, BUKU, PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT,
 PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

I. Identitas Mahasiswa
 Nama : Linda Ermalasari
 NIM : 181130072
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Anggota : 1. Puput F. Mahyuni (NIM: 181130079)

II. Pilihan Tugas Akhir:
 Jurnal Ilmiah
 Buku
 Pengabdian Kepada Masyarakat
 Program Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirausahaan)

Judul Tugas Akhir:
 "Pengelolaan Pati Buah Kelapa Sawit Menjadi Makanan Tradisional
 Studi di Desa Purbosari, Kec. Seluma Barat, Kab. Seluma"

III. Proses Validasi:
 A. Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir
 Catatan:

Bengkulu, 24 November 2021

Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Desi Snaini
 Dr. Desi Snaini, M.A

NIDN. 197412022006042001

B. Ketua Jurusan
 Judul yang disetujui:

Penunjukkan Dosen Pembimbing:

Mengesahkan
 Ketua Ekis/Manajemen
Desi Snaini
 Dr. Desi Snaini, M.A
 NIDN. 197412022006042001

Bengkulu, 24 November 2021
 Ketua Tim
 Mahasiswa
Linda Ermalasari
 Linda Ermalasari



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53679 Faksimili (0736) 51171-51172
Webalite: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 1692/In.11/ F.IV/PP.00.9/11/2021

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

1. N A M A : Dr. Desi Isnaini, MA
N I P. : 197412022006042001
TUGAS : Pembimbing I

2. N A M A : Yetti Afrida, M.Akt
N I D N. : 0214048401
TUGAS : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft program Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirausahaan), kegiatan ini dilakukan sampai persiapan ujian tugas akhir bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

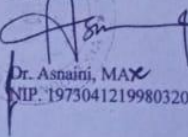
1. N a m a : Linda Ermalasari
Nim : 1811130072
Prodi : Ekonomi Syariah
2. N a m a : Puput Tri Wahyuni
Nim : 1811130079
Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Tugas Akhir : PENGELOLAAN PATI BUAH KELAPA SAWIT MENJADI MAKANAN TRADISIONAL STUDI DI DESA PURBOSARI, KECAMATAN SELUMA BARAT KABUPATEN SELUMA.

Keterangan : Program Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirausahaan).

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

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 29 November 2021
Plt. Dekan,


Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

Tembusan :

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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK
INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171




LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Puput Tri Wahyuni (1811130079) Program Studi : Ekonomi Syariah

Pembimbing 1 : Dr. Desi Isnaini, M.A

Judul Skripsi : "ANALISIS PERBANDINGAN MINAT KONSUMEN
DALAM PENJUALAN ONLINE DAN OFLINE DODOL KELAPA
SAWIT MAKANAN TRADISIONAL STUDI DESA PURBOSARI
KEC. SELUMA BARAT KAB. SELUMA"

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	paraf
1.			Perbaiki susunan laporan sesuai dengan laporan kelompok, Perbaiki footnote.	
2.			Perbaiki penulisan kata asing di miri-nykan, penulisan kata di atas di pisah/spasi jangan di gabung, tambahkan penekanan di bawah tabel	
3.			Perbaiki footnote / Bab, Perbaiki penulisan kata asing di miri-nykan. Dan kesimpulan sesuai rumus saat ini saja	

4.		Lampirkan Koreksi Ibu yang dulu per halaman.	
5.		Perbaiki Penulisan Huruf Kapital	
6.		ACC	

Bengkulu, 28 April 2022

Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. Desi Isnaini, M.A

NIDN.197412022006042000



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) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171



LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Puput Tri Wahyuni (1811130079) Program Studi : Ekonomi Syariah

Pembimbing II : Yetti Afrida Indra, M.Ak


Judul Skripsi : "ANALISIS PERBANDINGAN MINAT KONSUMEN DALAM PENJUALAN ONLINE DAN OFLINE DODOL KELAPA SAWIT MAKANAN TRADISIONAL STUDI DESA PURBOSARI KEC. SELUMA BARAT KAB. SELUMA"

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	paraf
1.	Rabu 22 Desember 2021	BAB 1-3	Lengkapi Laporan Dari Bab 1-6 Sesuai Pedoman Tugas Akhir	
2.	Senin 3 Januari 2022	BAB 1-6	Baca Kembali Pedoman Laporan PKM, tambahkan foto-foto waktu produksi, pemasaran dan tambahkan analisis masing-masing	
3.	Selasa 18 Januari 2022	BAB 1-6	Lihat kembali Pedoman mengenai penulisan Laporan Tugas Akhir Dan Gunakan Kata-kata Yang Lebih Ilmiah	
4.	Senin 21 Februari	BAB 1-6	Perbaiki lagi Bab 2, Bab 3, dan Bab 5. Tambahkan foto-foto dan lebih	

			bercerita lagi mengenai produk.	
5.	Kamis 10 Maret 2022	BAB 1-6	Rapikan lagi laporan, dan jangan menggunakan simbol-simbol. ACC Laporan kelompok, tetapi disempurnakan lagi laporannya.	
6.	Rabu 27 April 2022	BAB 1-6	ACC Laporan Individu dan Kelompok, lanjut ke pembimbing 1.	

Bengkulu, 28 April 2022

Mengetahui,
Pembimbing II


Yeti Atrida Indra M.Ak
NIDN: 0214048401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0736) 51171-51172-53879 Fax. (0736) 51172-51171-51172

DAFTAR PENILAIAN TUGAS AKHIR PKM

Nama : Puput Tri Wahyuni
NIM : 1811130079
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
Judul PKM : Analisis Perbandingan Minat Konsumen Dalam Penjualan Online Dan Offline
Dodol Kelapa Sawit Makanan Tradisional Studi Desa Purbosari Kec. Seluma
Barat, Kab. Seluma

No	Kreteria	Bobot	Skor	Nilai (Bobot x Nilai)
1.	Kreativitas: a. Gagasan b. Rumusan Masalah c. Ketetapan Usaha/ Program	30		25
2.	Metode Pelaksanaan: a. Kesesuaian Metode b. Kerjasama	20		15
3.	Manfaat Bagi Masyarakat: a. Kontribusi Untuk Masyarakat b. Potensi Keberlanjutan (Sustainability)	20		15
4.	Penjadwalan Kegiatan Lengkap, Jelas dan Waktunya Sesuai	5		5

5.	Penyusunan Anggaran Biaya Lengkap, Rinci, Wajar, Dan Jelas Peruntutannya	5		
6.	Laporan Kegiatan a. Kelengkapan b. Bahasa c. Sistematika penulisan	20		20
	Total	100		85

Bengkulu, 13 Juli 2022
Pembimbing I

Dr. Desi Isnaini, M.A
NIDN. 197412022006042000

5.	Penyusunan Anggaran Biaya Lengkap, Rinci, Wajar, Dan Jelas Peruntukannya	5	85	
6.	Laporan Kegiatan a. Kelengkapan b. Bahasa c. Sistematika penulisan	20	85	
Total		100		85

Bengkulu, 13 Juli 2022
Pembimbing II



Yetti Afrida Indra, M. Ak
NIDN. 0214048401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0736) 51171-51172-53879 Fax. (0736) 51172-51171-51172

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

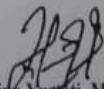
No : 01.../SKLP-FEBI/01/4/2022

Satgas Plagiasi Program Studi Ekonomi Syariah Menerangkan bahwa :

Nama : Puput Tri Wahyuni
NIM : 1811130079
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jenis Tugas Akhir : PKM
Judul Tugas Akhir : Analisis Perbandingan Minat Konsumen Dalam Penjualan Online
Dan Offline Dodol Kelapa Sawit Makanan Tradisional Studi Desa
Purbosari Kec. Seluma Barat Kab. Seluma
Similarity Index : 74 %
Status : Lulus

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

Satgas Plagiasi Program Studi Ekonomi Syariah


Herlita Yusrati, MA., Ek
NIP. 198505222019320004

LABEL DODOL KERLAPA SAWIT

DODOL KELAPA SAWIT

Lezat, Nikmat & Mantap



RASA
ORIGINAL

MAKANAN TRADISIONAL

DESA PURBOSARI
KEC. SELUMA BARAT KAB. SELUMA
WA: 082280292172/082179071287

Komposisi :
Tepung ketan, tepung beras, pati buah kelapa sawit,
garam, gula merah, gula pasir, vanili, minyak pisang.

Kode Produksi. I.II.MMXXII.LP
P-IRT No. 2051705010001-27

Netto: 200g

DODOL KELAPA SAWIT

Lezat, Nikmat & Mantap



RASA
KACANG

MAKANAN TRADISIONAL

DESA PURBOSARI
KEC. SELUMA BARAT KAB. SELUMA
WA: 082280292172/082179071287

Komposisi :
Tepung ketan, tepung beras, pati buah kelapa sawit,
garam, gula merah, gula pasir, vanili, minyak
pisang, Kacang tanah

Kode Produksi. I.II.MMXXII.LP
P-IRT No. 2051705010001-27

Netto: 200g

PROSES PENGAMBILAN BUAH KELAPA SAWIT

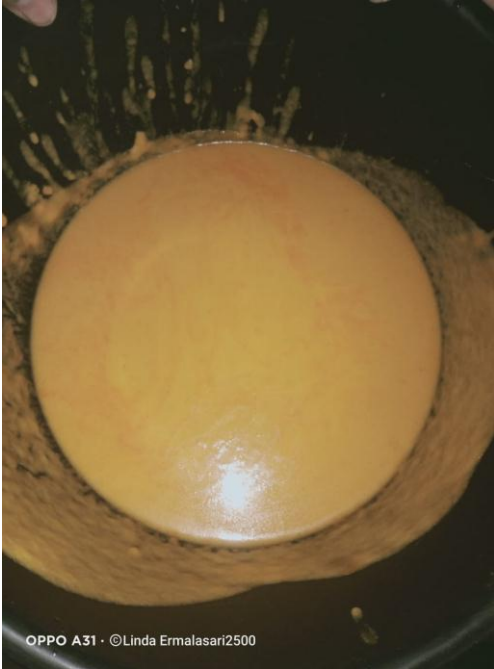


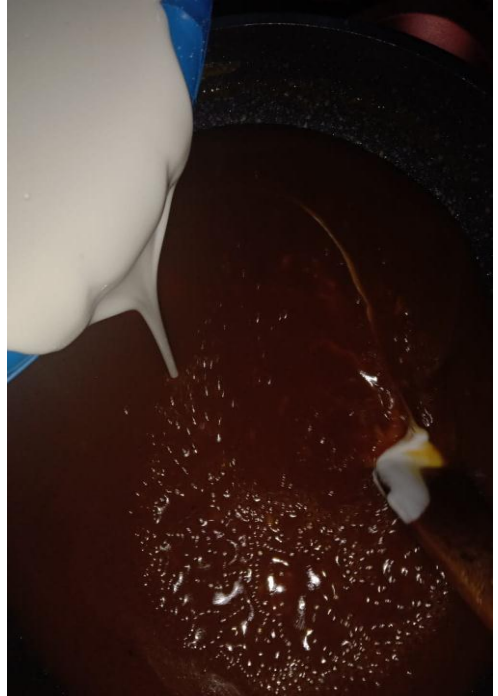
BELANJA BAHAN PEMBUATAN DODOL KELAPA SAWIT



FOTO PEMBUATAN DODOL KELAPA SAWIT









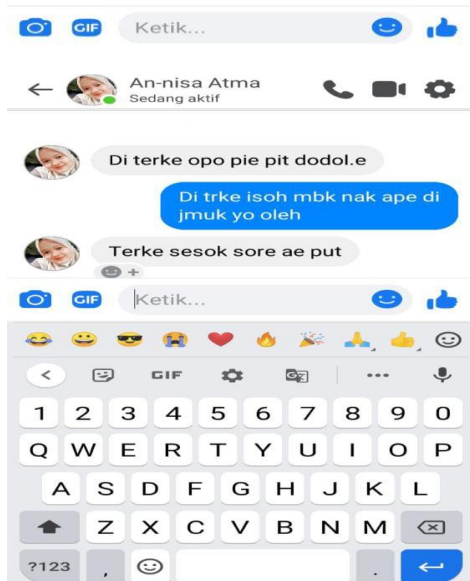
PROSES PENGEMASAN DODOL KELAPA SAWIT



**FOTO DOKUMENTASI SAMA KONSUMEN SECARA
OFFLINE**



FOTO DOKUMENTASI KONSUMEN SECARA ONLINE





Marlisa

Ngarah ke Padang rambun gak dek
[Linda Ermalasary Puput Tri Wahyuni](#) mbak mau 2 mika klo kesini. Rasa nya campur ya. Tau rumah mbak kan? Linda kek nya tau.

Suka Balas



Linda Ermalasary

[Lisha Cika](#) hari ini blm mbk,hari ini libur MBK dodolnya habis.



Dwi Daryani

Mantap....
Yok pada di order semuanya...
produk karya anak muda...
aq dah buktikan lo...
dah order 2 kali
kalau rasa jangan di ragukan
mantap banget...

Suka Balas



Dwi Daryani

pak [Edy Gobick...](#)
Pak [Udin Dedi Udin...](#)
Nih kami punya produk unggulan baru, pemanfaatan bahan lokal...
mohon Bimbingannya... 🙏🙏

Suka Balas



Annisa Atma

Aq mau put 1 mika . Nyoba dulu 😊

Suka Balas



Puput Tri Wahyuni

Ok mbak, mau yg rasa apa mbak?

Suka Balas



Annisa Atma Puput Tri Wahyu...



Ika

Enak

Suka Balas



Puput Tri Wahyuni Hehee ma...



Ika Puput Tri Wahyuni sma" 😊



Nanda Chan

Semangat

Suka Balas



Puput Tri Wahyuni Siap nnda, ...



Bang Ujib

Uwawww dodol kelapa sawit..
fighting mbak e 🙌

Suka Balas



Linda Ermalasary Bang Ujib w...



Anna Suryani

ibuk pesen linda pnsaran nih dg rasanya..2 bgks dulu yaa say..

Suka Balas



Linda Ermalasary Anna Surya...



Anna Suryani Linda Ermalas...



Linda Ermalasary Anna Surya...