

## **PELATIHAN PENGEMASAN DAN PEMASARAN DODOL MENGGUDU UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK**

**Ristiliana<sup>1)</sup>, Salmiah<sup>2)</sup>, Yulia Novita<sup>3)</sup> Indah Wati<sup>4)</sup>**

<sup>1</sup> Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
[ristiliana@uin-suska.ac.id](mailto:ristiliana@uin-suska.ac.id)

<sup>2</sup> Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
[salmiah@uin-suska.ac.id](mailto:salmiah@uin-suska.ac.id)

<sup>3</sup> Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
[yulia.novita@uin-suska.ac.id](mailto:yulia.novita@uin-suska.ac.id)

<sup>4</sup> Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
[indahwati@uin-suska.ac.id](mailto:indahwati@uin-suska.ac.id)

### **Abstrak**

Adapun tujuan dilaksanakannya kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan dan pelatihan tentang pengemasan serta pemasaran dodol mengkudu. Kegiatan pengabdian ini sebagai bentuk lanjutan kegiatan pengabdian yang sebelumnya sudah tim pengabdian lakukan pada Ibu-Ibu PKK Kelurahan Kampung Tengah Kecamatan Sukajadi Pekanbaru. Adapun metode yang tim gunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah berupa pelatihan yang diberikan kepada peserta dan praktek dalam melakukan pengemasan serta mempelajari bagaimana cara memasarkan produk yang sudah dikemas agar memiliki nilai jual di Masyarakat. Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa ibu-ibu PKK Kampung Melayu sangat antusias mengikuti kegiatan dari awal sampai akhir kegiatan. Mereka memahami bagaimana cara mengemas produk dengan baik, menarik dan memiliki nilai jual serta mereka antusias untuk mempromosikan dodol mekgkudu tersebut di warung/kedai, sawalayan dan bahkan sebagian ingin menjual di lapak online.

**Keywords:** *Pengemasan, Pemasaran, Dodol Mengkudu, Nilai Jual, Produk*

### **Abstract**

*The aim of this community service activity is to provide knowledge and training on packaging and marketing of mengkudu dodol. This community service activity is a form of continuation of the community service activities that the community service team previously carried out for the PKK mothers of Kampung Tengah Village, Sukajadi District, Pekanbaru. The method used by the team in this community service activity is in the form of training given to participants and practice in packaging and learning how to market packaged products so that they have a selling value in the community. The results of this community service activity show that the PKK mothers of Kampung Melayu were very enthusiastic about participating in the activity from the beginning to the end of the activity. They understand how to package products well, attractively and have a selling value and they are enthusiastic about promoting the mekgkudu dodol in stalls/shops, food stalls and some even want to sell it online.*

### **1. PENDAHULUAN**

Dodol adalah salah satu makanan khas atau makanan Tradisional yang berasal dari daerah Indonesia. Dodol adalah makanan yang terbuat dari tepung ketan dan ditambahkan beberapa bahan lainnya seperti gula merah dan santan kelapa agar menghasilkan rasa yang enak. Sekarang ini berbagai tambahan rasa bisa

di tambahkan pada pembuatan dodol sehingga rasa dodol tidak hanya satu jenis saja namun sekarang ini justru semakin banyak variasi. Salah satunya dodol mengkudu juga sudah banyak diminati di beberapa daerah. Mengkudu sejak zaman dahulu sebenarnya telah dikenal dan banyak dipergunakan sebagai bahan sayuran atau pengobatan, namun

kemudian tersisih dengan kemajuan zaman.

Beberapa publikasi menyatakan bahwa buah mengkudu berkhasiat untuk mengobati aterosklerosis, diabetes, tekanan darah tinggi, radang tenggorokan, batuk, serta mencegah penyerapan lemak dan melancarkan air seni. Selama ini buah mengkudu hanya dijadikan jus dan kurang diminati warga, padahal, buah mengkudu juga dapat diolah menjadi produk makanan yakni dodol.

Pengolahan mengkudu menjadi dodol merupakan bagian dari inovasi dalam membuat dodol, dicampur dengan ekstrak buah mengkudu yang jarang dibuat, oleh masyarakat, Buah mengkudu jarang di olah atau digunakan oleh masyarakat pada umumnya oleh karena itu kita sebagai generasi enterpreneur dan bisa melihat peluang maka kami berinovasi membuat buah mengkudu menjadi makanan yang bisa di konsumsi.

Langkah-langkah mengolah mengkudu menjadi dodol adaalah sebagai berikut:

- a. Cuci buah mengkudu dan kupas kulitnya
- b. Iris buah mengkudu lalu haluskan untuk diambil ekstrak saripatinya saja
- c. Lalu haluskan ketan yang sudah disangrai
- d. Lalu masak gula merah dan santan dicampur dengan gula pasir dan mencampurkan ekstrak buah mengkudu
- e. Lalu masukkan ketan yang sudah dihaluskan dan aduk hingga jadi mengental dan berubah warna menjadi coklat kehitaman
- f. Setelah jadi lalu bungkus semenarik mungkin dodol yang sudah jadi.

Setelah olahan dodol mengkudu ini jadi tentu untuk bisa dikenal oleh Masyarakat dan bernilai ekonomis maka dodol ini harus dipasarkan. Sebelum kegiatan pemasaran hal penting yang harus dilakukan adalah *packaging* terhadap

produk tersebut, karena tujuan dari kegiatan ini agar dodol mengkudu yang sudah jadi ini bisa memiliki nilai jual yang ekonomis dan bisa dimanfaatkan oleh Ibu-Ibu PKK Kampung Tengah untuk ide usaha untuk membantu perekonomian keluarga. Hal pertama yang harus dilakukan adalah mengemas produk

Kemasan merupakan salah satu unsur dalam strategi produk yang dipandang memiliki posisi strategis bagi keberhasilan pemasaran suatu produk, bahkan dianggap oleh sebagian besar pemasar sebagai satu elemen bauran pemasaran tersendiri di luar *4P* (*product, price, promotion, place*) (Kotler & Keller, 2015). Desain kemasan yang tidak baik akan dapat membuat konsumen kesulitan di dalam mengenali dan memilih produk (Kotler & Armstrong, 2014). Sebaliknya kemasan yang inovatif akan memberikan keuntungan bagi pelaku usaha dan meningkatkan penjualan. Kotler dan Keller (2015) menyebutkan bahwa kemasan merupakan "*five-second communication*" dengan konsumen. Hal ini berarti bahwa kemasan menjadi daya tarik pertama produk bagi calon pembeli. Bahkan kemasan dipandang sebagai upaya untuk meningkatkan persaingan mengingat kemampuan kemasan dalam menarik konsumen, mengkomunikasikan positioning merek, hingga mendorong terjadinya pembelian (Kotler & Armstrong, 2015).

Menurut Klimchuk dan Krasovec, (2006:33) kemasan diartikan sebagai sebuah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain yang di dalamnya menyertakan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan ini dipergunakan sebagai media untuk membungkus produk, melindungi produk, mengirim produk, mengeluarkan, menyimpan, serta mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar.

Menurut Kotler & Keller (2009:27), pengemasan diartikan sebagai kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Sebetulnya fungsi utama dari kemasan adalah melindungi produk dari cuaca, guncangan, dan benturan-benturan terhadap benda lain.

Oleh karena itu, kemasan tidak hanya berfungsi melindungi produk tetapi juga menginformasikan citra atau kualitas dari produk dan perusahaan. Bagi pengusaha kecil dan mikro, kemasan masih menjadi hal yang cenderung diabaikan, sehingga tidak jarang banyak usaha kecil dan mikro yang tidak dapat berkembang dengan signifikan walaupun mereka mampu menghasilkan produk yang relatif baik. Adanya kemasan/*packaging* yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi / promosi yang mendongkrak penjualan, karena *packaging* pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merk dagang. Perkembangan *packaging* akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi meningkatkan nilai jual produk. Selain *packaging* tidak kalah pentingnya adalah cara pemasaran produk.

Suatu usaha, baik usaha besar, menengah, maupun kecil, didirikan dengan tujuan tertentu. Salah satu tujuan yang paling mendasar adalah mendapatkan keuntungan (Davoren, 2016). Menurut Zyman (2000), pemasaran merupakan cara untuk mencapai keuntungan maksimal, menjual produk sebanyak-banyaknya kepada sebanyak mungkin orang, sesering mungkin dengan harga setinggi mungkin. Dengan demikian, strategi pemasaran diperlukan untuk mencapai tujuan keuntungan maksimal.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012), "Pemasaran berarti kegiatan

individu yang diarahkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui barter." Pemasaran berarti menentukan dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari sebuah perusahaan. Sesuai dengan mata rantai pemasaran (Arnold, 1996), keuntungan jangka panjang dapat diperoleh bila ada penggunaan produk secara berulang-ulang yang dapat terjadi bila terbentuk loyalitas pelanggan.

Oleh karena itu, pengenalan terhadap pentingnya kemasan dan pemasaran dalam meningkatkan usaha perlu dilakukan kepada para pengusaha kecil dan mikro, antara lain Ibu-Ibu yang tergabung dalam ibu PKK. Kegiatan ini dimaksudkan untuk membantu para ibu-ibu PKK yang memiliki minat dalam berwirausaha yang menghasilkan dodol mengkudu. Hal ini mengingat bahwa dari pendampingan sebelumnya yakni cara pengolahan buah mengkudu menjadi dodol terlihat bahwa mereka tidak memperhatikan masalah pengemasan ini dan menjual produknya dengan kemasan apa adanya. Hasil pendampingan ini diharapkan ibu-ibu PKK dapat melakukan pengemasan yang baik dan unik serta bisa melakukan pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk mereka sehingga pendapatan keluarga meningkat dan selanjutnya ekonomi rumah tanggapengusaha mitra yang tergantung pada usaha yang dijalankan juga mengalami perbaikan.

## **2. IDENTIFIKASI MASALAH**

Mengacu pada analisis situasi, maka beberapa masalah yang bisa diidentifikasi antara lain:

- a. Buah mengkudu merupakan buah yang selama ini hanya dijadikan obat oleh sebagian besar masyarakat ternyata

- bisa diolah menjadi produk makanan tradisional;
- b. Buah mengkudu mudah diperoleh dan bisa diolah menjadi dodol dari saripati khas yang dimilikinya;
  - c. Dodol mengkudu bisa dipasarkan baik di pasar tradisional maupun modern jika di kemas dengan menarik dan memiliki nilai jual;
  - d. Ibu-Ibu PKK perlu mendapatkan pelatihan untuk mengemas dan memasarkan dodol mengkudu di pasaran dan pendampingan berkelanjutan.

### **3. METODELOGI PELAKSANAAN**

Pengabdian ini merupakan lanjutan dari pengabdian sebelumnya. Kelompok sasaran dalam kegiatan pengabdian kali ini adalah tetap pada ibu-ibu Rumah Tangga khususnya yang tergabung dalam PKK Kelurahan Kampung Tengah Kecamatan Sukajadi Pekanbaru.

Kegiatan pengabdian ini menggunakan dua metode yang dijabarkan dalam prosedur kerja, sebagai berikut:

- a. Metode ceramah atau orasi yang disampaikan oleh Tim Pengabdian
- b. Metode demonstrasi dan praktik tentang proses pengemasan dan pemasaran.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini telah dilaksanakan pada bulan April 2023. Kegiatan ini berupa pelatihan yang diberikan kepada masyarakat sebagai bentuk edukasi dan literasi ekonomi masyarakat. Khususnya diberikan kepada Ibu-Ibu PKK Kelurahan Kampung Tengah Kecamatan Sukajadi Pekanbaru. Kegiatan ini dimulai pada pukul 08:30 WIB s/d 16:00 WIB. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diikuti oleh 30 orang yang dilaksanakan di Kantor Lurah Kelurahan Kampung Tengah Kecamatan Sukajadi Pekanbaru. Materi yang disampaikan berupa presentasi tentang kilas balik pembuatan dodol untuk

mengingat kembali kepada ibu-ibu PKK tentang kegiatan pengabdian sebelumnya, kemudian materi tentang pengemasan dan pemasaran produk yang ditampilkan lewat slide powerpoint dan dilanjutkan dengan demonstrasi tentang teknik pengemasan dan teknik pemasaran dodol kepada peserta. Pada awalnya peserta mengatakan bahwa selama ini mereka hanya membungkus hasil olahan dodol mengkudu tersebut dengan plastik bening biasa dan tidak ada merek tertentu yang melekat pada dodol tersebut. Mereka juga baru sebatas mencoba memasarkan produk tersebut di warung/kedai harian untuk melihat pangsa pasar. Namun hal tersebut seperti diakui oleh Ibu-Ibu PKK bahwa dodol buatan mereka kurang diminati karena terlihat terlalu polos dan tidak menarik.

Dalam pelatihan yang diberikan kepada Ibu-Ibu PKK ini mereka diajarkan cara mengemas yang baik, menggunakan plastik/kertas yang menarik dan dilengkapi dengan ide-ide pengemasan yang bisa mereka pilih agar bisa mendesain sesuai kreativitas masing-masing. Mereka juga diajarkan membuat merek dagang tersendiri sesuai ciri khas yang mereka miliki. Sebaiknya merek menggambarkan kekhasan dodol dan daerah karena setiap daerah pasti memiliki makanan dodol tetapi berbeda cita rasa. Jadi dodol yang akan dijual ini bisa dikemas dalam satu kemasan medium. Bisa kemasan kotak, plastik, stand pouch dan lain-lain. Jadi dodol tidak dijual per item, mengingat bentuknya yang kecil. Satu kemasan medium diisi dengan 10 item dodol dan baru kemudian di packing dengan packing kemasan bening agar terlihat produk yang dijual dan dikemas tersebut tertera mereknya.

Selain pengemasan peserta juga diajarkan cara memasarkan produk. Mereka diajarkan bagaimana menjual dodol tersebut namun bukan hanya di toko/warung/kedai harian, tetapi juga di media sosial karena zaman sekarang orang sudah sangat dekat dengan media sosial dan banyak e-commerce yang bisa membantu mereka menawarkan produk mereka ke konsumen. Ditambah lagi Ibu-Ibu PKK rata-rata memiliki media sosial

dan aktif di media sosial tersebut, sehingga ini menjadi satu cara untuk bisa dimanfaatkan oleh ibu PKK dalam menawarkan produknya. Masyarakat cenderung senang berbelanja online dibandingkan belanja langsung ke warung/kedai harian. Hal ini menjadi salah satu faktor pendukung untuk kemudahan pelatihan pemasaran ini. Selain itu masyarakat juga sangat antusias mengikuti pelatihan ini karena menurut mereka sangat patut untuk dicoba dan bisa menjadi ide berjualan bagi Ibu-Ibu Rumah tangga.

Namun yang mungkin menjadi faktor penghambat dalam pelatihan ini adalah kurangnya waktu untuk melaksanakan kegiatan ini. Pelatihan ini harusnya bisa dilakukan lebih lama mengingat harus didemonstrasikan oleh masing-masing kelompok dalam membuat ide *packaging* dan pemasaran yang baik terhadap dodol yang sudah diproduksi. Ini menjadi PR untuk tim kami pada pengabdian selanjutnya. Proses pengemasan dodol dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 1. Contoh pengemasan lama**



**Gambar 2. Contoh ide pengemasan baru (foto hanya contoh)**

## 5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Kelurahan Kampung

Tengah Kecamatan Sukajadi Pekanbaru berjalan lancar dan harapan masyarakat khususnya Ibu PKK kegiatan ini bisa berlanjut di waktu yang akan datang. Kegiatan ini bermanfaat bagi Masyarakat karena mampu mengedukasi Masyarakat bahwa buah mengkudu bisa diolah menjadi makanan tradisional dan bernilai jual jika dikemas dan dipasarkan dengan tepat.

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan izin dan surat tugas untuk kegiatan kami. Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada peserta pelatihan yakni Ibu-Ibu PKK Kelurahan Kampung tengah Kecamatan Sukajadi Pekanbaru yang telah memberi dukungan, ruang dan waktu terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sehingga kegiatan ini terus berlanjut.

## 7. REFERENSI

- Davoren, J. 2016. *10 Most Important Business Objectives*. Retrieved January 21, 2016, from Demand Media.
- Klimchuk, Marianner Roser.& Krasovec, Sandra A. (Eds.). 2006. *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philp dan Gar Armstrong. 2015. *Marketing an Introducting Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc. (Terjemahan)
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Zyman, S. 2000. *The end of marketing as we know it, Matinya pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia.