

# Inovasi Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Dodol Nanas Di Subang Jawa Barat

**Opan Arifudin<sup>\*1</sup>, Fenny Damayanti Rusmana<sup>2</sup>, Rahman Tanjung<sup>3</sup>, Udin Wahrudin<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, STEI Al-Amar Subang

<sup>2,4</sup>Program Studi Perbankan Syariah, STEI Al-Amar Subang

<sup>3</sup>Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, STIT Rakeyan Santang Karawang

\*e-mail: [opan.arifudin@steialamar.ac.id](mailto:opan.arifudin@steialamar.ac.id)<sup>1</sup>, [fenny.damayanti@steialamar.ac.id](mailto:fenny.damayanti@steialamar.ac.id)<sup>2</sup>,

[rahmantanjung1981@gmail.com](mailto:rahmantanjung1981@gmail.com)<sup>3</sup>, [udin.wahrudin@steialamar.ac.id](mailto:udin.wahrudin@steialamar.ac.id)<sup>4</sup>

## Abstract

*Innovation and marketing are very important in the progress of a company, this can not be separated from Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the most strategic national economic sector and involve the lives of many people so that it becomes the backbone of the National economy. However, most problems faced by businesses or small industries are industrial management and marketing. With community service related to MSME assistance on the type of traditional food, Pineapple Dodol is expected to provide MSME solutions. The problem solving method used is based on a management approach in increasing production and sales results with 3 (three) stages of program implementation, namely preparation, implementation and monitoring and evaluation. The program is carried out with packaging innovation in accordance with the rules of the Subang City Health Office and marketing expansion on social media and large markets.*

**Keywords:** innovation, Marketing, MSME

## Abstrak

*Inovasi dan pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan, hal ini tidak terlepas pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Nasional. Namun masalah yang dihadapi oleh usaha ataupun industri kecil kebanyakan adalah pengelolaan industri dan pemasaran. Dengan pengabdian masyarakat terkait pendampingan UMKM pada jenis makanan tradisional Dodol nanas diharapkan dapat memberikan solusi UMKM. Metode penyelesaian masalah yang digunakan berdasarkan pada pendekatan manajemen dalam meningkatkan hasil produksi dan hasil penjualan dengan 3 (tiga) tahapan pelaksanaan program yaitu persiapan, pelaksanaan serta monitoring dan evaluasi. Program yang dilakukan adalah dengan inovasi kemasan sesuai dengan aturan Dinas Kesehatan Kota Subang dan perluasan pemasaran pada sosial media serta pasar besar.*

**Kata kunci:** inovasi, Pemasaran, UMKM

## 1. PENDAHULUAN

Dodol nanas merupakan salah satu jenis makanan tradisional yang cukup populer di Indonesia secara khusus di provinsi Jawa Barat. Pada umumnya dodol nanas dibuat dari bahan baku buah nanas, tepung ketan, gula merah dan santan kelapa yang di didihkan sampai kental. Makanan ini memiliki rasa manis dan gurih, berwarna coklat dan bertekstur lunak sehingga digolongkan sebagai makanan semi basah berasa buah nanas. Populernya dodol nanas, tidak lain karena begitu besar potensi negeri ini khususnya di Kabupaten Subang dalam menghasilkan buah nanas. Menurut (Arifudin, 2020) bahwa buah nanas menjadi ciri khas Kabupaten Subang, dan penyumbang pendapatan daerah. Masa panen buah nanas hampir sepanjang tahun, sehingga buah nanas sangat mudah ditemui di Kabupaten Subang.

Nanas (*Ananas comosus*) sebagai bahan utama dodol nanas merupakan salah satu tanaman buah yang mempunyai nilai ekonomis cukup tinggi dan berkembang meluas di wilayah tanah air khususnya di wilayah yang beriklim tropis. Buah Nanas selain banyak mengandung vitamin C juga mengandung enzim bromelin yaitu suatu enzim protease yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan di dalam industri pangan dan sebagai masker untuk merawat

kecantikan. Kabupaten Subang merupakan daerah penghasil buah Nanas yang cukup terkenal dengan buahnya yang cukup besar mengembung, mahkota buah kecil, rasanya manis, banyak berair dan aromanya kuat, sehingga disebut Nanas "Simadu". Hasil survei menunjukkan hasil panen Nanas di Subang tahun 2019 sebanyak 82.250 ton per tahun meliputi areal luas tanaman sekitar 3.400 hektar.

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM dodol nanas hingga saat ini adalah ketiadaan industri yang dapat menyerap hasil dari UMKM dodol nanas menyebabkan pemasaran produk ini menjadi terbatas berakibat harga sangat berfluktuasi. Hal ini sejalan menurut bahwa sampai saat ini terdapat 2 (dua) masalah utama dihadapi oleh UMi, yaitu masalah permodalan, dan masalah pemahaman konsep wirausaha. Pada saat ini berbagai produk makanan olahan dari Nanas mulai dikenalkan kepada UMKM antara lain : dodol, wajit, juice, selai, sirup dan kerupuk nanas. Menurut (Arifudin, 2020) dalam sebuah usaha Inovasi, peningkatan produksi dan pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan. Namun inovasi terkait pengemasan masih menjadi masalah karena supermarket belum memberikan kemudahan akses untuk penjualan Dodol nanas. Sehingga di supermarket-supermarket yang ada di Kota Subang Jawa Barat, jarang sekali ditemukan dodol nanas khas Subang.



Gambar 1. Proses membuat Dodol Nanas

UMKM harus dapat mengikuti perkembangan zaman, di era yang menuntut berbagai perubahan UMKM harus mampu beradaptasi dengan perubahan. Menurut (Arifudin, 2020) perkembangan dalam dunia usaha di Indonesia saat ini yang semakin cepat dan pesat berakibat juga pada perubahan budaya. Sehingga organisasi dituntut untuk mempunyai budaya yang membedakan dengan organisasi lain yang sejenis. Inovasi merupakan salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Menurut (Sutarno, 2012) bahwa inovasi adalah transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru, tindakan menggunakan sesuatu yang baru. Dengan kata lain inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini merupakan sebuah upaya dalam menghasilkan kesejahteraan bagi pelaku UMKM sebagai kompensasi dari hasil penjualan. Menurut (Arifudin, 2019) bahwa kompensasi inilah yang akan dipergunakan karyawan itu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya

Menurut (Shepherd, 2010) bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada benda atau barang hasil produksi, tetapi juga mencakup sikap hidup, perilaku, atau gerakan-gerakan menuju proses perubahan di dalam segala bentuk tata kehidupan masyarakat. Jadi, secara umum, inovasi berarti

suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, dan praktik-praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima, dan digunakan atau diterapkan oleh sebagian besar warga masyarakat dalam suatu lokalitas tertentu, yang dapat digunakan atau mendorong terjadinya perubahan-perubahan di segala aspek kehidupan masyarakat demi terwujudnya perbaikan mutu setiap individu dan seluruh warga masyarakat yang bersangkutan.

Menurut (Tambajong, 2013) bahwa pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan Menurut (Kotler, Philip, 2012), "*Marketing as the process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return*", artinya menyatakan bahwa pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

Menurut (Mahmudah Masyhuri, 2017) bahwa pasar yang dipilih untuk pemasaran juga harus tepat karena pasar merupakan tempat bertemu penjual dan pembeli hingga terjadi suatu transaksi. Hal ini sejalan dengan pendapat (Jakfar, 2012) bahwa transaksi yang terjadi dalam pasar tersebut merupakan kegiatan jual beli produk. Berdasar pada pendapat ini, bahwa UMKM harus dapat melakukan perluasan pemasaran untuk dapat menjangkau pembeli.

Sehingga dalam upaya menghadapi ketiadaan industri yang dapat menyerap hasil dari UMKM dodol nanas dibutuhkan inovasi kemasan dan perluasan pemasaran usaha dodol nanas di Subang Jawa Barat agar UMKM Dodol Nanas dapat terus eksis ditengah berjamurnya makanan-makanan luar negeri yang ada di Indonesia.

## 2. METODE

Metode dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat dalam mendampingi UMKM Dodol Nanas Desa Bunihayu Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Jawa Barat dilakukan dengan beberapa tahapan pelaksanaan program, yaitu sebagai berikut :

- 1) Tahapan awal
  - a. Tahapan ini dilakukan oleh Dosen dengan menyiapkan data-data yang dibutuhkan terkait UMKM Dodol Nanas Desa Bunihayu Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Jawa Barat. Hal ini dibutuhkan untuk memastikan pendampingan seperti apa yang tepat dengan juga melihat kultur di Desa yang bersangkutan sebagai pertimbangan.
  - b. Menyiapkan program-program pengabdian masyarakat untuk di sosialisasikan kepada UMKM Dodol Nanas Desa Bunihayu Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Jawa Barat dengan design utama adalah pembuatan kemasan baru dan pemasaran dodol nanas.
  - c. Menyiapkan peralatan, sarana-prasarana pendukung untuk pelaksanaan program dan formula strategi pelaksanaan program secara tahap demi tahap berdasarkan prioritas program pendampingan UMKM Dodol Nanas Desa Bunihayu Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Jawa Barat.
- 2) Tahapan pelaksanaan
  - a. Mengemukakan strategi proses pelaksanaan program pendampingan UMKM dodol nanas untuk menerapkan pola manajemen terhadap mitra sehingga diharapkan memberikan dampak dan perubahan terhadap mitra sasaran program sesuai dengan tujuan pengabdian masyarakat pendampingan UMKM Dodol Nanas Desa Bunihayu Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Jawa Barat.
  - b. Tahapan pelaksanaan ini merupakan adanya komunikasi sinergi dengan mitra terkait keaktifan, peran dan kontribusi mitra sasaran pelaksanaan program pengabdian masyarakat pendampingan UMKM Dodol Nanas Desa Bunihayu Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Jawa Barat.
  - c. Dalam proses pengabdian masyarakat pendampingan UMKM nanas akan dilakukan terus koordinasi terkait progress dari pengabdian masyarakat pendampingan UMKM Dodol

- Nanas Desa Bunihayu Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Jawa Barat ini baik berupa data kuantitatif yang diukur selama pelaksanaan program.
- d. Data kuantitatif ini merupakan referensi yang terus dipantau oleh Dosen yang dihasilkan pada mitra sasaran sebagai data hasil kegiatan, baik data secara kuantitatif (misalnya jumlah produksi, jumlah omzet, jumlah kader masyarakat, luasan lahan, jumlah tanaman dll) maupun data kualitatif (misalnya kualitas produk, jenis produk, diversifikasi produk, perubahan perilaku masyarakat, keberadaan manajemen usaha/manajemen sosial dan sebagainya).
- 3) Tahapan monitoring dan evaluasi
- a. Proses monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan program dilakukan setiap minggu dalam 3 (tiga) bulan masa pengabdian masyarakat pendampingan UMKM Dodol Nanas Desa Bunihayu Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Jawa Barat.
  - b. Metode evaluasinya yang digunakan menggunakan metode deskriptif yaitu penelitian lapangan (Field Research) dengan penyelidikan mendalam yang dilakukan dengan suatu prosedur penelitian lapangan. Penelitian ini juga menggunakan data deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia
- 4) Tahap pelaporan
- Pada tahapan ini, dilaporkan semua proses rangkaian kegiatan pengabdian dan output dari kegiatan ini.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari pengabdian masyarakat dengan program pendampingan UMKM Dodol Nanas Desa Bunihayu Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Jawa Barat dapat dijelaskan hasil dan luaran program serta dampaknya terhadap perubahan mitra selama proses pendampingan menghasilkan inovasi kemasan dodol nanas dan mengalami peningkatan secara signifikan penjualan dari produksi.

Dampak dari program pengabdian masyarakat dengan program pendampingan UMKM Dodol Nanas Desa Bunihayu Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Jawa Barat terhadap mitra sangat besar terkait peningkatan penjualan dari produksi berdasar data setiap bulan dengan rentang waktu pendampingan selama 3 (tiga) bulan dari bulan agustus, September dan oktober tahun 2019. Perlu diketahui bahwa dalam penyelenggaraan produksi ini melibatkan 7 (tujuh) orang pekerja pada UMKM Dodol Nanas Desa Bunihayu Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Jawa Barat. Program yang dilakukan adalah pendekatan manajemen pemasaran pola pemasaran dodol nanas. Hal ini merupakan perubahan dari pemasaran yang dilakukan pada toko-toko kecil ke supermarket yang ada di kota Subang.

Hal ini dapat dilihat dari berbagai tahapan pengabdian masyarakat yang dilakukan yakni sebagai berikut :

1) Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilaksanakan observasi ke lokasi mitra dan wawancara dengan pemilik usaha. Dari hasil observasi dan wawancara dengan mitra ditemukan permasalahan yang dialami oleh mitra sebagai berikut:

- a. Usaha mitra belum memiliki P-IRT
- b. Mitra mengalami kendala dalam melakukan proses pengurusan P-IRT karena kondisi tempat produksi usaha yang tidak memenuhi syarat.
- c. Mitra tidak memiliki kemasan yang memadai untuk dijual lebih luas.
- d. Mitra tidak mengerti proses penjualan secara online dan prosedur memperluas penjualan ke toko yang lebih besar (supermarket).

Permasalahan-permasalahan di atas perlu diatasi agar usaha mitra dapat lebih berkembang lagi. Berdasarkan permasalahan yang ditemui di atas maka solusi yang ditawarkan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Dodol Nanas sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian ini terbagi pada aspek produksi dan pemasaran produk, yaitu :

a. Aspek Produksi

Solusi dari aspek produksi yang ditawarkan oleh dosen pendamping dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut :

- a) Membantu pengurusan ijin usaha dan P-IRT sehingga dodol nanas dapat dijual lebih luas lagi.
- b) Memperbaiki kemasan produk dodol nanas. Kemasan didesain sesuai dengan standar yang telah di tetapkan Dinas Kesehatan dan agar lebih menarik.

b. Aspek Pemasaran

Dodol nanas berkualitas yang telah dihasilkan dapat memperluas tempat pemasaran. Solusi dari permasalahan pemasaran yang ditawarkan dalam Program Kemitraan Masyarakat ini adalah memperluas pemasaran ke pasar modern dan pemasaran secara online.

2) Tahap Pelaksanaan

Solusi yang ditawarkan pada tahap persiapan baik aspek produksi maupun aspek pemasaran dilaksanakan pada tahap pelaksanaan ini, kegiatan yang dilaksanakan pada tahap ini adalah sebagai berikut :

a. Aspek Produksi

a) Meningkatkan kualitas produksi

Dalam produksi mitra tidak mengalami masalah yang sangat besar karena usaha ini merupakan usaha turun temurun, dan pengelola saat ini merupakan generasi ketiga dari UMKM dodol nanas.



Gambar 2. Proses Produksi

b) Mengurus Sertifikat Industri Rumah Tangga Pangan (P-IRT) dan izin usaha.

Sertifikat Industri Rumah Tangga Pangan (P-IRT) dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan Kota Subang setelah melalui beberapa proses. Tim pengabdian masyarakat mendampingi mitra untuk mengurus izin usaha dan PIRT. Sebagian besar masyarakat pemilik UMKM termasuk mitra merasakan kesulitan dalam mengurus PIRT karena mereka tidak mengerti dengan proses yang harus dilewati padahal sesungguhnya prosesnya sangat mudah dan jelas di Dinas Kesehatan. Tim pengabdian masyarakat mendampingi mitra dalam setiap proses mendapatkan sertifikat P-IRT. Ada beberapa berkas yang harus dipersiapkan oleh mitra sebagai pengajuan awal yaitu Mengisi formulir yang telah disediakan, Fotokopi Sertifikat Penyalinan Keamanan Pangan (PKP), Fotokopi Kartu Tanda Penduduk pemilik perusahaan, Fotokopi hasil pemeriksaan air atau bukti pembayaran rekening

PDAM, Denah lokasi industry, Denah ruang produksi, Rancangan label pangan, Daftar produk yang diajukan dan Nomor induk berusaha (Izin Usaha). Berkas-berkas yang dibutuhkan dipersiapkan dan di serahkan ke Dinas kesehatan Kota Subang.

Dinas Kesehatan Kota Subang melakukan visitasi ke lokasi produksi dodol nanas untuk melihat kelayakan tempat produksi dan kelayakan produknya sendiri untuk mendapatkan sertifikat PIRT. Bahan dasar yang digunakan serta proses pengolahan produk juga menjadi sorotan utama dari tim visitasi Dinas Kesehatan. Dari hasil kunjungan tim visitasi Dinas Kesehatan Kota Subang terdapat beberapa masukan yang harus dipenuhi oleh mitra agar proses pengurusan PIRT dapat dilanjutkan. Masukan dari Dinas Kesehatan tersebut adalah menyediakan sabun cuci tangan dan cuci piring yang berbeda dan juga ada lap kering, membuat catatan penjualan dan segera membuang sampah limbah produksi. Mitra diberikan waktu 10 hari untuk memperbaiki lokasi produksi dan hal-hal lainnya sesuai dengan saran dari tim visitasi Dinas kesehatan Kota Subang.



Gambar 3. Kunjungan Dinas Kesehatan Kota Subang untuk Pengurusan PIRT

Tim pengabdian masyarakat mendampingi mitra untuk melengkapi ataupun memperbaiki sarana dan prasarana proses produksi sesuai dengan saran dari tim visitasi Dinas Kesehatan Kota Subang. Semua perbaikan yang dilakukan sesuai dengan saran dari tim visitasi Dinas Kesehatan Kota Subang dilaporkan dan berkas – berkas yang harus dilengkapi diserahkan kembali ke bagian pengurusan PIRT di Dinas Keseshatan Kota Subang. Setelah melewati semua proses untuk mendapatkan sertifikat P-IRT, akhirnya dodol nanas mulya sari berhasil memiliki sertifikat Industri Rumah Tangga Pangan (P-IRT) yang berlaku selama 4 tahun dan siap untuk dikunjungi lagi sewaktu-waktu.

c) Desain Kemasan

Pada tahapan ini dihasilkan desain kemasan yang lebih baik dari sebelumnya. Kemasan didesain sesuai syarat yang telah ditetapkan oleh Dinas Kesehatan Kota Subang yaitu minimal memuat nama pangan, merk, netto/berat bersih, komposisi, tanggal kadarluasa, kode produksi, nama dan alamat IRTP (minimal kabupaten, Indonesia, kode pos), nomor PIRT, serta tidak mencantumkan klaim kesehatan atau klaim gizi. Kemasan produk didesain sesuai produk dodol nanas yang dibuat.



Gambar 4. Desain kemasan produk Dodol Nanas.

b. Aspek Pemasaran

Pemasaran merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh produsen sebagai upaya menjual produk yang dihasilkan kepada konsumen. Mitra didampingi tim pengabdi mengembangkan pemasaran melalui dua cara pemasaran :

a) Pengembangan pemasaran ke pasar modern

Saat ini banyak konsumen yang memilih berbelanja di pasar modern. Pada pasar modern, penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung. Pengembangan pemasaran ditargetkan dapat menembus ke toko-toko yang lebih besar (toko modern). Mitra didampingi tim pengabdi melakukan survei ke beberapa toko, minimarket dan supermarket untuk dapat memperluas pemasaran. Toko-toko modern tersebut memiliki beberapa standar produk yang dapat dijual ditokonya. Minimal produk telah memiliki sertifikat PIRT yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan setempat.

Setelah sertifikat nomor PIRT didapat, tim pengabdi mendampingi mitra dalam upaya memasarkan produknya ke toko-toko modern. Mitra perlu didampingi dalam memperkenalkan produknya ke toko-toko modern karena keterbatasan pengetahuan dan kurangnya pengalaman mitra membuat mitra merasa kurang percaya diri untuk memasarkan produknya ke toko-toko besar yakni supermarket. Beberapa minimarket telah menerima produk dodol nanas mulya sari untuk dipasarkan disana. Sebagian masih proses penyeleksian oleh toko.

b) Pengembangan pemasaran secara online

Era ini merubah berbagai aspek kehidupan, termasuk cara berinteraksi masyarakat saat ini termasuk dalam hal jual beli. Website dan media sosial lainnya seperti facebook dan instagram dapat digunakan sebagai tempat promosi dan transaksi jual beli. Tim pengabdian masyarakat mendampingi mitra dalam menggunakan sosial media untuk memasarkan produknya. Mitra memerlukan pelatihan dan pendampingan secara kontinu. Keterbatasan ibu-ibu mitra dalam menggunakan teknologi menyulitkan mitra dalam menjual produk secara online. Mitra terus berlatih untuk menggunakan sosial media untuk berjualan online.



Gambar 5. Sosialisasi Penggunaan Media Sosial

### 3) Tahap Evaluasi

#### a. Evaluasi Perkembangan Usaha Mitra

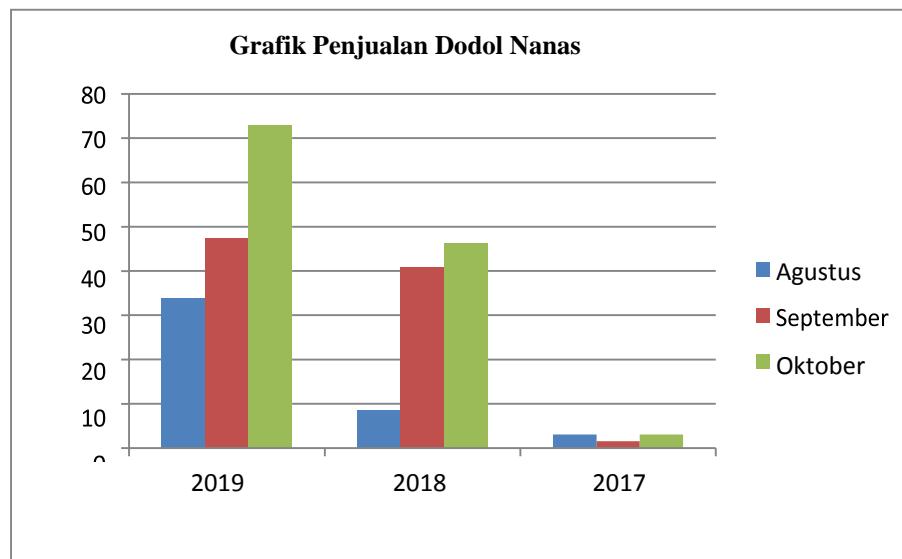
Pada tahap evaluasi ini diukur keberhasilan program pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan terhadap usaha mitra. Evaluasi dilakukan terhadap dua aspek, yaitu :

##### a) Aspek Produksi

Kelayakan proses produksi juga telah mendapatkan jaminan dari Dinas Kesehatan Kota Subang. Pada tanggal 28 September 2019 telah diterbitkan Surat Keputusan Kepala Dinas Kesehatan Kota Subang tentang Pemenuhan Komitmen Sertifikat Nomor Pangan Industri Rumah Tangga "Dodol Nanas Mulyasari". Dinas Kesehatan Kota Subang telah menyatakan bahwa Dodol Nanas Mulyasari layak dan mendapatkan nomor P-IRT yang berlaku hingga 28 September 2024.

##### b) Aspek Pemasaran

Dari segi pemasaran telah mengalami peningkatan penjualan. Tabel berikut ini memberikan rekapan penjualan dodol nanas pada bulan Agustus, September dan Oktober dari tahun 2017, 2018, dan 2019. Untuk data penjualan secara rinci dapat dilihat pada lampiran.



Gambar 6. Peningkatan penjualan dodol nanas dari tahun 2017-2019

Jelas terlihat peningkatan penjualan dodol nanas meningkat setiap bulannya pada tahun 2019.

b. Evaluasi Proses Kegiatan Pengabdian

Setiap tahapan kegiatan pengabdian telah dilaksanakan sesuai dengan rencana awal kegiatan. Output dari kegiatan juga telah sesuai dengan rencana. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan mitra, kegiatan pengabdian ini juga telah memberikan manfaat yang besar bagi mitra. Hal ini terbukti dengan pemasaran yang semakin luas dan peningkatan omset penjualan setiap harinya.

Ada beberapa hal yang menjadi kendala dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, yaitu :

- a) Susahnya mencari waktu yang pas untuk melatih mitra pemasaran online.
- b) Kondisi mitra yang merupakan ibu-ibu rumah tangga yang tidak akrab dengan teknologi membutuhkan waktu yang cukup lama untuk melatih kemampuan mitra menggunakan website dan media sosial.
- c) Kurangnya kepercayaan diri mitra untuk memperluas produknya ke pasar-pasar modern.
- d) Proses pembuatan sertifikat P-IRT memerlukan waktu yang cukup lama karena antrian pemohon di Dinas Kesehatan Subang yang cukup banyak sehingga membuat proses pemasaran juga terlambat.

4) Tahap Pelaporan

Pada tahapan ini, dilaporkan semua proses rangkaian kegiatan pengabdian dan output dari kegiatan ini. Luaran yang telah diperoleh juga dilaporkan pada tahapan ini. Luaran yang telah diperoleh adalah artikel, poster kegiatan, modul, website dan brosur promosi.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasar pada kesimpulan dari program pengabdian masyarakat interdisipliner Dosen STEI Al-Amar Subang dan Dosen STIT Rakeyansantang Karawang dengan program pendampingan UMKM Nanas Desa Bunihayu Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Jawa Barat terhadap mitra dalam meningkatkan jumlah produksi dan hasil penjualan, hal ini sesuai dengan design awal program pendampingan terhadap mitra berdasarkan data-data yang ada diperoleh 3 (tiga) bulan sebelum pendampingan.

Program pendampingan UMKM Nanas Desa Bunihayu Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Jawa Barat, terkait perubahan yang dialami oleh mitra program selama dan setelah pelaksanaan program dilakukan dapat dilihat dari 4 indikator perubahan yang dapat disimpulkan berdasar pada data-data yang diperoleh dalam setiap monitoring dan evaluasi program terhadap mitra. Indikator ini terdiri dari sebagai berikut :

- 1) Inovasi kemasan sudah menggunakan sertifikat Industri Rumah Tangga Pangan (P-IRT)
- 2) Kemasan dodol nanas lebih menarik
- 3) Perluasan pasar dodol nanas pada super market
- 4) Perluasan pasar dodol nanas menggunakan platform online

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Alloh SWT, atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya tulis jurnal pengabdian masyarakat ini dengan sebaik-baiknya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa kerjasama dan bantuan berbagai pihak sangat membantu dalam menyelesaikan jurnal pengabdian masyarakat ini. Oleh sebab itu, di dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya khususnya kepada :

- 1) Bapak Juhadi, S.Kom, M.Si selaku ketua STEI Al-Amar Subang sebagai penyandang dana pengabdian masyarakat

- 2) Bapak Drs. H. Suhendar, SE, S.AP, M.Sc, MH selaku ketua STIT Rakeyansantang Karawang sebagai penyandang dana pengabdian masyarakat
- 3) Ketua LP3M STEI Al-Amar Subang
- 4) Ketua LP2M STIT Rakeyansantang Karawang
- 5) Bapak Drs. Juhendi, selaku pemilik UMKM Dodol
- 6) Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian jurnal pengabdian masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin, O. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. GLOBAL (PT.GM). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(2), 184–190.
- Arifudin, O. (2020). PKM Pembuatan Kemasan, Peningkatan Produksi Dan Perluasan Pemasaran Keripik Singkong Di Subang Jawa Barat. *Integritas : Jurnal Pengabdian*, Vol 4(No 1), 21–36.
- Arifudin, O. (2020). Analisis Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Karyawan Bank Swasta Nasional Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, 73–87. Volume 4, No 2, Mei 2020
- Arifudin, O. (2020). PKM Pembuatan Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Minuman Sari Buah Nanas Khas Kabupaten Subang Jawa Barat. *Aptekmas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 20–28.
- Jakfar, K. &. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis. Cetakan ke Delapan*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip, dan G. A. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Mahmudah Masyhuri, S. W. U. (2017). Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko Di Kota Madiun. *Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 6(1), 59–72.
- Shepherd, P. K. A. dan C. D. (2010). *Innovation Management*. New Jersey: Pearson Education. Inc.
- Sutarno. (2012). *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tambajong, G. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di Pt. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA*, 1(1), 1291–1301.
- Masnita, Y., Khomsiyah, & Hermien Triyowati. (2020). Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro (UMi) Melalui Keuangan Inklusi. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 255–262.