

**PEMASARAN DODOL KALAMANSI
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
(PKM) STUDI KASUS DI DAERAH BUMI AYU
UJUNG KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

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

Oleh :

SITI NURJANAH
NIM. 1711140075

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
BENGKULU, 2021 M/ 1442 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh "**Pemasaran Dodol Kalamansi Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) Studi Kasus di Bumi Ayu Ujung Kota Bengkulu**", oleh Siti Nurjanah NIM. 1711140075. Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

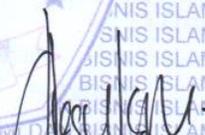
Bengkulu, 16 Februari 2021 M

03 Jumadil Akhir 1442 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Fatimah Yunus, M.A.


Dr. Desi Isnaini, M.A.

NIP. 19630319200032003

NIP. 197412022006042001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan raden patah pagar dewa bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51171, 51176 fax: (0736) 51171

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pemasaran Dodol Kalamansi Kreatifitas Mahasiswa (PKM) Studi Kasus di Daerah Bumi Ayu Ujung Kota Bengkulu”**, oleh Siti Nurjanah NIM. 1711140075, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : **Senin**
Tanggal : **12 juli 2021 M/ 02 Zulhijah 1442 H**

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

Bengkulu, 04 Agustus 2021 M
25 Dzulhijah 1442 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Dr. Asnaini, M.A
NIP. 197304121998032003

Pengujian I

Dr. Asnaini, M.A
NIP. 197304121998032003

Sekretaris

Yenti Sumarni, M.M
NIP. 197904162007012020

Pengujian II

Amimah Oktarani, M.E
NIP. 199210212018012001

Mengetahui,
Dekan



Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

MOTTO

**Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik
untuk dirimu sendiri**

QS. Al-Isra':7

**Berbuat baiklah, dan kebaikan akan kembali kepada diri
sendiri atau orang yang kita sayangi**

“Siti Nurjanah”

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan dan terimakasih saya ucapkan kepada:

1. Rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat baik nikmat sehat, kekuatan, iman, kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Sholawat serta salam Kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, serta sahabat
3. Orang tua Ibu Tuti yang selalau memberi dukungan dan doa disetiap sholatnya yang tiada henti, tanpa diminta, tanpa meminta, semoga Allah SWT selalu memberi kesehatan selalu untukmu. Bapak Sujana (alm) yang sosok bapak selalu saya rindukan, selalu kudoakan dalam shalatku.
4. Kakak, adik, Aprian Kemedo, Atin Nurbaya, Aa Arif, Siti Khadijah, Nasiroh, yang aku sayang, yang selalu memberi dukungan semangat yang luar biasa. Semoga kita semua mampu mengejar cita-cita dan membahagiakan orang tua.
5. Sahabat karib Ade Irma Febriyani yang selalu ada dalam perjalanan perkuliahan yang selalu memberi dukungan dan semangat, semakan seminum yang setiap hari selalu ada dalam suka maupun duka. Semoga selalu dalam lindungan Allah dan terus terjalin dalam pesaudaraan.

6. Yaumus Siyami sahabat karib, yang humoris dalam segala hal, terimakasih telah kebersamai dalam hal apapun. Semoga kita selalu saling berkomunikasi walau nanti akan berpisah. Terimakasih Amifah.
7. Siti Khusnul Khatimah, Winarni, sahabat yang sangat baik, yang selalu saling membantu, saling mengingatkan dalam hal kebaikan.
8. Sahabat Dewi Ardia Nengsi yang selalu bersama saat proses perkuliahan, selalu bersama satu pemikiran, semoga selalu diberikan kemudahan dalam hal apapun.
9. Kepada teman-teman angkatan 2017 Ma'had Al-Jamiah IAIN Bengkulu.
10. Kepada ustadz Kurniawan, ustadz Iwan Ramadhan Sitorus, Umi Esti Kurniawati, yang telah menerima, membimbing, mengingatkan, mengajak kepada kebaikan terutama dalam menghafal Al-Qur'an. Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
11. Dra. Fatimah Yunus, MA, selaku pembimbing I, yang telah memberikan arahan serta motivasi dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
12. Desi Isnaini, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam dan selaku Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

13. Bapak ibu dosen IAIN Bengkulu.
14. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah
15. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.
16. Agama, Bangsa dan Almamater

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. PKM dengan judul “Pemasaran Dodol Kalamansi”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. PKM ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam PKM ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 16 Februari 2021 M

3 Jumadil Akhir 1442 H

Mahasiswa yang menyatakan



SITI NURJANAH
NIM.1711140075

ABSTRAK

Pemasaran Dodol Kalamansi Program Kreativitas Mahasiswa (PKM)
Studi di Daerah Bumi Ayu Ujung Kota Bengkulu
Oleh Siti Nurjanah NIM. 1711140075

Saat pandemi seperti saat ini, banyak sekali masyarakat yang tertarik ingin melakukan wirausaha. Salah satu pemicunya yaitu faktor ekonomi, dapat kita lihat dari tingginya angka pengangguran dan persaingan untuk mendapatkan pekerjaan. Dalam hal ini masyarakat mulai berfikir bahwa pentingnya mengetahui cara berwirausaha. Wirausaha menjadi salah satu pendorong untuk kegiatan ekonomi di negara. Karena dengan adanya wirausaha, angka untuk pengangguran akan menurun dan ekonomi dapat membaik. Jenis-jenis usaha juga berbeda-beda dimulai dari bisnis kecil dimana orang-orang memperkerjakan anggota keluarga untuk mendapatkan keuntungan yang dapat menghidupi keluarga hingga hingga menjadi perusahaan besar yang bertujuan untuk menarik investor untuk bisnis yang baru dan belum ada. Maka dari itu, disini penulis berusaha menciptakan usaha kecil menengah yaitu “Pemasaran Dodol Kalamansi” yang merupakan produk baru dari buah jeruk kalamansi. Usaha ini dirasa cukup kreatif untuk menembus pangsa pasar yang besar.

Kata Kunci: Pemasaran

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis kepada Allah SWT, atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir PKM yang berjudul **”Pemasaran Dodol Kalamansi Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) Studi Kasus di Daerah Bumi Ayu Ujung Kota Bengkulu”**. Shalawat dan salam 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 akhirat.

Penulisan laporan ini bertujuan untuk memnuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, memfasilitasi, memberi masukan, dan mendukung penulisan laporan ini sehingga selesai tepat pada waktunya. Semoga dibalas oleh Allah SWT dengan ganjaran yang berlimpah.

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

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA, selaku pembimbing I dan sekaligus Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam dan selaku, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan dengan penuh kesabaran dalam kegiatan bimbingan Tugas Akhir ini.
4. Dra. Fatimah Yunus, MA, selaku pembimbing I, yang telah memberikan arahan serta motivasi dalam penyelesaian Tugas Akhir.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
6. Orang tua ibu dan bapak yang selalu mendukung dalam segala hal.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.

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

Bengkulu, 3 Maret 2021 M

19 Rajab 1442 H

Penulis,

SITI NURJANAH
NIM. 1711140075

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	viii
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xivi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Program.....	3
D. Manfaat Program.....	4
E. Luaran Yang Diharapkan	5
BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	
A. Analisa Produk	6
B. Pangsa Pasar.....	6
C. Lokasi Usaha.....	6
D. Analisa Kelayakan Usaha/Program.....	7

E. Analisa Keuntungan	8
BAB III METODE PELAKSANAAN	
A. Alat dan Bahan.....	12
B. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Keuangan.....	12
C. Proses Promosi dan Pemasaran.....	13
D. Analisis Peluang Usaha.....	23
BAB IV ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	
A. Anggaran Biaya.....	25
B. Jadwal Kegiatan.....	28
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI	
KEBERLANJUTAN	
A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program.	30
B. Potensi Keberlanjutan Program.....	33
BAB VI PENUTUP	
A. Evaluasi	34
B. Kesimpulan	35
C. Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Investasi Peralatan	8
Tabel 2.2 Investasi Modal Kerja	9
Tabel 3.1 Alat	12
Table 3.2 laporan Penjualan Dodol Kalamansi	24
Tabel 4.1 Anggaran Biaya	25
Table 4.2 Jadwal Kegiatan	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Promosi Secara <i>face to face</i>	14
Gambar 3.2 Pemasaran ke-1	14
Gambar 3.3 Promosi Menggunakan Instagram	15
Gambar 3.4 Promosi Menggunakan WhatssAp	16
Gambar 3.5 Pemasaran ke-2	18
Gambar 3.6 Logo Produk	21
Gambar 3.7 Kemasan Produk	21
Gambar 3.8 Tempat/Lokasi	22

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, permintaan manusia terhadap bahan makanan juga semakin tinggi. Makanan yang dibutuhkan orang adalah penghilang rasa lapar, tetapi juga memiliki nilai kesehatan dan rasa yang enak. Dengan cara ini, peningkatan makanan diharapkan dapat meningkatkan kualitas yang sehat dalam melengkapi minat makanan saat ini. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki pekerjaan utama dalam pergantian peristiwa keuangan publik. Selain berperan dalam pengemangan dan bisnis moneter publik, UKM juga berperan dalam penyebarluasan hasil perbaikan dan merupakan pendorong utama di balik perkembangan pergerakan keuangan publik. Pertimbangan peningkatan kawasan Miniatur, Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan arti tersendiri bagi upaya mengurangi laju kebutuhan suatu negara.¹

Jeruk kalamansi ditemukan umumnya diisi di Republik Rakyat Cina, daerah Swatow. Orang Cina menerima bahwa kehadiran jeruk kalamansi membawa keberuntungan bagi sebuah rumah, sehingga mereka juga mengembangkannya di rumah. Jeruk

¹Zulkarnaen Oky Halim, *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan*, (Semarang : 2013) , h . 1

kalamansi umumnya dikembangkan di Bengkulu, dan dikirim dalam skala besar untuk dijual dalam bentuk produk yang disebut sirup kalamansi. Awal mula pengembangan jeruk kalamansi ditandai dengan pernyataan pembangunan “one town one item” oleh VP Boediono pada tahun 2009.² Maka dengan begitu banyaknya berkembang tanaman jeruk kalamansi yang ada Bengkulu dapat di manfaatkan sebagai suatu peluang usaha bagi masyarakat. Sebagai contoh minuman sirup kalamansi yang sudah banyak ditekuni oleh masyarakat UMKM. Dengan begitu pesatnya perkembangan jeruk kalamansi di daerah Bengkulu maka disini sangat sayang jika tidak dilakukan kerjasama antara pembudidaya jeruk kalamansi dengan pengusaha UKM. Selanjutnya, diperlukan kemajuan lain dari pembuatan jeruk kalamansi. Peningkatan hasil olahan jeruk kalamansi kami menjadikan dork jeruk kalamansi akan menjadi nilai tambah bagi nilai jual jeruk kalamansi mengingat fakta tersebut serta menarik perhatian pembeli.

Dodol adalah camilan manis dari Indonesia. Cara membuat dodol kelas atas membutuhkan waktu yang cukup lama dan membutuhkan kemampuan yang luar biasa. Bahan dasar pembuatan dodol adalah santan, tepung ketan, gula pasir, gula pasir berwarna, dan garam. Bahan tambahan dalam dodol menentukan rasanya.³ Dodol merupakan makanan konvensional yang sangat

² https://id.wikipedia.org/wiki/Jeruk_kalamansi IDiaksesIpadaItanggal12 IFebruariI2021IpadaIjamI09.25I

³ <https://id.wikipedia.org/wiki/Dodol>, IDiaksesIpadaItanggal11 Februari 2021 pada jam 09.00

terkenal di beberapa tempat di Indonesia. Dodol dicirikan menjadi dua, yaitu dodol yang dibuat dari hasil bumi yang diolah dari tepung terigu, antara lain tepung beras dan tepung ketan. Saat ini dodol lebih dikenal dengan nama daerah asal misalnya dodol garut, dodol keramat atau jenang berkah, gelamai sumatera dan kalimantan, produk organik numskull, contohnya dodol apel, dodol strawberry, dodol pepaya , dll. Dodol jeruk kalamansi dibuat dengan cara membuat jeruk kalamansi yang diperas dengan penambahan gula dan penambahan bahan tambahan yang berbeda, misalnya tepung ketan, tepung terigu dan kelapa giling. Pemuain tepung ketan pada dodol dapat memberikan sifat lekat dan fleksibel pada dodol. Ide tepung ketan yang norak adalah karena kandungan amilopektinnya yang tinggi.

Tujuan dari Program Kreativitas Mahasiswa yaitu untuk mengenalkan produk baru dari bahan utama sari jeruk kalamansi. Dapat diketahui oleh masyarakat program ini dapat dilakukan dan dapat menjadi sebuah peluang usaha UMKM, sehingga dapat mengurangi pengangguran.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara mempromosikan Dodol Kalamansi?

C. Tujuan Program

Tujuan dari kewirausahaan ini yaitu:

Menjadi sumber informasi dan wawasan kerja tentang cara pembuatan dodol sehingga cenderung dibuat dan sebagai bahan data tentang kerangka kerja modern untuk membuat barang. Sebagai pengaturan bagi siswa untuk membandingkan hipotesis yang dipelajari dan kebenaran/praktik di lapangan. Memberikan wawasan kepada siswa untuk merencanakan dimana, siswa memasuki lapangan atau daerah setempat dan dapat membuat posisi baru.. Kerjasama antara pembudidaya jeruk kalamansi dan pengusaha minuman atau makanan yang menggunakan bahan dari jeruk kalamansi. Sebagai salah satu syarat tugas akhir.

D. Manfaat Program

a. Bagi Fakultas

Dapat memberikan informasi terhadap mahasiswa yang dapat membuat produk dodol kalamansi dengan bahan utama dari buah jeruk kalamansi yang dapat memiliki nilai jual yang baik.

b. Bagi Masyarakat

- a. Adanya kolaborasi antara mahasiswa dan masyarakat yang dapat saling membantu dalam membuat produk, terutama masyarakat pembudidaya buah jeruk kalamansi.
- b. Saling bertukar informasi terkait diversifikasi agar dapat menambah inovasi baru pada produk.

c. Dapat mejalin hubungan yang dapat mengikat dalam usaha bisnis tertentu.

c. Bagi Penulis

a. Mendapatkan ilmu yang dimulai dari perencanaan, pembuatan produk hingga pemasaran yang dapat dijadikan pengalaman untuk kedepannya.

b. Mendapatkan ilmu dari cara pengajuan PIRT yang dapat dijadikan izin usaha yang nantinya akan menjadi kepercayaan masyarakat terhadap produk.

E. Luaran yang Diharapkan

Hasil biasa dari Program Inovasi Mahasiswa ini adalah untuk mengantarkan barang-barang Dodol Kalamansi, sumber makanan yang enak bahan-bahannya berasalah dari sari jeruk kalamansi yang menojolkan khas rasa kalamansi. Dengan tambahan gula merah, gula pasir, rosse brand, yanga akan menghasilkan manis dan dapat di gemari masyarakat. Dari usaha produk Dodol Kalamansi ini yaitu dapat menambah lagi inovasi rasa terbaru serta bentuk dari kemasan yang lebih menarik dan praktis yang dapat dikonsumsi oleh konsumen.

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

A. Analisa Produk

Dodol Kalamansi merupakan suatu produk baru yang terbuat dari bahan-bahan yang terdapat dalam produk ini meliputi sari jeruk kalamansi, gula pasir, santan dan tepung rossebran ketan dimana gula sendiri merupakan bahan utama yang dapat membuat produk ini menjadi tahan lama. Maka dari itu produk baru ini diproduksi agar penikmat dapat merasakan cemilan terbaru yang terdapat rasa segar.

B. Pangsa Pasar

Dodol kalamansi meski rasanya enak, disukai banyak orang, juga sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh kita. Oleh karena itu, target pasar kami adalah semua kalangan baik usia tua maupun muda, pelajar, karyawan, mahasiswa, dan lain sebagainya. Untuk merealisasikannya, maka kami menentukan lokasi ornet kami nantinya haruslah berdekatan dengan tempat keramaian yang sering dilalui atau menjadi akses bagi banyak orang.

C. kasi Usaha/Program

Berkembangan atau tidaknya suatu usaha nantinya, dalam menentukan lokasi usaha, terdapat beberapa hal yang telah dipertimbangkan dalam menentukan lokasi yaitu perumahan yang

padat. Selain itu lokasi ini pada dua atau tiga tahun mendatang akan semakin ramai dan maju, karena adanya pembangunan sekolah dan pondok pesantren. Untuk saat ini proses pemasaran dilakukan dengan menggunakan strategi promosi online karena melihat kondisi covid-19 yang semakin tinggi. Adapun suatu tantangan bagi lokasi ini yaitu lokasi lumayan jauh dari lokasi pasar yang biasanya dikunjungi masyarakat, maka hal ini akan menjadi tantangan yang luar biasa. Lokasi tempat usaha produk ini yaitu berada di daerah Perumahan Sentral Asia Jl. Mahoni RT 20 RW 04 Bumi Ayu Ujung Kec, Selebar Kota Bengkulu.

D. Analisa Kelayakan Usaha/Program

Berdasarkan analisis pasar, usaha produk dodol kalamansi ini mempunyai peluang yang tinggi dibanding produk lain. Dodol kalamansi ini merupakan pilihan usaha yang berbahan campuran dari jeruk kalamansi, rasanya yang manis dan ada rasa asam dari jeruk kalamansi sehingga banyak orang yang tergiur menekuni usaha tersebut. Usaha ini juga termasuk investasi dimasa mendatang karena bisa menjadi potensi penghasilan jangka panjang. Apabila usaha ini mengalami kerugian dimasa mendatang dalam hal pendapatan atau income perbulannya, karena kadang akan mendapatkan untung atau income yang besar namun tak jarang mendapatkan hasil yang sedikit bahkan bisa juga justru rugi. Menjalankan bisnis kita harus siap rugi. Mempersiapkan pula

finansial kita apabila sesuatu masalah terjadi pada usaha yang kita bangun.⁴

E. Analisa Keuntungan

Mengenai pemikiran inovatif bisnis ini, kami membutuhkan kisaran dana untuk berwirausaha makanan “ISYU Dodol Kalamansi” yang akan kami bangun dan kemungkinan dapat kami kembangkan seiring perkembangan kewirausahaan yang selalu tumbuh dalam mensejahterakan perekonomian UKM (Usaha Kecil Menengah) di Indonesia.

1. Rekap Biaya Untuk Dodol Kalamansi

Tabel 2.1 Investasi Peralatan

No	Jenis Alat	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
1.	Wajan besar	1 buah	Rp. 100.000	Rp. 100.000
2.	Pengaduk kayu dodol	2 buah	Rp. 20.000	Rp. 40.000
3.	Baskom besar	2 buah	Rp. 25.000	Rp. 50.000
4.	Saringan	1 buah	Rp. 5.000	Rp. 5.000
5.	Spatula (kayu)	1 buah	Rp. 5.000	Rp. 5.000
6.	Pisau	2 buah	Rp. 10.000	Rp. 20.000
7.	Kompor gas	1 buah	Rp. 250.000	Rp. 250.000
8.	Tabung gas	1 buah	Rp. 150.000	Rp. 150.000
9.	Staples	1 buah	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Total Investasi Peralatan				Rp. 630.000

⁴ <http://www.lokerpns.web.id/2018/05/pengertian-resiko-usaha-jenis-contoh-cara-mengatasinya.html>

2. Investasi Modal Kerja

Kebutuhan modal kerja dan karyawan pada usaha dodol kalamansi disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 2.2 Investasi Modal Kerja

No	Jenis Bahan	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
1.	Perasan Jeruk kalamansi	300 ml	Rp. 20.000	Rp. 20.000
2.	Gula pasir	1 kg	Rp. 12.500	Rp. 12.500
3.	Gula merah	½ kg	Rp. 8.000	Rp. 8.000
4.	Santan	1 kg	Rp. 8.000	Rp. 8.000
6.	Rose brand ketan	1 bungkus	Rp. 12.000	Rp. 12.000
8.	Kemasan Plastik	3 lembar	Rp. 3.000	Rp. 9.000
9.	Logo	5 lembar	Rp. 10.000	Rp. 50.000
Total Investasi Modal kerja				Rp.119.500

Total biaya yang diperlukan untuk mendirikan industri kecil Dodol Kalamansi adalah **Rp. 630.000**, ditambah **Rp. 119.500**, sehingga total **Rp. 749.500**.

3. Perhitungan Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk. Biaya produksi terdiri dari biaya tetap dan biaya variable. Beberapa asumsi dalam perhitungan ini adalah:

1. Penyusutan garis lurus
2. Umur alat selama dua tahun
3. Harga akhir alat Rp. 0
4. Kemasan produk 500 gram

5. Produk laku jual semua
6. Listrik, telpon, merupakan biaya tetap
7. Tiap hari dapat memproduksi 10 kemasan dodol
8. Hari kerja 25 hari/bulan, sehingga produksi per bulan adalah 250 kemasan

a. Biaya Tetap Per Bulan Selama 2 Tahun⁵

Penyusutan Rp.630.000,-/24 bulan	= Rp. 27.000
Listrik, telpon, dan lain-lain	= Rp. 150.000 +
Total	= Rp. 177.000

b. Biaya Variabel

Untuk produksi 10 kemasan dodol kalamansi dibutuhkan biaya komponen:

Perasan jeruk 300 ml	= Rp. 20.000
Gula pasir 1 kg	= Rp. 25.000
Gula merah 1/2 kg	= Rp. 8.000
Santan 1 kg	= Rp. 8.000
Rose Brand ketan 1 bungkus	= Rp. 12.000
Kemasan 3 lembar	= Rp. 9.000
Logo 5 lembar	= Rp. 50.000 +
Total	= Rp. 119.500

Biaya produksi untuk 10 kemasan Dodol Kalamansi adalah:

Biaya tetap	= Rp. 177.000 / 250 kemasan	= Rp. 708
Biaya variable	= Rp. 119.500 / 10 kemasan	= Rp. 11.950
Biaya produksi 10 kemasan Dodol Kalamansi		= Rp. 12.658

⁵ Arief Sugiono, *Manajemen Keuangan*, (PT Grasindo : Jakarta, 2009) , h .95

c. Perhitungan titik impas⁶

Titik impas dihitung berdasarkan jumlah Dodol kalamansi yang dibuat:

Biaya produksi per 10 kemasan =Rp. 12.658,-
 Harga jual dipasarkan per 10 kemasan rata-rata = Rp.12.500,-

BEP (Break Event Point)

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 177.000}}{\text{Rp. 12.500} - \text{Rp. 11.950}} \\
 &= 250 \text{ kemasan}
 \end{aligned}$$

Artinya jika kita mampu membuat dan menjual sebanyak 250 kemasan per bulan, maka usaha kita berada pada titik impas (tidak untung dan tidak rugi). Jika mampu memproduksi dan menjual lebih dari kemasan, maka usaha akan memberikan keuntungan. Sebaliknya jika kurang dari kemasan, maka usaha dianggap rugi.

⁶ Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta : PT BUMI AKSARA, 2005), h.192

BAB III METODE PELAKSANAAN

A. Alat dan Bahan

a. Alat

Peralatan yang digunakan dalam pembuatan Dodol Kalamansi sebagai berikut:

Tabel 3.1 Alat

No	Jenis Alat	Jumlah
1.	Wajan Besar	1 buah
2.	Pengaduk Kayu	2 buah
3.	Baskom Besar	2 buah
4.	Saringan	1 buah
5.	Spatula	1 buah
6.	Pisau	2 buah
7.	Kompur Gas	1 buah
8.	Tabung Gas	1 buah
9.	Staples	2. Buah

b. Bahan

Bahan produk yang kami gunakan dalam pembuatan Dodol Kalimansi dengan bahan utama perasan jeruk kalamansi, tepung ketan, santan kelapa, margarin, gula merah, dan gulah pasir.

B. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Pemasaran

Perumahan Sentral Asia Jl. Mahoni RT 20 RW 04 Bumi Ayu Ujung Kec, Selebar Kota Bengkulu. Kemudian untuk produksi dilakukan setelah adanya bahan-bahan tersedia dengan menggunakan waktu yang sangat lama untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan rencana.

Pada pelaksanaan pemasaran dilakukan setelah selesai produksi. Pemasaran ini dilakukan sudah lima kali pemasaran dengan respon konsumen yang sangat baik. Pada proses pemasaran ini terdapat respon dari para konsumen yang dapat dijadikan masukan untuk perbaikan pada proses produksi, sehingga produk ini dapat menjadi sempurna sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tugas bagian pemasaran ini yaitu mempromosikan produk kepada konsumen secara detail mulai dari rasa dan kemasan sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut. Langkah awal pemasaran ini dengan menggunakan bauran pemasaran 4P dan dilanjutkan dengan promosi dengan cara *face to face*, menggunakan media aplikasi WhatssAp dan Instagram. Pemasaran ini memerlukan biaya promosi online yaitu kuota data sebanyak 6 GB dan biaya pengantaran kendaraan yaitu bensin sebanyak 3 liter.

C. Proses Promosi dan Pemasaran

a. Promosi secara *face to face*

Promosi ini telah dilakukan awal mula sebelum menggunakan media sosial whatssAp dan instagram kepada para calon konsumen. Untuk menarik perhatian konsumen produk ini dijelaskan secara detail kepada konsumen. Produk dodol kalamansi ini memiliki rasa dan bentuk yang kreatif dengan rasa buah jeruk kalamansi dan bentuk kemasan yang identik dibalut dengan pita berwarna kuning.

Meski saat ini masih pandemi covid proses promosi produk ini dilakukan dengan menggunakan protocol kesehatan dengan menjaga jarak.

Gambar 3.1 Promosi Secara *face to face*



Gambar 3.2 Pemasaran ke-1



b. Promosi menggunakan WhatssAp

Dengan adanya gadget barang yang selalu digunakan orang-orang dalam hal apapun, setiap saat selalu

digunakan untuk mencari sesuatu yang dibutuhkan sampai ke detailnya. Didalamnya terdapat aplikasi yang digunakan dan dilihat setiap saat. Terutama jumlah yang paling banyak digunakan yaitu, instagram, facebook, dan whatsapp. Menggunakan media sosial akan memudahkan memasarkan produk, misal dengan cara menampilkan gambar produk dengan kreatif yang dapat menarik perhatian konsumen. Strategi ini sudah dilakukan dengan cara mengupload gambar melalui whatsapp dan instagram yang dimulai setelah proses produksi dodol kalamansi. Untuk pengiriman produk ini digunakan antar barang baru membayar atau sering disebut *Cash On Delivery*.

Gambar 3.3 Promosi Menggunakan WhatsApp



c. Promosi menggunakan Instagram

Untuk menambah konsumen, selain whatsapp digunakan juga Instagram. Dengan menggunakan Instagram

konsumen dapat dapat terus melihat produk ini, karena dengan menggunakan aplikasi ini promosi akan terus bertahan dalam jangka waktu yang lama.

Gambar 3.4 Promosi Menggunakan Instagram



Menurut Pribadi dan Mundung mendefinisikan bahwa konsep pemasaran adalah upaya pemasaran yang berfokus pada pasar dan berorientasi pada konsumen untuk memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai kunci mencapai tujuan perusahaan.⁷ Apabila terdengar kata pemasaran sering kali dikaitkan oleh banyak pihak dengan penjualan (*sales*), sales promotiin girl, ikla, promosi, atau produk. Bahkan orang sering kali menyamakan profesi marketer (pemasar) dengan penjual. Namun sebenarnya pemasaran tidaklah sesempit yang diidentikkan oleh banyak orang, karena

⁷ Hadiyati, Ernani, *Kajian Pendekatan Kewirausahaan dan Kinerja Penjualan Usaha Kecil*. Fakultas Ekonomi Universitas Malang 2009. Vol 11, hal 186.

pemasaran berbeda dengan penjualan. Pemasaran lebih merupakan “suatu seni menjual produk”, sehingga pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai dengan setelah produk terjual. Berbeda dengan penjualan yang hanya berkuat pada terjadinya transaksi penjual barang atau jasa.⁸

Pemasaran dodol kalamansi ini sudah dilakukan sebanyak tiga kali dengan mendapati respon dari para konsumen. Dari respon konsumen itu produk ini mendapat masukan untuk perbaikan pada proses pembuatannya. Adapun respon konsumen pada saat pemasaran produk diantaranya:

- a. Pemasaran pertama dengan respon konsumen terkait rasa yang kurang dari sari jeruk kalamansi serta manisnya gula.
- b. Pemasaran kedua dengan respon konsumen terkait kemasan yang kurang menarik, sehingga pada pemasaran berikutnya produk ini kemasannya diperbaharui dengan menonjolkan adanya pita berwarna kuning sebagai ciri khas dari produk dodol kalamansi.
- c. Pemasaran ketiga dan seterusnya dengan respon konsumen sudah baik semua baik itu rasa dari dodol kalamansi maupun kemasan.

⁸ Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabet, 2012), h. 5.

3.5 Pemasaran produk ke-1



Gambar 3.6 Pemasaran ke-2



Dalam proses pemasaran ini menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) artinya menggunakan campuran kegiatan-kegiatan marketing yang mendatangkan hasil yang paling

memuaskan.⁹ Pada proses pemasaran sangat dibutuhkan strategi pemasaran 4P, diantaranya yaitu:

1. Produk (*Product*)

Produk adalah barang yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk dodol kalamansi merupakan produk baru yang akan dijadikan sesuatu yang dapat dipasarkan yang memiliki nilai jual. Produk dodol kalamansi ini memiliki brand yaitu “ISYU DODOL KALAMANSI” dimana asal mula brand ISYU ini tercipta dengan dengan seiringnya berjalan proses dari perencanaan, pembuatan PIRT yang terciptanya nama produk untuk dikenal orang-orang. Brand ISYU ini didapat saat proses survey dari dinas kesehatan makanan yang mengajukan apa nama brand produk ini. Dengan adanya masukan dari tim, terbentuklah ISYU yang artinya merupakan nama dari anggota kelompok produk dodol kalamansi ini yaitu Indah, Siti, dan Yuda. Adanya brand ISYU ini diharapkan nantinya produk ini dapat dikenal oleh banyak orang.

Alasan mengapa dinamakan dodol kalamansi? Disini produk ini bahan utamanya banyak menggunakan sari dari jeruk kalamansi yang menonjolkan cita rasa kalamansinya. Dalam satu kemasan tersedia 10 buah dodol. Produk dodol kalamansi ini dapat bertahan selama dua

⁹ Musfar Tengku Firli, *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*, (Bandung: 2020), h.9.

minggu, karena produk ini tidak dapat bertahan lama itu disebabkan karena produk basah dan mengandung santan. Selain itu dengan adanya pembuatan dodol kalamansi ini dapat berkontribusi dengan penjual buah jeruk kalamansi yang banyak dibudidayakan di Bengkulu.

Banyak sekali manfaat dari kandungan pada produk dodol kalamansi ini yaitu vitamin c yang mempunyai manfaat bagi kesehatan tubuh. Kandungan gizi sebuah jeruk kalamansi yakni mengandung 12 kalori, serat 1,2 g, potassium 37 mg, vitamin C 7,3 g, vitamin A 57,4 mg IU, kalsium 8,4 mg, air 15,5 g dan mengandung karbohidrat 3%, mineral 1%, asam askorbat 0,1%, asam sitrat 3%. Buah jeruk ini merupakan bahan utama dari produk dodol kalamansi yang dapat di tanam di daerah pekarangan rumah atau didalam pot, sehingga dapat dijadikan kemudahan dalam proses pembuatan dodol kalamansi. Didalam upaya memperlancar pemasaran produk yang harus senantiasa ditekankan adalah pengembangan produk yang berkesinambungan tanpa mengurangi rasa dan kualitas produk itu sendiri. Disamping itu untuk menarik pelanggan juga dibuat kemasan produk menarik dengan tidak kuno. Sehingga produk tersebut semakin mempunyai karakter.

Gambar 3.7 Logo Produk



Gambar 3.8 Kemasan Produk



2. Harga (*Price*)

Harga produk pada dasarnya adalah jumlah yang dibayar untuk menikmatinya. Harga merupakan komponen yang paling penting dalam definisi baurang pemasaran. Dalam penetapan harga berpegang pada pemikiran bahwa

kebijakan harga didasarkan atas tingkat harga yang wajar bagi dua pihak yaitu konsumen dan produsen. Harga dodol kalamansi disini yaitu sebesar Rp. 12.500.-. Dalam satu kemasan terdapat sepuluh buah dodol didalamnya.

3. Tempat/Lokasi (*Place*)

Lokasi pemasaran saat ini berada di Perumahan Sentral Asia Jl. Mahoni RT 20 RW 04 Bumi Ayu Ujung Kec, Selebar Kota Bengkulu.

Gambar 3.8 Tempat/Lokasi



4. Promosi (*Promotion*)

Pada tahap awal promosi yang dilakukan melalui strategi promosi yaitu mulai dari mulut ke mulut atau secara langsung dan melalui online dengan menggunakan aplikasi whatsapp dan instagram.

D. Analisis Peluang Usaha

Adapun peluang dan tantangan dari produk Dodol Kalamansi, yaitu:

1. Peluang usaha
 - a. Bahan-bahan yang digunakan sangat mudah didapat
 - b. Proses pengolahan mudah dilakukan, walau memerlukan waktu yang lama
 - c. Pemasaran dapat dilakukan saat menjelang hari besar
 - d. Dapat dijadikan ciri khas oleh-oleh Bengkulu
 - e. Memiliki nilai jual yang baik
2. Tantangan usaha

Tantangan dari produk Dodol Kalamansi ini adanya daya saing dengan pengusaha dodol yang lain seperti, jenang dodol garut. Maka dengan itu produk mampu bersaing dengan produk lainnya dipasaran. dengan balutan pita yang terlihat sebagai ciri khas sebagai oleh-oleh.

Table 3.2 laporan Penjualan Dodol Kalamansi

No	Bulan	Produk	Target penjualan	Target tercapai	Harga produk	Total
1	November	Dodol Kalamansi	15	20	Rp. 12.500	Rp. 250.000
2	Desember	Dodol Kalamansi	20	28	Rp. 12.500	Rp. 350.000
3	Januari	Dodol Kalamansi	30	40	Rp. 12.500	Rp. 600.000
Total			65	88	Rp. 37.500	Rp. 1.200.000

Penjualan produk dodol kalamansi dalam tiga bulan terakhir terhitung dari bulan November-Januari target penjualan dodol kalamansi mencapai 65 produk per bulan sedangkan target yang tercapai 88 produk. Untuk total harga yang di berikan ke konsumen Rp 37.500/ 3 bulan. Dan jumlah rata-rata pendapatan tiga bulan terakhir adalah Rp. 1.200.000. Hasil dari pendapatan penjualan ini sudah terhitung untung walau hanya sedikit, karena hasil dari penjualan ini akan dikelola kembali untuk produksi dan akan dijual kembali.

BAB IV
ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

A. Anggaran Biaya

No		Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga	
A. Tahap Pelatihan				
	Achievement Motivation Training			
	Transportasi Pemateri	1 Orang	Rp 100.000	Rp 100.000
	Konsumsi	6 Orang	Rp 15.000	Rp 70.000
	Ujrah Pemateri	1 Orang	Rp 350.000	Rp 350.000
	Copy dan jilid Panduan	3 Buah	Rp 15.000	Rp 45.000
	Jumlah			Rp 565.000
B. Tahap Pelaksanaan				
	Bahan Habis Pakai			
	Perasan Jeruk kalamansi	300 ml	Rp. 20.000	Rp. 20.000
	Gula pasir	1 kg	Rp. 12.500	Rp. 12.500
	Gula merah	½ kg	Rp. 8.000	Rp. 8.000
	Santan	1 kg	Rp. 8.000	Rp. 8.000
	Rose brand ketan	1 bungkus	Rp. 12.000	Rp. 12.000
	Kemasan plastik	3 buah	Rp. 3.000	Rp. 9.000
	Logo	5 lembar	Rp. 10.000	Rp. 50.000
	Jumlah			Rp. 119.500
	Peralatan Tetap			
	Wajan besar	1 Buah	Rp. 100.000	Rp. 100.000
	Pengaduk kayu dodol	2 buah	Rp. 20.000	Rp. 20.000
	Baskom besar	2 buah	Rp. 25.000	Rp. 50.000
	Saringan	1 buah	Rp. 5.000	Rp. 5.000

	Spatula (kayu)	1 buah	Rp. 5.000	Rp. 5.000
	Pisau	2 buah	Rp. 10.000	Rp. 20.000
	Kompore gas	1 buah	Rp. 250.000	Rp. 250.000
	Tabung gas	1 buah	Rp. 150.000	Rp. 150.000
	Staples	1 buah	Rp. 10.000	Rp. 10.000
	Jumlah			Rp. 630.000
C. PELAPORAN				
	Proposal	4 buah	Rp 20.000	Rp 80.000
	LPJ dan penggandaan	4 buah	Rp 20.000	Rp 80.000
	ATK kertas HVS	2 Rim	Rp. 30.000	Rp. 60.000
	Jumlah			Rp. 220.000
D. Keuntungan				
	Harga perkemasan	1 kemasan	Rp. 12.500	Rp. 12.500
	Keuntungan	1 kemasan	Rp. 2.500	Rp. 2.500
	Keuntungan	15 bungkus	Rp. 12.500	Rp. 362.500

Pada rincian biaya diatas merupakan biaya dan bahan yang digunakan dalam melakukan kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa ISYU Dodol Kalamansi. Ada beberapa bahan yang awal mulanya dibeli sebagai bahan pembantu/pelengkap untuk produksi seperti pewarna makanan, namun pewarna ini tidak kami gunakan dikarenakan dari proses produksi produk ini sudah mempunyai warna yang khas yaitu warna cokelat. Kemudian sirup kalamansi yang dibuat sendiri, namun tidak kami gunakan lagi dikarenakan adanya pemborosan bahan dikemudian hari.

Selain itu produk ini pada awalnya terdapat tiga produk yang akan ditekuni sebagai program Kreativitas Mahasiswa.

Adanya pengajuan produk kepada pembimbing serta adanya presetasi untuk memilih produk yang baik untuk di jadikan sebagai kegiatan selama PKM. Hingga akhirnya produk dodol kalamansi ini yang lolos sebagai bahan PKM. Dua diantaranya produk yang tidak terpilih yaitu permen kalamansi dan sirup kalamansi. Untuk permen kalamansi sangat sulit untuk pembuatannya yang membutuhkan pengawetan warna pada produk, sedangkan sirup kalamansi merupakan produk yang sudah banyak digarap oleh banyak masyarakat Bengkulu dan sudah tersebar juga ke Negara lain. Maka dari itu produk dodol kalamansi ini merupakan produk baru yang memiliki daya nilai jual di tengah-tengah masyarakat yang bagus.

B. Jadwal Kegiatan

Table 4.2 Jadwal Kegiatan

No	Pelaksanaan Kegiatan	Bulan ke I				Bulan ke II				Bulan ke III				Bulan Ke IV			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Perencanaan	■	■	■	■	■											
2	Survey Bahan Baku	■	■	■	■	■											
3	Pelatihan	■	■	■	■	■											
4	Promosi	■	■	■	■	■	■	■	■								
5	Produksi	■	■	■	■	■	■	■	■	■							
6	Pemasaran	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7	Evaluasi	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
8	Pembuatan Laporan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Keterangan:

1. Warna hijau : kegiatan dilakukan Tim bersama-sama
2. Warna kuning : kegiatan mandiri bagian pemasaran
3. Warna putih : libur

Kegiatan pemasaran ini dilakukan setelah selesai kegiatan produksi yang sempurna, baik dari rasa produk dan kemasannya untuk menarik perhatian konsumen. Kegiatan ini dilakukan sudah lebih dari lima kali dalam satu bulan yang menghasilkan keuntungan dari setia perkemsaannya yaitu sebanyak Rp. 2.500.- pada awal mula kegiatan pemasaran ini berlangsung mengalami

kerugian, sebab adanya kurang sempurna proses produksi yakni rasa yang kurang menarik. Hingga akhirnya produk ini mengalami kerugian. Namun dari kerugian ini produk dodol kalamansi dapat disempurnakan rasanya sesuai dengan keinginan konsimen. Pada pemasaran kedua dilakukan kembali pemasaran dan kerugian menurun.

BAB V

HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN

A. Hasil yang dicapai berdasarkan luaran program

Program kreatifitas Mahasiswa ini dilakukan dari bulan September 2020 hingga bulan Februari 2021 baik dari mulai perencanaan, produksi hingga pemasaran. Pada perencanaan hasil yang dicapai merupakan wacana produk yaitu dodol kalamansi yang pada awalnya mempunyai tiga produk yang akan dilakukan. Dengan adanya produk dodol kalamansi untuk melakukan produksi tahap awal dirincikan bahan dan alat yang digunakan untuk produksi. Setelah merincikan alat dan bahan tahap selanjutnya yaitu menentukan lokasi produksi sekaligus pemasaran. Lokasi yang ditentukan yaitu Perumahan Sentral Asia Jl. Mahoni RT 20 RW 04 Bumi Ayu Ujung Kec, Selebar Kota Bengkulu.

Pada kegiatan produksi hasil yang dicapai yaitu terciptanya produk dodol kalamansi. Untuk tahap pembuatan dodol kalmansi ini memerlukan waktu yang sangat lama dan harus terus diaduk dengan menggunakan api yang sedang. Awal mula pembuatan dodol kalamansi produk ini mengalami kegagalan dalam pembuatan awal dikarenakan api yang lumayan besar dan tidak menggunakan margarin sehingga olahan masih terasa mentah walau sudah memakan waktu yang lama pada proses pembuatannya. Produksi yang kedua produk ini kurang terasa sari kalamansi, dan pada produksi selanjutnya sudah diproduksi sesuai

dengan kebutuhan konsumen. Selanjutnya proses pengemasan yang membutuhkan kreativitas dari tim untuk menentukan kemasan yang cocok untuk produk. Kemasan awal produk ini menggunakan sebuah toples namun jika menggunakan toples akan sangat memboros tempat. Maka kesepakatan tim produk ini menggunakan plastik yang dibalut dengan pita berwarna kuning. Pada pemesanan dari konsumen, pengantaran produk dan pembayaran ditempat. Pemasaran ini dilakukan selama tiga bulan dan produksi disesuaikan dengan pemasaran. Produk ini dijual dengan harga Rp. 12.500.

a. Kegiatan pelatihan PIRT

PIRT merupakan hibah diseminasi yang diberikan oleh Dinas Kesehatan untuk bahan makanan dan minuman yang memenuhi pedoman sanitasi. Sesuai dengan namanya, khususnya Makanan Industri Rumah Tangga, PIRT diberikan untuk makanan yang dibuat oleh usaha rumah tangga, usaha kecil dan menengah.¹⁰ Adapun kegiatan yang diadakan oleh Dinkes kesehatan dilakukan pada 6 November 2020 dirumah makan Jenggalu Lingkar Barat Bengkulu. Kegiatan ini diikuti oleh Indah Dwi Lestari sebagai peserta penyuluhan keamanan pangan dengan narasumber dari kepala dinas kesehatan yaitu ibu Susilawati S.sos, dari label halal yaitu bapak Edwar

¹⁰ <https://sokitajaya.co.id/pengajuan-ijin-edar-pirt/>,
Diakses pada tanggal 1 Februari 2021

Suharnas dan ibu Yunika Sari dari bagian komunikasi BPOM. Sumber dana pelatihan ini diperoleh dari anggota perkelompok Dodol Kalamansi Raflesia materi yang di sampaikan sebagai berikut :

a. Produk dengan PIRT

Contoh produk yang tidak dapat masuk dalam PIRT seperti, susu dan segala isinya, daging dan segala isinya, air saring, makanan anak, dan banyak lagi lainnya. Varietas makanan basah yang memerlukan penanganan khusus dalam penyimpanan dan kapasitas juga dilarang PIRT, seperti jenis makanan kaleng dan beku. Pada saat kami mendaftar untuk pendaftaran PIRT, kami tidak memiliki barang apapun (karena Sokita Jaya baru berumur satu hari). Ternyata tidak menjadi masalah, dan pertemuan itu mencatat beberapa item yang ingin dibuat.

b. Masa berlaku PIRT

Ada dua macam masa legitimasi PIRT. Pertama, untuk makanan dengan masa kadaluarsa lebih dari tujuh hari, akreditasi PIRT memiliki waktu legitimasi 5 tahun. Kedua, makanan dengan tanggal penghentian di bawah tujuh hari, konfirmasi PIRT memiliki waktu legitimasi 3 tahun. Keduanya dapat dipulihkan beberapa saat kemudian.

c. Syarat pendaptaran PIRT

Syarat mendaftar untuk pengajuan PIRT yaitu:

a. Lengkapi struktur pendaftaran Konseling Keamanan

- b. Kemudian, kemudian kumpulkan salinan KTP
- c. Kumpulkan 2 bit foto ukuran 3×4

Pengajuan PIRT sertifikat ini dapat digunakan di seluruh wilayah Indonesia. Maka dari hasil mengikuti pelatihan PIRT ini, keberlanjutan yang diharapkan masyarakat akan percaya dan merasa aman dengan pada saat mengkonsumsi dan membeli produk ini.

B. Potensi keberlanjutan program

Hasil produksi ini merupakan dodol kalamansi yang memiliki rasa manis dengan campuran dari jeruk kalamansi, dodol kalamansi ini masih mempertahankan rasa dodol yang tradisional. Di dalam lingkungan masyarakat makanan dodol kalamansi ini terbilang baru dan belum dikenal banyak masyarakat namun dengan adanya interaksi sosial mereka dapat menyadari dengan mudah untuk mengenal produk ini dengan cepat. Program PKM ini dapat bertahan dapat dilakukan seterusnya karena dodol kalamansi sudah memiliki izin usaha dan label No PIRT, dimana PIRT ini sangat penting.

Dari Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) diharapkan dapat mengelola cemilan baru dari dodol kalamansi dengan sudah mengaburkan variasi rasa sehingga bisa berubah menjadi cemilan elektif lainnya sudah mengaburkan variasi rasa sehingga bisa berubah menjadi cemilan elektif lainnya di kalangan orang-orang Bengkulu.

BAB VI

PENUTUP

A. Evaluasi

Berdasarkan dari proses uji coba pemasaran yang dilakukan setelah proses produksi, produk dodol kalmansi ini memiliki respon dari konsumen yang sangat bagus dan baik, hanya saja pada awal pemasaran produk ini mendapat respon konsumen yaitu dengan kemasan yang sedikit kurang menarik. Dari respon konsumen itu, produk ini membuat perubahan kemasan yang lebih menarik sehingga pemasaran berikutnya produk dodol kalmansi mendapatkan respon yang bagus, baik dari rasa maupun kemasan yang kami beri pita merah yang membuat ciri khas tersendiri untuk kemasan dodol kalmansi. Dari respon konsumen itu produk ini dapat terbentuk sempurna dan lebih bagus dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehingga kedepannya dapat dijadikan pelajaran bahwa respon dari konsumen itu sangat bagus untuk penyempurnaan produk.

Berhubungan baik dengan pelanggan kita juga dapat mendapat masukan terhadap perencanaan keberlanjutan dari produk kita. Selain itu pelanggan kadang kali memberikan masukan terhadap inovasi produk. Ini semua merupakan keuntungan dari berhubungan baik dengan pelanggan, selain itu hal ini memang harus dilakukan agar bisnis ini dapat berkembang dan menjaga pelanggan agar terus percaya terhadap produk. Selain itu kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara

pembisnis yang ditawarkan kepada konsumen, karena konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar.

B. Kesimpulan

Berdasarkan program kreativitas mahasiswa di bumi ayu ujung jalan mahoni RT 20 RW 04 maka dapatlah kami melakukan proses perencanaan, produksi, dan pemasaran. Sehingga kami dapat mengenalkan produk Dodol Kalamansi ini di kalangan masyarakat Bengkulu, yang mana produk ini terbilang baru di kalangan masyarakat. Maka dari program kreativitas mahasiswa dapatlah kami memperluas pengetahuan tentang Dodol Kalamansi ini yang di peroleh dari pengalaman dalam wirausaha tersebut baik itu melalui perencanaan, produksi dan pemasaran secara nyata.

Sesuai dalam pemasaran untuk memasarkan produk ini menggunakan strategi promosi online melalui IG, WA, juga secara langsung kepada pembeli serta langkah lebih lanjutnya akan mengenalkan produk pada daerah-daerah lain dengan menggunakan akun shoope, sehingga masyarakat luar Bengkulu juga dapat mengkonsumsi dan mengenal produk ini. Dodol Kalamansi ini sudah layak dijual di kalangan masyarakat umum karena produk ini sudah mendapat label izin dan No P-IRT. Dengan adanya No P-IRT tersebut masyarakat dapat mempercayai produk ini untuk konsumsi.

A. Saran

Penyusunan laporan ini memerlukan perbaikan dan kritik serta saran yang sifatnya membangun dan menyempurnakan laporan ini. Sehingga dalam penyusunan laporan ini dapat menjadi lebih baik lagi dan dapat menjadi contoh untuk generasi selanjutnya, serta diharapkan dengan disusunnya laporan ini dapat menjadikan panduan untuk membuat laporan usaha serta dapat menambah lapangan kerja yang baru yang bisa mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsi Ariyanto, dkk, *Strategi Pemasaran di Masa Pandemi* (Sumatera Barat: 2021), h.9.
<http://www.lokerpns.web.id/2018/05/pengertian-resiko-usaha-jenis-contoh-cara-mengatasinya.html>
<https://id.wikipedia.org/wiki/Dodol> Diakses pada tanggal 1 Februari 2021 pada jam 09.00
<https://sokitajaya.co.id/pengajuan-ijin-edar-pirt/> Diakses pada tanggal 1 Februari 2021 pada jam 11.00
https://id.wikipedia.org/wiki/Jeruk_kalamansi Diakses pada tanggal 2 Februari 2021 pada jam 09.25
- Hadiyati, Ernani, "*Kajian Pendekatan Kewirausahaan dan Kinerja Penjualan Usaha Kecil*". Fakultas Ekonomi Universitas Malang 2009
- Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta : PT BUMI AKSARA, 2005) , h.192
- Musfar Tengku Firli, *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*, (Bandung: 2020), h.9.
- Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabet, 2012), h. 5.
- Zulkarnaen Oky Halim, *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan*, (Semarang: 2013), h. 1.

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

DAFTAR GAMBAR

Lokasi Pemasaran



Logo Produk



Promosi Menggunakan WhatsAp



Promosi menggunakan Instagram



Kemasan Produk



Pemasaran ke-1



Pemasaran ke-2



Pemasaran ke-4



**PEMANFAATAN JERUK KALAMANSI SEBAGAI
BAHAN BAKU PADA PRODUK DODOL
KALAMANSI (STUDI KASUS DI DAERAH BUMI
AYU UJUNG KOTA BENGKULU)**



SKRIPSI

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

Oleh :

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| 1. Arma Yuda Novianto | NIM. 1711140084 |
| 2. Indah Dwi Lestari | NIM. 1711140094 |
| 3. Siti Nurjanah | NIM. 1711140075 |

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
BENGKULU, 2021 M/ 1442 H**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Program.....	4
D. Manfaat Program.....	5
E. Luaran Yang Diharapkan	6
BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	
A. Analisa Produk	7
B. Pangsa Pasar.....	7
C. Lokasi Usaha.....	8
D. Analisa Kelayakan Usaha/Program.....	9
E. Analisa Keuntungan	10
BAB III METEDO PELAKSANAAN	
A. Alat dan Bahan.....	15
B. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Pemasaran.....	20
C. Proses Promosi dan Pemasaran.....	21
D. Analisis Peluang Usaha.....	30
BAB IV ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	

A. Anggaran Biaya.....	32
B. Jadwal Kegiatan.....	35
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI	
KEBERLANJUTAN	
A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program.....	37
B. Potensi Keberlanjutan Program.....	40
BAB VI PENUTUP	
A. Evaluasi.....	41
B. Kesimpulan.....	42
C. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Investasi Peralatan	11
Tabel 2.2 Investasi Modal Kerja	11
Tabel 3.1 Alat	15
Table 3.2 laporan Penjualan Dodol Kalamansi	31
Tabel 4.1 Anggaran Biaya	32
Table 4.2 Jadwal Kegiatan	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Proses pemerasan santan kelapa.....	16
Gambar 3.2 Pencampuran Margarin, Santan dan Tepung	17
Gambar 3.3 Pencampuran Gula Merah , Gula Pasir	17
Gambar 3.4 Pencampuran Jeruk Kalamansi	18
Gambar 3.5 Pemasakan Dodol.....	18
Gambar 3.6 Dodol Kalamansi Sudah Masak	19
Gambar 3.7 Siap Dikemas.....	20
Gambar 3.8 Promosi Secara <i>face to face</i>	21
Gambar 3.9 Pemasaran	22
Gambar 3.10 Promosi Menggunakan WhatssAp.....	23
Gambar 3.11 Promosi Menggunakan Instagram	23
Gambar 3.12 Pemasaran.....	25
Gambar 3.13 Pemasaran.....	25
Gambar 3.14 Logo Produk	28
Gambar 3.15 Kemasan Produk	28
Gambar 3.16 Tempat/Lokasi.....	29

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, tuntutan manusia terhadap produk pangan juga semakin tinggi. Produk pangan yang dikehendaki masyarakat tidak hanya sebagai penghilang lapar saja, tapi juga memiliki nilai kesehatan, dan cita rasa yang baik. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu diversifikasi pangan untuk meningkatkan mutu gizi dalam melengkapi kebutuhan terhadap produk pangan saat ini. Maka dengan begitu banyaknya berkembang tanaman jeruk kalamansi yang ada Bengkulu dapat di manfaatkan sebagai suatu peluang usaha bagi masyarakat. Sebagai contoh minuman sirup kalamansi yang sudah banyak ditekuni oleh masyarakat UMKM. Dengan begitu pesatnya perkembangan jeruk kalamansi di daerah Bengkulu maka disini sangat sayang jika tidak dilakukan kerjasama antara pembudidaya jeruk kalamansi dengan pengusaha UKM. Oleh karena itu diperlukan inovasi baru dari pengolahan jeruk kalamansi. Diversifikasi produk olahan jeruk kalamansi seperti dodol jeruk kalamansi akan menjadi nilai tambah terhadap nilai jual jeruk kalamansi karena selain lebih menarik perhatian konsumen. Dodol merupakan panganan manis dari Indonesia. Proses pembuatan dodol bermutu tinggi memerlukan waktu yang lama dan membutuhkan

keahlian yang khusus. Bahan utama pembuatan dodol adalah santan kelapa, tepung ketan, gula pasir, gula merah, dan garam. Bahan tambahan pada dodol menentukan rasa.¹¹

Menurut Supriyono “*Break Even Point*” atau sering disebut dengan impas merupakan suatu keadaan perusahaan dimana besarnya jumlah total penghasilan sama dengan jumlah total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan atau rugi labanya = nol”. Maka dapat disimpulkan bahwa *Break Even Point* atau impas merupakan suatu keadaan yang dialami oleh perusahaan dimana tidak mendapatkan penghasilan setelah perusahaan tersebut mengeluarkan biaya-biaya yang digunakan untuk memenuhi kegiatan produksi, dengan kata lain jumlah total pendapatan sama dengan jumlah total biaya.¹²

Menurut Becker dan Rustiadi perencanaan merupakan suatu cara rasional untuk mempersiapkan masa depan. Sedangkan menurut Alder dan Rustiadi menyatakan bahwa: perencanaan adalah suatu proses menentukan apa yang ingin dicapai pada masa yang akan datang serta menetapkan tahapan-tahapan yang

¹¹ <http://id.wikipedia.org/wiki/Dodol> /Tgl 1 februari 2021, jam 13:00

¹² Vivin, Dzulkrirom, Raden. *Analisis Break Even Point sebagai alat perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan.* (Jurnal Administrasi Bisnis Vol.35 No. 1 juni 2016), h. 199

dibutuhkan untuk mencapainya.¹³ Menurut Supriyono “*Break Even Point*” atau sering disebut dengan impas merupakan suatu keadaan perusahaan dimana besarnya jumlah total penghasilan sama dengan jumlah total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan atau rugi labanya = nol”. Maka dapat disimpulkan bahwa *Break Even Point* atau impas merupakan suatu keadaan yang dialami oleh perusahaan dimana tidak mendapatkan penghasilan setelah perusahaan tersebut mengeluarkan biaya-biaya yang digunakan untuk memenuhi kegiatan produksi, dengan kata lain jumlah total pendapatan sama dengan jumlah total biaya.

Pogram Kreativitas Masyarakat Kewirausahaan (PKMK) merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (semula Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Ditjen Dikti), Direktorat Jendral Pengabdian Riset dan Pengembangan, kementrian Ristek Dikti untuk meningkatkan mutu peserta didik (mahasiswa) Perguruan Tinggi. Realisasi PKM dimaksudkan agar kelak dapat menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis dan propesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan,

¹³ Taufiqurokhman. *Konsep Dan Kajian Ilmu Perencanaan*. (Fakultas Ekonomi Sosial Dan Ilmu Politik:2008),h.3

teknologi atau kesenian dan memperkaya budaya nasional.

14

Ilmu *marketing* atau pemasaran lebih tinggi dari sekedar menjual atau berdagang. Manajemen pemasaran mencakup juga mengenai rekayasa produksi yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Informasi-informasi mengenai trend, kualitas, jumlah produksi, desain atau model barang yang harus diproduksi diperoleh dari bidang pemasaran. Seiring dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, tuntutan manusia terhadap produk pangan juga semakin tinggi. Produk pangan yang dikehendaki masyarakat tidak hanya sebagai penghilang lapar saja, tapi juga memiliki nilai kesehatan, dan cita rasa yang baik. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu diversifikasi pangan untuk meningkatkan mutu gizi dalam melengkapi kebutuhan terhadap produk pangan saat ini. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Perhatian pada pengembangan sektor Usaha Mikro,

¹⁴ Mahmudah, Monry. *Strategi peningkatan minat wirausaha mahasiswa melalui program kreativitas mahasiswa-kewirausahaan (PKM-K) di program studi pendidikan ekonomi FKIP Universitas Lambung Mangkurat*. (Jurnal pendidikan dan pembelajaran ilmu pengetahuan sosial, 6 oktober 2017), h. 297

Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu negara.¹⁵

Tujuan dari Program Kreativitas Mahasiswa yaitu untuk mengenalkan produk baru dari bahan utama sari jeruk kalamansi. Dapat diketahui oleh masyarakat program ini dapat dilakukan dan dapat menjadi sebuah peluang usaha UMKM. Sehingga dapat mengurangi pengangguran yang ada.

B. Rumusan Masalah

2. Bagaimana cara memproduksi Dodol Kalamansi?
3. Bagaimana cara menganalisis perencanaan keuangan dodol kalamansi dengan menggunakan rumus BEP?
4. Bagaimana strategi pemasaran produk Dodol Kalamansi?

C. Tujuan Program

Tujuan dari kewirausahaan ini yaitu:

- a. Menjadi salah satu sumber pengetahuan dan pengalaman kerja tentang proses pembuatan dodol agar dapat di kembangkan dan sebagai bahan informasi tentang sistem industry pembuatan produk.

¹⁵ Zulkarnaen Oky Halim, *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan*, (Semarang: 2013), h. 1.

- b. Bisa mengenalkan produk dodol kalamansi di daerah bengkulu dan di luar daerah bengkulu agar bisa diminati oleh seluruh masyarakat.
- c. Memberikan pengalaman bagi mahasiswa untuk persiapanya dimana, mahasiswa terjun ke lapangan atau masyarakat dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang baru.
- d. Kerjasama antara pembudidaya jeruk kalamansi dan pengusaha minuman atau makanan yang menggunakan bahan dari jeruk kalamansi.
- e. Sebagai salah satu syarat tugas akhir.

D. Manfaat Program

d. Bagi Fakultas

Dapat memberikan informasi terhadap mahasiswa yang dapat membuat produk dodol kalamansi dengan bahan utama dari buah jeruk kalamansi yang dapat memiliki nilai jual yang baik.

e. Bagi Masyarakat

- a. Adanya kolaborasi antara mahasiswa dan masyarakat yang dapat saling membantu dalam membuat produk, terutama masyarakat pembudidaya buah jeruk kalamansi.
- b. Saling bertukar informasi terkait diversifikasi agar dapat menambah inovasi baru pada produk.

c. Dapat menjalin hubungan yang dapat mengikat dalam usaha bisnis tertentu.

f. Bagi Penulis

Mendapatkan ilmu yang dimulai dari perencanaan, pembuatan produk hingga pemasaran yang dapat dijadikan pengalaman untuk kedepannya.

c. Mendapatkan ilmu dari cara pengajuan PIRT yang dapat dijadikan izin usaha yang nantinya akan menjadi kepercayaan masyarakat terhadap produk.

E. Luaran Yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan Program Kreativitas Mahasiswa ini yaitu menghasilkan produk Dodol Kalamansi, makanan yang bahan-bahannya berasal dari sari jeruk kalamansi yang menonjolkan khas rasa kalamansi. Dengan tambahan gula merah, gula pasir, rosse brand, yang akan menghasilkan manis dan dapat di gemari masyarakat. Dari usaha produk Dodol Kalamansi ini yaitu dapat menambah lagi inovasi rasa terbaru serta bentuk dari kemasan yang lebih menarik dan praktis yang dapat dikonsumsi oleh konsumen.

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

A. Analisa Produk

Nama produk ini adalah “ISYU Dodol kalamansi” yang memiliki kepanjangan dari nama tim yaitu Indah, Siti, Yuda. Produk ini merupakan salah satu olahan dari jeruk kalamansi dan produk ini bergerak dibidang olahan dan pangan. Produk ini diproduksi menggunakan bahan-bahan seperti sari jeruk kalamansi, gula pasir, gula merah, santan dan tepung ketan rosebrand. Dimana gula sendiri merupakan bahan utama yang dapat membuat produk ini tahan lama. Maka dari itu produk baru ini diproduksi agar konsumen dapat merasakan cemilan baru yang mempunyai cita rasa segar. Kemasan yang mempunyai ciri khas dengan pita kuning agar konsumen nantinya dapat mengingat produk dodol kalamansi.

B. Pangsa Pasar

Menentukan siapa target konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk kita melakukan penjualan. Untuk itu sebelum kita melakukan pemasaran, seorang pembisnis harus menargetkan siapa calon konsumen kita dengan jelas. Jelas di sini harus lebih spesifik tidak terlalu meluas ke semua khalayak. Maka dari itu agar UMKM tetap bias produktif di

masa pandemic, harus menentukan secara yang kita tuju secara tepat. Misalnya pemasaran produk makanan, makanan itu bias diproduksi oleh semua usia atau tidak.¹⁶ Produk dodol kalamansi selain enak rasanya, disukai banyak orang, juga sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh kita. Oleh karena itu, target pasar kami adalah semua kalangan baik usia tua maupun muda di lingkungan Bumi Ayu Ujung dan lain sebagainya. Untuk merealisasikannya, maka kami menentukan lokasi ornet kami nantinya haruslah berdekatan dengan tempat keramaian yang sering dilalui atau yang menjadi akses bagi banyak orang untuk ke depannya. Saat ini sasaran yang dituju kami menggunakan media sosial untuk menarik perhatian konsumen yang dikenal dan amanah dalam pembelian.

C. Lokasi Usaha

Dalam menentukan lokasi usaha, terdapat beberapa hal yang telah dipertimbangkan yaitu seperti perumahan, dimana tempat seperti ini pada dua atau tiga tahun mendatang akan semakin ramai dan maju, karena adanya pembangunan perumahan serta sekolah. Untuk itu, lokasi tempat usaha produk Dodol Kalamansi yaitu di daerah Jl. Mahoni RT 20 RW 04 Bumi Ayu Ujung Kecamatan Selebar Kota

¹⁶ Arsi Ariyanto, dkk, *Strategi Pemasaran di Masa Pandemi*, (Sumatera Barat: 2021), h.9.

Bengkulu. Adapun peluang dan tantangan dari produk Dodol Kalamansi, yaitu:

1. Peluang usaha

- f. Bahan-bahan yang digunakan sangat mudah didapat
- g. Proses pengolahan mudah dilakukan, walau memerlukan waktu yang lama
- h. Pemasaran dapat dilakukan saat menjelang hari besar
- i. Dapat dijadikan ciri khas oleh-oleh Bengkulu

2. Tantangan usaha

Tantangan dari produk Dodol Kalamansi ini adanya daya saing dengan pengusaha dodol yang lain seperti, jenang dodol garut. Maka dengan itu produk mampu bersaing dengan produk lainnya dipasaran.

D. Analisa Kelayakan Usaha/Program

Berdasarkan analisis pasar, usaha produk dodol kalamansi ini mempunyai peluang yang tinggi dibanding produk lain. Dodol kalamansi ini merupakan pilihan usaha yang berbahan campuran dari jeruk kalamansi, rasanya yang manis dan ada rasa asam dari jeruk kalamansi sehingga banyak orang yang tergiur menekuni usaha tersebut. Usaha ini juga termasuk investasi dimasa mendatang karena bisa menjadi potensi penghasilan jangka panjang.

Apabila usaha ini mengalami kerugian dimasa mendatang dalam hal pendapatan atau income perbulannya, karena kadang akan mendapatkan untung atau income yang besar namun tak jarang mendapatkan hasil yang sedikit bahkan bisa juga justru rugi. Menjalankan bisnis kita harus siap rugi. Mempersiapkan pula finansial kita apabila sesuatu masalah terjadi pada usaha yang kita bangun. Apabila usaha ini mengalami kerugian dimasa mendatang dalam hal pendapatan atau income perbulannya, karena kadang akan mendapatkan untung atau income yang besar namun tak jarang mendapatkan hasil yang sedikit bahkan bisa juga justru rugi. Menjalankan bisnis kita harus siap rugi. Mempersiapkan pula finansial kita apabila sesuatu masalah terjadi pada usaha yang kita bangun.¹⁷

E. Analisis Keuntungan

Mengenai pemikiran inovatif bisnis ini, kami membutuhkan kisaran dana untuk berwirausaha makanan “ISYU Dodol Kalamansi” yang akan kami bangun dan kemungkinan dapat kami kembangkan seiring perkembangan kewirausahaan yang selalu tumbuh dalam mensejahterakan perekonomian UKM (Usaha Kecil Menengah) di Indonesia.

¹⁷ <http://www.lokerpns.web.id/2018/05/pengertian-resiko-usaha-jenis-contoh-cara-mengatasinya.html>

1. Rekap Biaya Untuk Dodol Kalamansi

Tabel 2.1 Investasi Peralatan

No	Jenis Alat	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
1.	Wajan besar	1 buah	Rp. 100.000	Rp. 100.000
2.	Pengaduk kayu dodol	2 buah	Rp. 20.000	Rp. 40.000
3.	Baskom besar	2 buah	Rp. 25.000	Rp. 50.000
4.	Saringan	1 buah	Rp. 5.000	Rp. 5.000
5.	Spatula (kayu)	1 buah	Rp. 5.000	Rp. 5.000
6.	Pisau	2 buah	Rp. 10.000	Rp. 20.000
7.	Kompore gas	1 buah	Rp. 250.000	Rp. 250.000
8.	Tabung gas	1 buah	Rp. 150.000	Rp. 150.000
9.	Staples	1 buah	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Total Investasi Peralatan				Rp. 630.000

2. Investasi Modal Kerja

Kebutuhan modal kerja dan karyawan pada usaha dodol kalamansi disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 2.2 Investasi Modal Kerja

No	Jenis Bahan	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
1.	Perasan Jeruk kalamansi	300 ml	Rp. 20.000	Rp. 20.000
2.	Gula pasir	1 kg	Rp. 12.500	Rp. 12.500
3.	Gula merah	½ kg	Rp. 8.000	Rp. 8.000
4.	Santan	1 kg	Rp. 8.000	Rp. 8.000
6.	Rose brand ketan	1 bungkus	Rp. 12.000	Rp. 12.000
8.	Kemasan Plastik	3 lembar	Rp. 3.000	Rp. 9.000
9.	Logo	5 lembar	Rp. 10.000	Rp. 50.000
Total Investasi Modal kerja				Rp.119.500

Total biaya yang diperlukan untuk mendirikan industri kecil Dodol Kalamansi adalah **Rp. 630.000**, ditambah **Rp. 119.500**, sehingga total **Rp. 749.500**.

3. Perhitungan Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk. Biaya produksi terdiri dari biaya tetap dan biaya variable. Beberapa asumsi dalam perhitungan ini adalah:

9. Penyusutan garis lurus
10. Umur alat selama dua tahun
11. Harga akhir alat Rp. 0
12. Kemasan produk 500 gram
13. Produk laku jual semua
14. Listrik, telpon, merupakan biaya tetap
15. Tiap hari dapat memproduksi 10 kemasan dodol
16. Hari kerja 25 hari/bulan, sehingga produksi per bulan adalah 250 kemasan

Biaya Tetap Per Bulan Selama 2 Tahun¹⁸

Penyusutan Rp.630.000,-/24 bulan	= Rp. 27.000
<u>Listrik, telpon, dan lain-lain</u>	<u>= Rp. 150.000 +</u>
Total	= Rp. 177.000

Biaya Variabel

Untuk produksi 10 kemasan dodol kalamansi dibutuhkan biaya komponen:

¹⁸ Arief Sugiono, *Manajemen Keuangan*, (PT Grasindo : Jakarta, 2009) , h .95

Perasan jeruk 300 ml	= Rp. 20.000
Gula pasir 1 kg	= Rp. 25.000
Gula merah 1/2 kg	= Rp. 8.000
Santan 1 kg	= Rp. 8.000
Rose Brand ketan 1 bungkus	= Rp. 12.000
Kemasan 3 lembar	= Rp. 9.000
Logo 5 lembar	= Rp. 50.000 +
Total	= Rp. 119.500

Biaya produksi untuk 10 kemasan Dodol Kalamansi adalah:

Biaya tetap = Rp. 177.000 / 250 kemasan = Rp. 708

Biaya variable = Rp. 119.500 / 10 kemasan = Rp. 11.950

Biaya produksi 10 kemasan Dodol Kalamansi = Rp. 12.658

Perhitungan titik impas¹⁹

Titik impas dihitung berdasarkan jumlah Dodol kalamansi yang dibuat:

Biaya produksi per 10 kemasan =Rp. 12.658,-

Harga jual dipasarkan per 10 kemasan rata-rata = Rp.12.500,-

BEP (Break Event Point)

$$= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}}$$

¹⁹ Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta : PT BUMI AKSARA, 2005) , h.192

$$= \frac{\text{Rp. 177.000}}{\text{Rp. 12.500} - \text{Rp. 11.950}}$$
$$= 250 \text{ kemasan}$$

Artinya jika kita mampu membuat dan menjual sebanyak 250 kemasan per bulan, maka usaha kita berada pada titik impas (tidak untung dan tidak rugi). Jika mampu memproduksi dan menjual lebih dari kemasan, maka usaha akan memberikan keuntungan. Sebaliknya jika kurang dari kemasan, maka usaha dianggap rugi

BAB III

METEDO PELAKSANAAN

A. Alat dan Bahan

1. Alat

Peralatan yang digunakan dalam pembuatan Dodol

Kalamansi sebagai berikut:

Tabel 3.1 Alat

No	Jenis Alat	Jumlah
1.	Wajan Besar	1 buah
2.	Pengaduk Kayu	2 buah
3.	Baskom Besar	2 buah
4.	Saringan	1 buah
5.	Spatula	1 buah
6.	Pisau	2 buah
7.	Kompur Gas	1 buah
8.	Tabung Gas	1 buah
9.	Staples	1 buah

2. Bahan

Bahan produk yang kami gunakan dalam pembuatan Dodol Kalimansi dengan bahan utama perasan jeruk kalamansi, tepung ketan, santan kelapa, margarin, gula merah, dan gulah pasir.

3. Proses Pembuatan

Tahap-tahap pembuatan Dodol Kalamansi sebagai berikut:

a. Pembuatan Dodol Kalamansi

Langkah-langkah:

1. Pertama- tama parut 2 buah kelapa berukuran sedang, setelah kelapa di parut kemudian kelapa diperas, pemerasan kelapa cukup memerlukan air yang sedikit supaya mendapatkan santan yang kental dengan menghasilkan santan sebanyak 1 liter atau secukupnya.

Gambar 3.1 Proses pemerasan santan kelapa



2. Kemudian cairkan margarin setelah itu campurkan tepung ketan dan santan kemudian di aduk supaya tepung dan santan tercampur dengan rata tidak menggumpal, setelah santan dan tepung tercampur kemudian masukan ke dalam wajan dan di masak dengan api yang sedang di aduk jngan sampai mengental. Setelah tepung ketan dan santai sudah agak mengental seperti pembuatan bubur masukan margarin yang sudah di cairkan dan aduk sampai tercampur rata.

Gambar 3.2 Pencampuran Margarin, Santan dan Tepung



3. kemudian kita cairkan dulu gula merah agar proses pencampuran gula lebih larut, setelah gula merah sudah mencair masukan gula merah dan gula pasir dan di aduk terus hingga tercampur rata.

Gambar 3.3 Pencampuran Gula Merah , Gula Pasir



4. Masukan jeruk kalamansi sebanyak 5 atau 6 sendok makan ke dalam adonan dodol, campuran kalamansi ini sebagai rasa yang dominan yang ada di dalam dodol ini, cita rasa ini menjadi manis dan ada rasa jeruk kalamansinya.

Gambar 3.4 Pencampuran Jeruk Kalamansi



5. Setelah semua bahan sudah tercampur aduk dan dimasak dengan api sedang. Dodol yang dimasak tidak boleh dibiarkan tanpa pengawasan, karena jika dibiarkan begitu saja, maka dodol akan hangus pada bagian bawahnya dan akan membentuk kerak. Dodol harus diaduk terus menerus untuk mendapatkan hasil yang baik. Waktu pemasakan dodol kurang lebih membutuhkan waktu 1,5 jam dan jika kurang dari itu, dodol yang dimasak akan kurang enak untuk dimakan.

Gambar 3.5 Pemasakan Dodol



6. Setelah 30 menit, pada umumnya campuran dodol akan berubah warna menjadi coklat pekat. Pada saat itu juga

campuran dodol akan mendidih dan mengeluarkan gelembung-gelembung udara, Dodol harus diaduk agar gelembung-gelembung udara yang terbentuk tidak meluap keluar dari kuahi sampai saat dodol tersebut matang dan siap untuk diangkat. Dodol harus diaduk agar gelembung-gelembung udara yang terbentuk tidak meluap ke luar dari kuahi sampai saat dodol tersebut matang dan siap untuk diangkat. Ciri-ciri dodol yang sudah masak dodol akan berubah warnah menjadi warnah coklat tua, berkilat dan sudah tidak lengket lagi.

Gambar 3.6 Dodol Kalamansi Sudah Masak



7. Setelah dodol sudah masak kemudian dodo di diangkat dan dinginkan dari kuahi pemasakan tadi. Kemudian setelah dingin dodol bisa dikemas dan bisa langsung di pasarkan.

Gambar 3.7 Siap Dikemas



E. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Pemasaran

Perumahan Sentral Asia Jl. Mahoni RT 20 RW 04 Bumi Ayu Ujung Kec, Selebar Kota Bengkulu. Kemudian untuk produksi dilakukan setelah adanya bahan-bahan tersedia dengan menggunakan waktu yang sangat lama untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan rencana. Pada pelaksanaan pemasaran dilakukan setelah selesai produksi. Pemasaran ini dilakukan sudah lima kali pemasaran dengan respon konsumen yang sangat baik. Pada proses pemasaran ini terdapat respon dari para konsumen yang dapat dijadikan masukan untuk perbaikan pada proses produksi, sehingga produk ini dapat menjadi sempurna sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tugas bagian pemasaran ini yaitu mempromosikan produk kepada konsumen secara detail mulai dari rasa dan kemasan sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut. Langkah awal pemasaran ini dengan menggunakan bauran pemasaran 4P dan dilanjutkan dengan

promosi dengan cara *face to face*, menggunakan media aplikasi WhatssAp dan Instagram. Pemasaran ini memerlukan biaya promosi online yaitu kuota data sebanyak 6 GB dan biaya pengantaran kendaraan yaitu bensin sebanyak 3 liter.

F. Proses Promosi dan Pemasaran

d. Promosi secara *face to face*

Promosi ini telah dilakukan awal mula sebelum menggunakan media sosial whatssAp dan instagram kepada para calon konsumen. Untuk menaik perhatian konsumen produk ini dijelaskan secara detail kepada konsumen. Produk dodol kalamansi ini memiliki rasa dang bentuk yang kreatif dengan rasa buah jeruk kalamansi dan bentuk kemasan yang identik dibalut dengan pita berwarna kuning. Meski saat ini masih pandemi covid proses promosi produk ini dilakukan dengan menggunkana protocol kesehatan dengan menjaga jarak.

Gambar 3.8 Promosi Secara *face to face*



Gambar 3.9 Pemasaran ke-1



e. Promosi menggunakan WhatssAp

Dengan adanya gadget barang yang selalu digunakan orang-orang dalam hal apapun, setiap saat selalu digunakan untuk mencari sesuatu yang dibutuhkan sampai ke detailnya. Didalamnya terdapat aplikasi yang digunakan dan dilihat setiap saat. Terutama jumlah yang paling banyak digunakan yaitu, instagram, facbook, dan whatsApp. Menggunakan media sosial akan memudahkan memasarkan produk, misal dengan cara menampilkan gambar produk dengan kreatif yang dapat menarik perhatian konsumen. Strategi ini sudah dilakukan dengan cara mengupload gambar melalui whatsApp dan instagram yang dimulai setelah proses produksi dodol kalamansi. Untuk pengiriman produk ini digunakan antar barang baru membayar atau sering disebut *Cash On Delivery*.

Gambar 3.10 Promosi Menggunakan WhatssAp



f. Promosi menggunakan Instagram

Untuk menambah konsumen, selain whatssAp digunakan juga Instagram. Dengan menggunakan Instagram konsumen dapat dapat terus melihat produk ini, karena dengan menggunakan aplikasi ini promosi akan terus bertahan dalam jangka waktu yang lama.

Gambar 3.11 Promosi Menggunakan Instagram



Menurut Pribadi dan Mundung mendefinisikan bahwa konsep pemasaran adalah upaya pemasaran yang berfokus pada pasar dan berorientasi pada konsumen untuk memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai kunci mencapai tujuan perusahaan.²⁰ Apabila terdengar kata pemasaran sering kali dikaitkan oleh banyak pihak dengan penjualan (*sales*), sales promoti in girl. ikl, promosi, atau produk. Bahkan orang sering kali menyamakan profesi marketer (pemasar) dengan penjual. Namun sebenarnya pemasaran tidaklah sesempit yang diidentikkan oleh banyak orang, karena pemasaran berbeda dengan penjualan. Pemasaran lebih merupakan “suatu seni menjual produk”, sehingga pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai dengan setelah produk terjual. Berbeda dengan penjualan yang hanya berkuat pada terjadinya transaksi pernjual barang atau jasa.²¹

Pemasaran dodol kalamansi ini sudah dilakukan sebanyak tiga kali dengan mendapati respon dari para konsumen. Dari respon konsumen itu produk ini mendapat masukan untuk perbaikan padadr prosese pembuatannya. Adapun respon konsumen pada saat pemasaran produk diantaranya:

- d. Pemasaran pertama dengan respon konsumen terkait rasa yang kurang dari sari jeruk kalamansi serta manisnya gula.

²⁰ Hadiyati, Ernani, *Kajian Pendekatan Kewirausahaan dan Kinerja Penjualan Usaha Kecil*. Fakultas Ekonomi Universitas Malang 2009. Vol 11, hal 186.

²¹ Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabet, 2012), h. 5.

- e. Pemasaran kedua dengan respon konsumen terkait kemasan yang kurang menarik, sehingga pada pemasaran berikutnya produk ini kemasannya diperbaharui dengan menonjolkan adanya pita berwarna kuning sebagai ciri khas dari produk dodol kalamansi.
- f. Pemasaran ketiga dan seterusnya dengan respon konsumen sudah baik semua baik itu rasa dari dodol kalamansi maupun kemasan.

Gambar 3.12 Pemasaran produk ke-1



Gambar 3.13 Pemasaran ke-2



Dalam proses pemasaran ini menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) artinya menggunakan campuran kegiatan-kegiatan marketing yang mendatangkan hasil yang paling memuaskan.²² Pada proses pemasaran sangat dibutuhkan strategi pemasaran 4P, diantaranya yaitu:

5. Produk (*Product*)

Produk adalah barang yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk dodol kalamansi merupakan produk baru yang akan dijadikan sesuatu yang dapat dipasarkan yang memiliki nilai jual. Produk dodol kalamansi ini memiliki brand yaitu “ISYU DODOL KALAMANSI” dimana asal mula brand ISYU ini tercipta dengan dengan seiringnya berjalan proses dari perencanaan, pembuatan PIRT yang terciptanya nama produk untuk dikenal orang-orang. Brand ISYU ini didapat saat proses survey dari dinas kesehatan makanan yang mengajukan apa nama brand produk ini. Dengan adanya masukan dari tim, terbentuklah ISYU yang artinya merupakan nama dari anggota kelompok produk dodol kalamansi ini yaitu Indah, Siti, dan Yuda. Adanya brand ISYU ini diharapkan nantinya produk ini dapat dikenal oleh banyak orang.

Alasan mengapa dinamakan dodol kalamansi?
Disini produk ini bahan utamanya banyak menggunakan sari

²² Musfar Tengku Firlu, *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*, (Bandung: 2020), h.9.

dari jeruk kalamansi yang menonjolkan cita rasa kalamansinya. Dalam satu kemasan tersedia 10 buah dodol. Produk dodol kalamansi ini dapat bertahan selama dua minggu, karena produk ini tidak dapat bertahan lama itu disebabkan karena produk basah dan mengandung santan. Selain itu dengan adanya pembuatan dodol kalamansi ini dapat berkontribusi dengan penjual buah jeruk kalamansi yang banyak dibudidayakan di Bengkulu.

Banyak sekali manfaat dari kandungan pada produk dodol kalamansi ini yaitu vitamin c yang mempunyai manfaat bagi kesehatan tubuh. Kandungan gizi sebuah jeruk kalamansi yakni mengandung 12 kalori, serat 1,2 g, potasium 37 mg, vitamin C 7,3 g, vitamin A 57,4 mg IU, kalsium 8,4 mg, air 15,5 g dan mengandung karbohidrat 3%, mineral 1%, asam askorbat 0,1%, asam sitrat 3%. Buah jeruk ini merupakan bahan utama dari produk dodol kalamansi yang dapat di tanam di daerah pekarangan rumah atau didalam pot, sehingga dapat dijadikan kemudahan dalam proses pembuatan dodol kalamansi Didalam upaya memperlancar pemasaran produk yang harus senantiasa ditekankan adalah pengembangan produk yang berkesinambungan tanpa mengurangi rasa dan kualitas produk itu sendiri. Disamping itu untuk menarik pelanggan juga dibuat kemasan produk menarik dengan tidak kuno. Sehingga produk tersebut semakin mempunyai karakter.

bagi dua pihak yaitu konsumen dan produsen. Harga dodol kalamansi disini yaitu sebesar Rp. 12.500.-. Dalam satu kemasan terdapat sepuluh buah dodol didalamnya.

7. Tempat/Lokasi (*Place*)

Lokasi pemasaran saat ini berada di Perumahan Sentral Asia Jl. Mahoni RT 20 RW 04 Bumi Ayu Ujung Kec, Selebar Kota Bengkulu.

Gambar 3.16 Tempat/Lokasi



8. Promosi (*Promotion*)

Pada tahap awal promosi yang dilakukan melalui strategi promosi yaitu mulai dari mulut ke mulut atau secara langsung dan melalui online dengan menggunakan aplikasi whatsapp dan instagram.

G. Analisis Peluang Usaha

Adapun peluang dan tantangan dari produk Dodol Kalamansi, yaitu:

3. Peluang usaha

- j. Bahan-bahan yang digunakan sangat mudah didapat
- k. Proses pengolahan mudah dilakukan, walau memerlukan waktu yang lama
- l. Pemasaran dapat dilakukan saat menjelang hari besar
- m. Dapat dijadikan ciri khas oleh-oleh Bengkulu
- n. Memiliki nilai jual yang baik

4. Tantangan usaha

Tantangan dari produk Dodol Kalamansi ini adanya daya saing dengan pengusaha dodol yang lain seperti, jenang dodol garut. Maka dengan itu produk mampu bersaing dengan produk lainnya dipasaran. dengan balutan pita yang terlihat sebagai ciri khas sebagai oleh-oleh.

Table 3.2 laporan Penjualan Dodol Kalamansi

No	Bulan	Produk	Target penjualan	Target tercapai	Harga produk	Total
1	November	Dodol Kalamansi	15	20	Rp. 12.500	Rp. 250.000
2	Desember	Dodol Kalamansi	20	28	Rp. 12.500	Rp. 350.000
3	Januari	Dodol Kalamansi	30	40	Rp. 12.500	Rp. 600.000
Total			65	88	Rp. 37.500	Rp. 1.200.000

Penjualan produk dodol kalamansi dalam tiga bulan terakhir terhitung dari bulan November-Januari target penjualan dodol kalamansi mencapai 65 produk per bulan sedangkan target yang tercapai 88 produk. Untuk total harga yang di berikan ke konsumen Rp 37.500/ 3 bulan. Dan jumlah rata-rata pendapatan tiga bulan terakhir adalah Rp. 1.200.000. Hasil dari pendapatan penjualan ini sudah terhitung untung walau hanya sedikit, karena hasil dari penjualan ini akan dikelola kembali untuk produksi dan akan dijual kembali.

BAB IV
ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

C. Anggaran Biaya

No		Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga	
E. Tahap Pelatihan				
	Achievement Motivation Training			
	Transportasi Pemateri	1 Orang	Rp 100.000	Rp 100.000
	Konsumsi	6 Orang	Rp 15.000	Rp 70.000
	Ujrah Pemateri	1 Orang	Rp 350.000	Rp 350.000
	Copy dan jilid Panduan	3 Buah	Rp 15.000	Rp 45.000
	Jumlah			Rp 565.000
F. Tahap Pelaksanaan				
	Bahan Habis Pakai			
	Perasan Jeruk kalamansi	300 ml	Rp. 20.000	Rp. 20.000
	Gula pasir	1 kg	Rp. 12.500	Rp. 12.500
	Gula merah	½ kg	Rp. 8.000	Rp. 8.000
	Santan	1 kg	Rp. 8.000	Rp. 8.000
	Rose brand ketan	1 bungkus	Rp. 12.000	Rp. 12.000
	Kemasan plastik	3 buah	Rp. 3.000	Rp. 9.000
	Logo	5 lembar	Rp. 10.000	Rp. 50.000
	Jumlah			Rp. 119.500
	Peralatan Tetap			
	Wajan besar	1 Buah	Rp. 100.000	Rp. 100.000
	Pengaduk kayu dodol	2 buah	Rp. 20.000	Rp. 20.000
	Baskom besar	2 buah	Rp. 25.000	Rp. 50.000
	Saringan	1 buah	Rp. 5.000	Rp. 5.000

	Spatula (kayu)	1 buah	Rp. 5.000	Rp. 5.000
	Pisau	2 buah	Rp. 10.000	Rp. 20.000
	Kompore gas	1 buah	Rp. 250.000	Rp. 250.000
	Tabung gas	1 buah	Rp. 150.000	Rp. 150.000
	Staples	1 buah	Rp. 10.000	Rp. 10.000
	Jumlah			Rp. 630.000
G. PELAPORAN				
	Proposal	4 buah	Rp 20.000	Rp 80.000
	LPJ dan penggandaan	4 buah	Rp 20.000	Rp 80.000
	ATK kertas HVS	2 Rim	Rp. 30.000	Rp. 60.000
	Jumlah			Rp. 220.000
H. Keuntungan				
	Harga perkemasan	1 kemasan	Rp. 12.500	Rp. 12.500
	Keuntungan	1 kemasan	Rp. 2.500	Rp. 2.500
	Keuntungan	15 bungkus	Rp. 12.500	Rp. 362.500

Pada rincian biaya diatas merupakan biaya dan bahan yang digunakan dalam melakukan kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa ISYU Dodol Kalamansi. Ada beberapa bahan yang awal mulanya dibeli sebagai bahan pembantu/pelengkap untuk produksi seperti pewarna makanan, namun pewarna ini tidak kami gunakan dikarenakan dari proses produksi produk ini sudah mempunyai warna yang khas yaitu warna cokelat. Kemudian sirup kalamansi yang dibuat sendiri, namun tidak kami gunakan lagi dikarenakan adanya pemborosan bahan dikemudian hari.

Selain itu produk ini pada awalnya terdapat tiga produk yang akan ditekuni sebagai program Kreativitas Mahasiswa.

Adanya pengajuan produk kepada pembimbing serta adanya presetasi untuk memilih produk yang baik untuk di jadikan sebagai kegiatan selama PKM. Hingga akhirnya produk dodol kalamansi ini yang lolos sebagai bahan PKM. Dua diantaranya produk yang tidak terpilih yaitu permen kalamansi dan sirup kalamansi. Untuk permen kalamansi sangat sulit untuk pembuatannya yang membutuhkan pengawetan warna pada produk, sedangkan sirup kalamansi merupakan produk yang sudah banyak digarap oleh banyak masyarakat Bengkulu dan sudah tersebar juga ke Negara lain. Maka dari itu produk dodol kalamansi ini merupakan produk baru yang memiliki daya nilai jual di tengah-tengah masyarakat yang bagus.

D. Jadwal Kegiatan

Table 4.2 Jadwal Kegiatan

No	Pelaksanaan Kegiatan	Bulan ke I				Bulan ke II				Bulan ke III				Bulan Ke IV			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Perencanaan	■	■	■	■	■											
2	Survey Bahan Baku	■	■	■	■	■											
3	Pelatihan	■	■	■	■	■											
4	Promosi	■	■	■	■	■	■	■	■								
5	Produksi	■	■	■	■	■	■	■	■	■							
6	Pemasaran	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7	Evaluasi	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
8	Pembuatan Laporan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Keterangan:

1. Warna hijau : kegiatan dilakukan Tim bersama-sama
2. Warna kuning : kegiatan mandiri bagian pemasaran
3. Warna putih : libur

Kegiatan pemasaran ini dilakukan setelah selesai kegiatan produksi yang sempurna, baik dari rasa produk dan kemasannya untuk menarik perhatian konsumen. Kegiatan ini dilakukan sudah lebih dari lima kali dalam satu bulan yang menghasilkan keuntungan dari setia perkemsaannya yaitu sebanyak Rp. 2.500.- pada awal mula kegiatan pemasaran ini berlangsung mengalami kerugian, sebab adanya kurang sempurna proses produksi yakni rasa yang kurang menarik. Hingga akhirnya produk ini mengalami kerugian. Namun dari kerugian ini produk dodol kalamansi dapat disempurnakan rasanya sesuai dengan keinginan konsimen. Pada pemasaran kedua dilakukan kembali pemasaran dan kerugian.

BAB V

HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN

C. Hasil yang dicapai berdasarkan luaran program

Program kreatifitas Mahasiswa ini dilakukan dari bulan September 2020 hingga bulan Februari 2021 baik dari mulai perencanaan, produksi hingga pemasaran. Pada perencanaan hasil yang dicapai merupakan wacana produk yaitu dodol kalamansi yang pada awalnya mempunyai tiga produk yang akan dilakukan. Dengan adanya produk dodol kalamansi untuk melakukan produksi tahap awal dirincikan bahan dan alat yang digunakan untuk produksi. Setelah merincikan alat dan bahan tahap selanjutnya yaitu menentukan lokasi produksi sekaligus pemasaran. Lokasi yang ditentukan yaitu Perumahan Sentral Asia Jl. Mahoni RT 20 RW 04 Bumi Ayu Ujung Kec, Selebar Kota Bengkulu.

Pada kegiatan produksi hasil yang dicapai yaitu terciptanya produk dodol kalamansi. Untuk tahap pembuatan dodol kalmansi ini memerlukan waktu yang sangat lama dan harus terus diaduk dengan menggunakan api yang sedang. Awal mula pembuatan dodol kalamansi produk ini mengalami kegagalan dalam pembuatan awal dikarenakan api yang lumayan besar dan tidak menggunakan margarin sehingga olahan masih terasa mentah walau sudah memakan waktu yang lama pada proses pembuatannya. Produksi yang kedua produk ini kurang terasa sari kalamansi, dan pada produksi selanjutnya sudah diproduksi sesuai

dengan kebutuhan konsumen. Selanjutnya proses pengemasan yang membutuhkan kreativitas dari tim untuk menentukan kemasan yang cocok untuk produk. Kemasan awal produk ini menggunakan sebuah toples namun jika menggunakan toples akan sangat memboros tempat. Maka kesepakatan tim produk ini menggunakan plastik yang dibalut dengan pita berwarna kuning. Pada pemesanan dari konsumen, pengantaran produk dan pembayaran ditempat. Pemasaran ini dilakukan selama tiga bulan dan produksi disesuaikan dengan pemasaran. Produk ini dijual dengan harga Rp. 12.500.

b. Kegiatan pelatihan PIRT

PIRT merupakan hibah diseminasi yang diberikan oleh Dinas Kesehatan untuk bahan makanan dan minuman yang memenuhi pedoman sanitasi. Sesuai dengan namanya, khususnya Makanan Industri Rumah Tangga, PIRT diberikan untuk makanan yang dibuat oleh usaha rumah tangga, usaha kecil dan menengah.²³ Adapun kegiatan yang diadakan oleh Dinkes kesehatan dilakukan pada 6 November 2020 dirumah makan Jenggalu Lingkar Barat Bengkulu. Kegiatan ini diikuti oleh Indah Dwi Lestari sebagai peserta penyuluhan keamanan pangan dengan narasumber dari kepala dinas kesehatan yaitu

²³ <https://sokitajaya.co.id/pengajuan-ijin-edar-pirt/> Diakses pada tanggal 1 Februari 2021 pada jam 11.00

ibu Susilawati S.sos, dari label halal yaitu bapak Edwar Suharnas dan ibu Yunika Sari dari bagian komunikasi BPOM. Sumber dana pelatihan ini diperoleh dari anggota perkelompok Dodol Kalamansi Raflesia materi yang di sampaikan sebagai berikut :

d. Produk dengan PIRT

Contoh produk yang tidak dapat masuk dalam PIRT seperti, susu dan segala isinya, daging dan segala isinya, air saring, makanan anak, dan banyak lagi lainnya. Varietas makanan basah yang memerlukan penanganan khusus dalam penyimpanan dan kapasitas juga dilarang PIRT, seperti jenis makanan kaleng dan beku. Pada saat kami mendaftar untuk pendaftaran PIRT, kami tidak memiliki barang apapun (karena Sokita Jaya baru berumur satu hari). Ternyata tidak menjadi masalah, dan pertemuan itu mencatat beberapa item yang ingin dibuat.

e. Masa berlaku PIRT

Ada dua macam masa legitimasi PIRT. Pertama, untuk makanan dengan masa kadaluarsa lebih dari tujuh hari, akreditasi PIRT memiliki waktu legitimasi 5 tahun. Kedua, makanan dengan tanggal penghentian di bawah tujuh hari, konfirmasi PIRT memiliki waktu legitimasi 3 tahun. Keduanya dapat dipulihkan beberapa saat kemudian.

f. Syarat pendaptaran PIRT

Syarat mendaftar untuk pengajuan PIRT yaitu:

- d. Lengkapi struktur pendaftaran Konseling Keamanan
- e. Kemudian, kemudian kumpulkan salinan KTP
- f. Kumpulkan 2 bit foto ukuran 3×4

Pengajuan PIRT sertifikat ini dapat digunakan di seluruh wilayah Indonesia. Maka dari hasil mengikuti pelatihan PIRT ini, keberlanjutan yang diharapkan masyarakat akan percaya dan merasa aman dengan pada saat mengkonsumsi dan membeli produk ini.

D. Potensi keberlanjutan program

Hasil produksi ini merupakan dodol kalamansi yang memiliki rasa manis dengan campuran dari jeruk kalamansi, dodol kalamansi ini masih mempertahankan rasa dodol yang tradisional. Di dalam lingkungan masyarakat makanan dodol kalamansi ini terbilang baru dan belum dikenal banyak masyarakat namun dengan adanya interaksi sosial mereka dapat menyadari dengan mudah untuk mengenal produk ini dengan cepat. Program PKM ini dapat bertahan dapat dilakukan seterusnya karena dodol kalamansi sudah memiliki izin usaha dan label No PIRT, dimana PIRT ini sangat penting.

Dari Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) diharapkan dapat mengelola cemilan baru dari dodol kalamansi dengan sudah mengaburkan variasi rasa sehingga bisa berubah menjadi cemilan elektif lainnya sudah mengaburkan variasi rasa sehingga bisa

berubah menjadi cemilan elektif lainnya di kalangan orang-orang Bengkulu.

BAB VI

PENUTUP

C. Evaluasi

Berdasarkan dari proses uji coba pemasaran yang dilakukan setelah proses produksi, produk dodol kalmansi ini memiliki respon dari konsumen yang sangat bagus dan baik, hanya saja pada awal pemasaran produk ini mendapat respon konsumen yaitu dengan kemasan yang sedikit kurang menarik. Dari respon konsumen itu, produk ini membuat perubahan kemasan yang lebih menarik sehingga pemasaran berikutnya produk dodol kalmansi mendapatkan respon yang bagus, baik dari rasa maupun kemasan yang kami beri pita merah yang membuat ciri khas tersendiri untuk kemasan dodol kalmansi. Dari respon konsumen itu produk ini dapat terbentuk sempurna dan lebih bagus dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehingga kedepannya dapat dijadikan pelajaran bahwa respon dari konsumen itu sangat bagus untuk penyempurnaan produk.

Berhubungan baik dengan pelanggan kita juga dapat mendapat masukan terhadap perencanaan keberlanjutan dari produk kita. Selain itu pelanggan kadang kali memberikan masukan terhadap inovasi produk. Ini semua merupakan keuntungan dari berhubungan baik dengan pelanggan, selain itu hal ini memang harus dilakukan agar bisnis ini dapat berkembang dan menjaga pelanggan agar terus percaya terhadap produk. Selain itu kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara

pembisnis yang ditawarkan kepada konsumen, karena konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar.

D. Kesimpulan

Berdasarkan program kreativitas mahasiswa di bumi ayu ujung jalan mahoni RT 20 RW 04 maka dapatlah kami melakukan proses perencanaan, produksi, dan pemasaran. Sehingga kami dapat mengenalkan produk Dodol Kalamansi ini di kalangan masyarakat Bengkulu, yang mana produk ini terbilang baru di kalangan masyarakat. Maka dari program kreativitas mahasiswa dapatlah kami memperluas pengetahuan tentang Dodol Kalamansi ini yang di peroleh dari pengalaman dalam wirausaha tersebut baik itu melalui perencanaan, produksi dan pemasaran secara nyata.

Sesuai dalam pemasaran untuk memasarkan produk ini menggunakan strategi promosi online melalui IG, WA, juga secara langsung kepada pembeli serta langkah lebih lanjutnya akan mengenalkan produk pada daerah-daerah lain dengan menggunakan akun shoope, sehingga masyarakat luar Bengkulu juga dapat mengkonsumsi dan mengenal produk ini. Dodol Kalamansi ini sudah layak dijual di kalangan masyarakat umum karena produk ini sudah mendapat label izin dan No P-IRT. Dengan adanya No P-IRT tersebut masyarakat dapat mempercayai produk ini untuk konsumsi.

E. Saran

Penyusunan laporan ini memerlukan perbaikan dan kritik serta saran yang sifatnya membangun dan menyempurnakan laporan ini. Sehingga dalam penyusunan laporan ini dapat menjadi lebih baik lagi dan dapat menjadi contoh untuk generasi selanjutnya, serta diharapkan dengan disusunnya laporan ini dapat menjadikan panduan untuk membuat laporan usaha serta dapat menambah lapangan kerja yang baru yang bisa mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief Sugiono, *Manajemen Keuangan*, (PT Grasindo : Jakarta, 2009) , h .95
- Arsi Ariyanto, dkk, *Strategi Pemasaran di Masa Pandemi* (Sumatera Barat: 2021), h.9.
- Hadiyati, Ernani, “*Kajian Pendekatan Kewirausahaan dan Kinerja Penjualan Usaha Kecil*”. Fakultas Ekonomi Universitas Malang 2009
- <http://www.lokerpns.web.id/2018/05/pengertian-resiko-usaha-jenis-contoh-cara-mengatasinya.html>
- <https://sokitajaya.co.id/pengajuan-ijin-edar-pirt/> Diakses pada tanggal 1 Februari 2021 pada jam 11.00
- https://id.wikipedia.org/wiki/Jeruk_kalamansi Diakses pada tanggal 2 Februari 2021 pada jam 09.25
- Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta : PT BUMI AKSARA, 2005) , h.192
- Mahmudah, Monry. *Strategi peningkatan minat wirausaha mahasiswa melalui program kreativitas mahasiswa-kewirausahaan (PKM-K) di program studi pendidikan ekonomi FKIP Universitas Lambung Mangkurat*. (Jurnal pendidikan dan pembelajaran ilmu pengetahuan sosial, 6 oktober 2017), h. 297

Musfar Tengku Firli, *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*, (Bandung: 2020), h.9.

Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabet, 2012), h. 5.

Taufiqurokhman. *Konsep Dan Kajian Ilmu Perencanaan*. (Fakultas Ekonomi Sosial Dan Ilmu Politik:2008),h.3

Vivin,Dzulkirom,Raden. *Analisis Break Even Point sebagai alat perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan*. (Jurnal Administrasi Bisnis Vol.35 No. 1 juni 2016), h. 199

Zulkarnaen Oky Halim, *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan*, (Semarang: 2013), h. 1.

LAMPIRAN GAMBAR

1. Lokasi Pemasaran



2. Bahan-bahan Produk



3. Proses Pembuatan





4. Proses Pengemasan



5. Logo Produk



6. Kemasan Produk



7. Promosi Menggunakan WhatsAp



8. Promosi menggunakan Instagram



9. Pemasaran

