

## Inovasi Produk Dola-Dola Rumput Laut dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Pulo Panjang Banten

Beni Junedi<sup>1</sup>, Indra Griha Tofik Isa\*<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Pendidikan Matematika, FKIP, Universitas Bina Bangsa, Serang Banten, Indonesia

<sup>2</sup>Jurusan Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang, Indonesia

\*e-mail: [indra\\_isa\\_mi@polsri.ac.id](mailto:indra_isa_mi@polsri.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

*Pulau Panjang merupakan wilayah yang berlokasi di Teluk Banten memiliki sumber hasil pertanian yang melimpah yakni rumput laut. Dengan berlimpahnya hasil rumput laut di Pulau Panjang menjadi komoditas utama masyarakat setempat untuk diolah menjadi beragam panganan yang menjadi sumber mata pencaharian, diantaranya adalah Dola-dola Rumput Laut. Salah satu rumah produksi Dola-dola Rumput Laut adalah UMKM Ibu Sumyati dengan yang sudah memproduksi sejak tahun 2012. Berdasarkan survei lapangan, permasalahan yang terjadi pada UMKM Ibu Sumyati adalah kemasan kurang menarik, pemasaran masih konvensional dan ukuran produk tidak variatif yang menyebabkan stagnansinya tingkat penjualan Dola-dola Rumput Laut. Sehingga tujuan dari kegiatan ini adalah bagaimana meningkatkan kuantitas penjualan dengan upaya pendampingan dan pelatihan dari aspek inovasi kemasan, inovasi pemasaran dan inovasi varian produk. Adapun tahapan dalam kegiatan ini meliputi lokakarya awal sebagai bagian dari penyamaan persepsi antara mitra dan tim pelaksana, analisis kebutuhan, pelaksanaan program kegiatan, monitoring pelaksanaan kegiatan dan evaluasi kegiatan. Hasil akhir dari kegiatan ini didapatkan peningkatan kuantitas penjualan sebesar 82%.*

**Kata kunci:** Dola-Dola Rumput Laut, Pelatihan, Pendampingan, Pulau Panjang

### Abstract

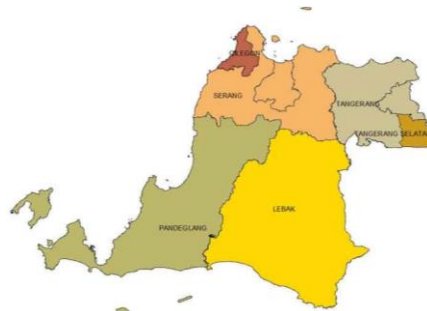
*Panjang Island is an area located in Banten Bay which has an abundant source of agricultural products, namely seaweed. With the abundance of seaweed products on Panjang Island, it becomes the main commodity for the local community to be processed into various foods that become a source of livelihood, including Seaweed Dola. One of the Seaweed Dola-dola production houses is Ms. Sumyati's MSME which has been producing since 2012. Based on a field survey, the problems that occur in Ms. Sumyati's MSME are that the packaging is not attractive, marketing is still conventional and product sizes are not varied which causes stagnation in sales levels. Seaweed Dola. So the purpose of this activity is how to increase the quantity of sales by providing assistance and training from aspects of packaging innovation, marketing innovation and product variant innovation. The stages in this activity include an initial workshop as part of equalizing perceptions between partners and the implementing team, needs analysis, program implementation activities, monitoring the implementation of activities and evaluating activities. The final result of this activity was an increase in the quantity of sales by 82%.*

**Keywords:** Accompaniment, Dola-Dola the Seaweed, Panjang Island, Training

## 1. PENDAHULUAN

Pembentukan Provinsi Banten berdasarkan Undang-undang Nomor 23 Tahun 2000 (UU Nomor 23 Tahun 2000, n.d.), dimana bersamaan dengan itu mulai dilaksanakannya otonomi daerah yang mendorong Provinsi Banten mengembangkan dan meningkatkan tata kelola pemerintahan yang baik (*Good Government Governance*) melalui pemanfaatan keragaman potensi daerah yang ada dengan semangat kemandirian. Hingga tahun 2022 Provinsi Banten memiliki luas wilayah 9.662,92Km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk sebanyak 9.953.414 jiwa (Pemerintah Provinsi Banten, 2022). Secara administratif Provinsi Banten terdiri atas 4 Kabupaten dan 4 Kota, yakni Kota Tangerang Selatan, Kota Cilegon, Kota Serang, Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, Kabupaten Serang, Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Lebak dan Kabupaten Lebak (Badan Pusat Statistik Provinsi Banten, 2021).

Provinsi Banten memiliki letak yang sangat strategis dimana menjadi gerbang antara pulau Jawa dan Sumatera serta berbatasan langsung dengan DKI Jakarta (Wahyudi, 2021). Tentunya dengan posisi strategis ini mengakibatkan Banten menjadi koneksi jalur perdagangan antara Jawa dan Sumatera, bahkan berpotensi sebagai bagian dari sirkulasi perdagangan Asia dan Internasional (Yustiani & Yunanto, 2017). Secara geografis Provinsi Banten memiliki wilayah laut yang sangat potensial, dimana di sebelah utara berbatasan dengan laut Jawa, sebelah barat berbatasan dengan Selat Sunda dan di selatan berbatasan langsung dengan Samudera Hindia, Gambar 1 menunjukkan peta wilayah Provinsi Banten.



Gambar 1. Peta Wilayah Provinsi Banten

### 1.1. Analisis Situasi

Provinsi Banten yang secara geografis dikelilingi oleh lautan, dimana terdapat lebih dari 60 pulau yang mengelilinginya diantaranya adalah Pulau Panjang yang berlokasi di teluk Banten. Secara administratif, pulau Panjang termasuk kedalam wilayah Kabupaten Serang Banten dimana sistem pemerintahan berbentuk Desa dengan nama Pulo Panjang yang dipimpin oleh seorang Kepala Desa. Pulo Panjang memiliki batas wilayah sebelah utara dengan Laut Jawa, sebelah selatan dengan teluk Banten, sebelah timur dengan Pulau Pamunjan Besar dan sebelah barat dengan Kecamatan Bojonegara. Pulau Panjang dikelilingi oleh jalur laut yang strategis dimana terletak bersebelahan dengan Pelabuhan Bojonegara serta masuk ke dalam Zona Ekonomi Eksklusif Kabupaten Serang (BPS Kabupaten Serang, 2022).

Dari segi luas wilayah, Pulau Panjang memiliki luas 8,2 km<sup>2</sup> dengan penduduk berjumlah 3.870 jiwa. Masyarakat Pulau Panjang memiliki mata pencaharian diantaranya adalah nelayan, pengolah hasil perikanan untuk dijadikan ikan asin, pembudidaya rumput laut (Pemerintah Provinsi Banten, 2022). Dari mata pencaharian utama masyarakat Pulau Panjang dapat disimpulkan bahwa komoditi utama yang dihasilkan adalah ikan dan rumput laut. Berdasarkan studi telaah, menyatakan bahwa dari 100 hektar lahan budidaya rumput laut diperoleh 224 ton komoditas rumput laut kering untuk jangka 45 hari (satu kali panen). Hal ini sama dengan Rp 3.360.000.000 atau 16.800.000 per petak dalam ukuran 0,5 hektar (Soejarwo, 2017)Keberlimpahan komoditas rumput laut ini menjadi potensi bagi masyarakat Pulau Panjang untuk mengolah menjadi produk-produk unggulan dengan nilai kompetitif.



Gambar 2. Hasil Panen Rumput Laut Pulau Panjang

Salah satu panganan hasil olahan rumput laut adalah dodol rumput laut yang masyarakat menyebutnya dengan Dola-dola rumput laut. Beberapa UMKM berfokus dalam pengolahan Dola-dola rumput laut dengan kemasan dan pemasaran yang masih konvensional. Diantaranya UMKM

yang dikembangkan oleh Ibu Sumyati yang berdomisili di Kampung Peres RT 03 / RW 01. Proses pembuatan Dola-dola rumput laut tidak begitu sulit dimana Pembuatan Dola-Dola Rumput Laut dimulai dari rumput laut dicuci hingga bersih dan direndam selama 2 hari. Setelah rumput laut direndam kemudian dapat di olah menjadi Dola-Dola Rumput Laut dengan cara memasukkan rumput laut kedalam air yang sudah mendidih, diaduk sampai larut/kalis. Tahap berikutnya angkat dan diamkan hingga dingin rumput laut tersebut kemudian di giling hingga halus. Kemudian rumput laut dituangkan kembali kedalam wajan dan campurkan gula dengan takaran 1:1. Setelah itu aduk bahan tersebut sampai mengental dan beri pewarna dengan 3 varian yaitu Nanas, Pandan, dan Strawberry. Sesudah itu masukkan kedalam cetakan dan kemudian dijemur selama 3 sampai 4 hari atau sampai mengeras.



Gambar 3. Dola-dola rumput laut khas Pulau Panjang

Berdasarkan hasil diskusi dengan ibu Sumyati sebagai ketua kelompok UMKM pengolah dola-dola, didapatkan potret gambaran mitra seperti tercantum dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Kondisi eksisting UMKM Pengolah Dola-dola Rumput Laut

No	Deskripsi	Kondisi Eksisting
1	Lokasi UMKM Pengolah Dola-dola Rumput Laut	Kampung Peres RT 03 / RW 01, Pulau Panjang, Banten
2	Jumlah Pekerja	10 orang, yang terdiri dari Laki-laki sebanyak 2 orang Perempuan sebanyak 8 orang
3	Usia	Rentang 30-40 tahun sebanyak 3 orang Rentang 40-60 tahun sebanyak 7 orang
4	Latar Belakang Pendidikan	6 orang berpendidikan SD 4 orang berpendidikan SMP
5	Bahan Dasar Produk	Rumput laut kering, gula, essence rasa, pewarna makanan
6	Kemasan	Plastik transparan
7	Jumlah Produksi	Fluktuatif (tergantung pemesanan)
8	Pendapatan	Tidak menentu
9	Varian Rasa	3 rasa, yakni nanas, pandan dan strawberry
10	Segmentasi Pemasaran	Hanya mengandalkan pengampas ataupun warga sekitar yang membeli

## 1.2. Permasalahan

Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra terdapat beberapa permasalahan yang melatarbelakangi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yakni:

### a. Kemasan Kurang Menarik

Dari aspek pengemasan, dola-dola rumput laut hanya menggunakan plastik transparan yang kurang memiliki nilai estetika. Selain hal tersebut, kemasan dengan plastik transparan cenderung mudah koyak sehingga menyebabkan menurunnya cita rasa dari dola-dola rumput laut. Hal ini kerap menjadi penyebab penjualan yang sulit untuk meningkat

### b. Pemasaran konvensional

Daerah segmentasi pemasaran UMKM pengolah dola-dola rumput laut hanya seputar wilayah pulau Panjang serta mengandalkan pengampas yang datang ke rumah produksi dola-dola. Padahal segmentasi pasar dapat dikembangkan tidak hanya seputar wilayah pulau Panjang, namun dapat menasar wilayah lain di Provinsi Banten

c. Ukuran produk tidak variatif

Dola-dola rumput laut yang diproduksi oleh UMKM Ibu Sumyati hanya memiliki 1 ukuran berbentuk persegi panjang dengan dimensi panjang 5 cm, lebar 1 cm dan tinggi 1 cm. Berdasarkan ukuran tersebut, tim pelaksana kegiatan melakukan observasi dan wawancara kepada beberapa pelanggan mengenai testimoninya terhadap ukuran produk tersebut. Jika disimpulkan beberapa konsumen memberikan masukan mengenai ukuran dola-dola untuk dapat dibuat variasi menjadi sebesar ibu jari yang mudah dimakan sekali makan.

### 1.3. Rencana Solusi

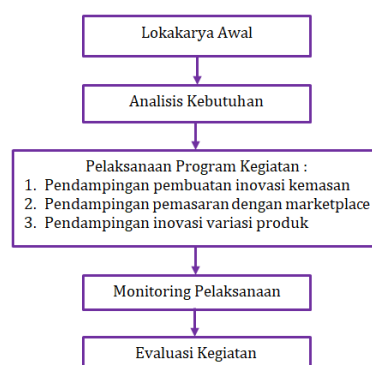
Berdasarkan permasalahan di atas, maka rencana solusi terdapat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Rencana Solusi Penyelesaian Permasalahan

No	Permasalahan	Rencana Solusi	Target Capaian
1	Kemasan Kurang Menarik	Pelaksanaan inovasi kemasan produk dengan kemasan yang bersifat kekinian dan menasar segmentasi segala usia	1. Adanya kemasan yang estetik untuk meningkatkan penjualan 2. Persentasi tingkat branding produk meningkat 80%
2	Pemasaran Konvensional	Pelaksanaan inovasi pemasaran produk secara online	1. Terdapat penambahan area pemasaran 2. Peningkatan penjualan produk menjadi 80%
3	Ukuran Produk tidak Variatif	Pelaksanaan inovasi varian produk dengan membuat ukuran produk sebesar ibu jari	Adanya variasi ukuran produk

## 2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM Ibu Sumyati dilakukan selama periode Juli – September 2022 dengan berkoordinasi dengan dosen dari program studi pendidikan matematika Universitas Bina Bangsa dan Jurusan Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya. Pada Gambar 4 dibawah ini menunjukkan metode pelaksanaan kegiatan pendampingan:



Gambar 4. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Berikut adalah penjelasan dari setiap tahapan dalam gambar 4 metode pelaksanaan kegiatan:

a. Lokakarya Awal

Tahapan ini merupakan bagian dari penyamaan persepsi antara pihak tim pelaksana kegiatan dengan mitra UMKM Ibu Sumyati. Pihak yang terlibat dalam lokakarya awal adalah mitra UMKM Ibu Sumyati, beberapa perwakilan tokoh masyarakat setempat, mahasiswa dan dosen pelaksana kegiatan. Adapun agenda yang dilakukan dalam lokakarya awal adalah penyamaan persepsi terkait target capaian kegiatan, durasi dan waktu pelaksanaan, lokasi yang akan dijadikan tempat untuk lokakarya dan komitmen kesediaan pelaksanaan kegiatan antara mitra dengan tim pengusul

b. Analisis Kebutuhan

Dalam analisis kebutuhan sekaligus dilakukan pengumpulan data melalui (1) Observasi dengan melihat secara langsung bagaimana proses pembuatan dola-dola rumput laut serta melihat bagaimana potensi-potensi permasalahan yang dapat diselesaikan oleh tim pengusul; (2) Wawancara dengan beberapa pekerja UMKM Ibu Sumyati untuk memotret kebutuhan dari pengembangan produk dan kemasan serta kepada beberapa pelanggan UMKM Ibu Sumyati terkait apa yang perlu ditambahkan berkaitan dengan produk dola-dola rumput laut jika dilihat dari sudut pandang pelanggan. Setelah data dari pelaksanaan observasi dan wawancara terekam, selanjutnya dilakukan analisis kebutuhan (Abuk & Rumbino, 2020). Dalam tahapan ini dilakukan penelaahan data dan dokumen berdasarkan permasalahan yang ada, yang akhirnya menjadi basis dalam pengembangan solusi dengan melihat pendekatan apa yang perlu dilakukan dalam penyelesaian permasalahan tersebut, kebutuhan bahan habis pakai, kebutuhan teknologi yang akan diterapkan, berapa jumlah personil yang akan dilibatkan (Rachmawati, 2018).

c. Pelaksanaan Program Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan yang diimplementasikan kepada mitra tidak terlepas dari hasil analisis kebutuhan yang telah dilakukan pada tahapan sebelumnya. Dalam tahapan ini dilakukan beragam inovasi untuk beberapa aspek yang terdiri dari pendampingan inovasi pengemasan, pendampingan pemasaran dengan sosial media dan marketplace, pendampingan inovasi variasi produk.

d. Monitoring Pelaksanaan

Sebagai upaya untuk memastikan keterlaksanaan program kegiatan sesuai dengan agenda rencana yang telah ditetapkan maka dilakukan monitoring pelaksanaan kegiatan dengan mekanisme peninjauan kegiatan ke lokasi mitra (Supriadi & Putra, 2019). Misalnya dari aspek pemasaran dengan marketplace, maka dilakukan konfirmasi berapa penjualan produk di akhir minggu selama pelaksanaan kegiatan berlangsung. Hal ini selain memudahkan dalam melihat efektifitas dari kegiatan yang diimplementasikan, juga menjadi tolak ukur keberhasilan sebagai evaluasi kegiatan.

e. Evaluasi Kegiatan

Tahapan terakhir dari serangkaian kegiatan pendampingan mitra yakni evaluasi kegiatan. Dalam tahapan evaluasi dilakukan analisis perbandingan antara sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan. Adapun yang menjadi keberhasilan dari kegiatan ini adalah bagaimana peningkatan persentasi dari sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan. Di dalam evaluasi, yang menjadi fokus indikator keberhasilan adalah adanya peningkatan penjualan produk menjadi 80% serta peningkatan persentasi tingkat branding produk meningkat 80%.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Luaran yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah terjadinya peningkatan penjualan dan tingkat branding sebesar 80%. Sebagaimana yang diuraikan di dalam metode pelaksanaan kegiatan yang diawali dengan lokakarya awal, analisis kebutuhan, pelaksanaan program kegiatan, monitoring pelaksanaan dan evaluasi kegiatan.



### 3.1. Lokakarya Awal

Pelaksanaan lokakarya awal dilakukan di kantor kepala Desa Pulo Panjang dengan menghadirkan seluruh pekerja UMKM Ibu Sumyati, para tokoh masyarakat dan beberapa tamu undangan lainnya. Adapun agenda lokakarya awal dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Rencana Solusi Penyelesaian Permasalahan

No	Agenda Kegiatan	Rincian Kegiatan
1	Pembukaan Kegiatan	Oleh tokoh masyarakat setempat
2	Menyanyikan lagu Indonesia Raya	Menyanyikan secara serempak dengan dipandu oleh dirigen dari tim pengusul
3	Sambutan kegiatan	Sambutan yang dilakukan oleh tim pelaksana kegiatan dan mitra
4	Penjelasan Pelaksanaan Program	Pendeskripsian kegiatan yang akan dilaksanakan beserta target capaiannya dari indikator tersebut
5	Tanya-Jawab	Tim Pengusul dan Mitra
6	Doa	Dipimpin oleh perwakilan pembaca doa dari pihak mitra
7	Penutup	<i>Closing Statement</i> dari kedua pihak sebagai penguat kegiatan yang akan dilaksanakan

### 3.2. Analisis Kebutuhan

Pelaksanaan analisis kebutuhan dilakukan dengan pengumpulan data dengan mitra melalui observasi dan wawancara. Dari hasil observasi dan wawancara didapatkan tiga poin permasalahan utama, yakni (1) Kemasan kurang menarik, (2) Pemasaran Konvensional, (3) Ukuran Produk tidak Variatif. Disamping itu pada saat observasi juga melihat bagaimana cara proses produksi produk dola-dola rumput laut.



Gambar 5. Olahan Cair Dola-dola Rumput Laut yang sedang dituang

Pada Gambar 5 diatas merupakan proses penuangan bahan cair Dola-dola yang diamati oleh tim pengusul pada tahapan analisis kebutuhan, dimana dilakukan perebusan bahan dasar rumput laut yang dicampur dengan gula dan essence makanan

### 3.3. Pelaksanaan Program Kegiatan

Sebagaimana permasalahan yang diangkat pada analisis kebutuhan, maka pelaksanaan program disusun berdasarkan rencana solusi berdasarkan permasalahan yang terjadi pada mitra, dimana terdiri dari pendampingan inovasi kemasan produk, pendampingan inovasi pemasaran dan pendampingan inovasi produksi yang lebih lanjut dibahas pada poin berikut

#### 3.3.1. Pendampingan inovasi kemasan produk

Pengemasan produk semula dilakukan dengan menggunakan plastik transparan polos dengan tidak memperhatikan nilai estetika yang secara persuasif dapat menarik minat

pelanggan atau calon pelanggan untuk membeli produk dola-dola. Adapun tahapan yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah:

- a. Mencari referensi kemasan yang memiliki karakteristik dapat diterima di segala segmen. Proses pencarian referensi dilakukan secara daring melalui pranala google.com serta melakukan survei terhadap UMKM sejenis mengenai kemasan. Dari kegiatan ini dihasilkan 2 bentuk kemasan yang direkomendasikan, yakni kemasan formal dengan menggunakan plastik mika dengan diberi keterangan produk seperti merek dagang produk, komposisi produk, *tagline* produk, kontak person yang dapat dihubungi dan nomor P-IRT sebagai aspek legal dari produk yang ditawarkan kepada masyarakat, secara visualisasi konsep kemasan formal ditunjukkan pada Gambar 6 berikut:



Gambar 6. Kemasan Dola-dola Rumput Laut dengan plastik mika transparan

- b. Sedangkan untuk konsep kemasan yang kekinian, dimana menasar segmentasi usia anak-anak, remaja dan dewasa menggunakan plastik jenis Low-density polyethylene (LDPE) dimana memiliki karakteristik plastik yang kuat dan tidak mudah koyak namun dapat melindungi makanan sehingga tahan lama dan tidak mudah berubah rasa. Konsep kemasan kekinian dapat dilihat pada Gambar 7 berikut:



Gambar 7. Kemasan Dola-dola rumput laut dengan konsep kemasan kekinian

- c. *Branding* produk dilakukan dengan pembuatan logo kemasan sebagai representasi dari produk yang dipasarkan serta bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mengingat produk dola-dola rumput laut. Tema warna yang diusung berwarna hijau, hal ini mengandung makna filosofi bahwa bahan dasar produk merupakan rumput laut yang berasal dari alam serta memiliki warna alam berwarna hijau. Garis tepi bergelombang mengandung makna kekuatan rumput laut yang mampu mengikat dan memberikan nutrisi dan gizi yang

sangat baik diperlukan bagi pertumbuhan anak-anak. *Branding* produk berupa logo kemasan dapat dilihat pada Gambar 8 berikut:



Gambar 8. *Branding* Produk berupa inovasi logo kemasan

### 3.3.2. Pendampingan inovasi pemasaran

Pemasaran yang dilakukan saat ini oleh UMKM Ibu Sumyati adalah dengan mengandalkan pengampas ataupun pembeli yang datang langsung ke rumah produksi. Segmentasi pemasarannya hanya sebatas wilayah Pulau Panjang dan pesisir di Kabupaten Serang, yang tentunya segmentasi pemasaran dapat ditingkatkan tidak hanya untuk daerah lokal namun menasar ke wilayah lainnya di Provinsi Banten bahkan di luar Provinsi Banten. Tahapan kegiatan yang dilakukan dalam pendampingan inovasi pemasaran adalah sebagai berikut:

a. Pembuatan Akun Sosial Media dan Marketplace

Sosial Media dan marketplace menjadi alat pemasaran yang murah dan mudah untuk digunakan. Di dalam kegiatan ini dilakukan pembuatan akun sosial media Instagram dengan nama akun @dola\_pulau.panjang. Dalam pembuatan akun sosial media disematkan kontak person, alamat rumah produksi dan link marketplace yang bertujuan agar user melihat ataupun melakukan pemesanan langsung secara *online*.



Gambar 9. Logo Instagram

Sementara untuk marketplace menggunakan platform Shopee dengan tahapan pembuatan akun dan pengisian data-data mentah terkait informasi dari produk Dola-dola Rumput Laut yang terdiri dari nama produk, alamat produk, foto produk, deskripsi produk, jumlah stok produk.

b. Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Online

Setelah dibuatkan akun instagram dan marketplace, berikutnya adalah proses *transfer knowledge* dengan pemberian pelatihan dan pendampingan pemasaran *online*. Kegiatan ini dilakukan di rumah produksi UMKM Ibu Sumyati dengan agenda pelaksanaan pada Tabel 4 sebagai berikut:



Tabel 4. Rencana Solusi Penyelesaian Permasalahan

No	Agenda Kegiatan	Rincian Kegiatan
1	Pengenalan Sosial Media dan Marketplace	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Apa itu sosial media dan marketplace</li><li>2. Mengapa diperlukan sosial media dan marketplace dalam penjualan secara <i>online</i></li><li>3. Beberapa sosial media dan marketplace yang efektif untuk melakukan penjualan secara <i>online</i></li></ol>
2	Cara Penggunaan Sosial Media Instagram	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Cara melakukan login akun</li><li>2. Penjelasan fitur dasar instagram</li><li>3. Cara unggah foto estetik dan pembuatan caption</li><li>4. Fungsi Hashtag sebagai indeksasi dari produk yang dijual</li><li>5. Pembuatan konten instagram dengan live video dan boomerang</li></ol>
3	Cara Penggunaan Marketplace	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Cara melakukan login akun</li><li>2. Pengunggahan foto dan deskripsi produk</li><li>3. Pengisian detail konten produk</li><li>4. Menanggapi komentar dan respon dalam aplikasi</li></ol>
4	<i>Handling Customer</i>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Cara meningkatkan <i>engagement</i> di dalam instagram</li><li>2. Cara menanggapi pertanyaan di dalam marketplace</li><li>3. Cara menangani keluhan pelanggan</li></ol>
5	Teknik Pengemasan dan pengiriman produk	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pengenalan beragam jasa merek kurir</li><li>2. Teknik pengemasan dengan doz</li><li>3. Teknik pengemasan dengan <i>bubble wrap</i></li></ol>

### 3.3.3. Pendampingan inovasi varian produk

Sebagaimana yang telah diuraikan dalam rencana solusi, dalam pendampingan inovasi varian produk ini dilakukan dengan membuat ukuran variasi produk disamping yang sudah ada, ditambah dengan ukuran sebesar ibu jari yang dapat dimakan dalam sekali makan. Tahapan yang dilakukan dalam pendampingan inovasi varian produk adalah sebagai berikut:

- a. Pembuatan dola-dola rumput laut yang terdiri dari komposisi rumput laut, gula, essence 3 rasa (strawberry, nanas, pandan), dan pewarna makanan
- b. Proses perebusan komposisi makanan
- c. Pencetakan adonan kedalam loyang yang sudah disediakan
- d. Proses pemotongan Dola-dola rumput laut sesuai dengan ukuran ibu jari
- e. Pengeringan produk Dola-dola dengan penjemuran di bawah sinar matahari
- f. Pemilahan produk Dola-dola yang siap untuk dikemas



(a)

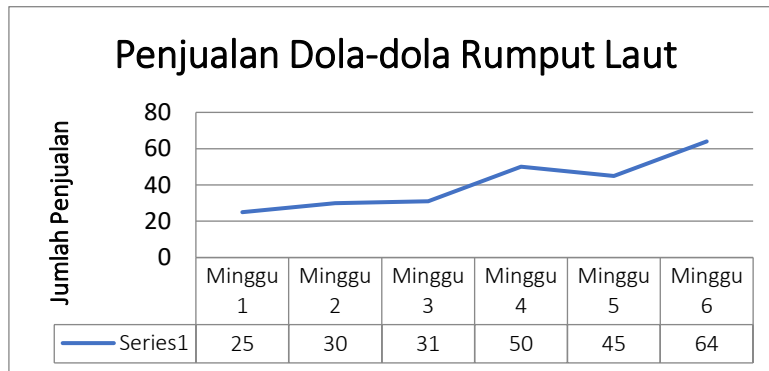


(b)

Gambar 10. (a) Proses pengeringan dengan menjemur Dola-dola dibawah sinar matahari (b) Pemilahan Dola-dola yang siap untuk dikemas

### 3.4. Monitoring Pelaksanaan

Untuk melihat efektifitas dari program kegiatan yang diimplementasikan di mitra, dilakukan monitoring pelaksanaan yang dilakukan ditiap minggu rentang 6 minggu selama periode Agustus hingga September 2022. Dari hasil monitoring kegiatan dapat dilihat kenaikan kuantitas penjualan sebagaimana yang ditunjukkan pada grafik berikut:



Gambar 11. Grafik Penjualan Dola-dola Rumput Laut

Di dalam Gambar 11 berisi grafik penjualan Dola-dola rumput laut dengan tren naik berdasarkan monitoring selama 6 minggu. Di minggu pertama penjualan sebanyak 25 pack, minggu kedua meningkat menjadi 30 pack, hingga di minggu keenam menjadi 64 pack penjualan. Jika direratakan, penjualan mingguan sebanyak 40 pack dengan total seluruh penjualan selama 6 minggu sejumlah 245 pack. Jika dibandingkan dengan aktifitas penjualan sebelumnya, dimana rerata penjualan hanya mampu menjual 18 pack mingguan. Setelah dilakukan pendampingan dari segi kemasan, produksi dan pemasaran secara *online*, terjadi peningkatan menjadi rata-rata 40 pack penjualan. Hal ini mengindikasikan keberhasilan setelah dilaksanakan kegiatan pendampingan sebesar 82%

### 3.5. Evaluasi Kegiatan

Tahapan akhir dari kegiatan ini adalah dilakukan evaluasi kegiatan dengan melakukan revidu dan refleksi terhadap pelaksanaan program yang telah diimplementasikan kepada mitra. Evaluasi dilakukan dengan melakukan pengukuran terhadap kondisi sebelum dan setelah dilaksanakan kegiatan pendampingan dimana yang menjadi fokus utama adalah bagaimana tingkat kuantitas penjualan produk UMKM Ibu Sumyati.

Jika dilihat dari monitoring setelah pelaksanaan 3 kegiatan utama pendampingan, dengan mengukur berapa penjualan mingguan selama 6 minggu dalam periode Agustus-September 2022 terdapat peningkatan sebesar 82%, dimana semula rerata penjualan mingguan hanya mampu mencapai 18 pack, namun setelah diimplementasikan kegiatan ini rerata penjualan naik hingga mencapai 40 pack per minggu. Artinya jika dievaluasi, kegiatan ini memiliki dampak terhadap tingkat penjualan Dola-dola Rumput Laut.

## 4. KESIMPULAN

Pelaksanaan inovasi telah dilakukan pada UMKM Ibu Sumyati sebagai produsen olahan rumput laut berupa Dola-dola rumput laut melalui 3 kegiatan utama, yakni pendampingan inovasi kemasan, pendampingan inovasi pemasaran, pendampingan inovasi varian produk. Efektifitas pelaksanaan pelatihan dan pendampingan disimpulkan berhasil, hal ini berdasarkan aspek penjualan sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan dimana semula UMKM hanya mampu menjual sebanyak 18 pack per minggu namun setelah dilaksanakan kegiatan terdapat peningkatan penjualan menjadi rata-rata 40 pack per minggu. Bila disimpulkan tingkat efektifitas dari kegiatan pelatihan dan pendampingan adalah 82%.

Adapun saran sebagai upaya keberlanjutan dari program yang telah dilaksanakan adalah diperlukannya pemutakhiran secara berkesinambungan dari media promosi produk, yakni sosial media instagram dengan tren yang bersifat kekinian, berkolaborasi dengan selebgram ataupun mencantumkan caption menarik dan hashtag yang bersifat spesifik maupun universal untuk meningkatkan *engagement* dengan pelanggan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Bina Bangsa atas pelaksanaan program Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM), serta kepada masyarakat Pulau Panjang khususnya di kawasan Kampung Peres Kabupaten Serang Provinsi Banten.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abuk, G. M., & Rumbino, Y. (2020). Analisis Kelayakan Ekonomi Menggunakan Metode Net Present Value (NPV), Metode Internal Rate of Return (IRR) Payback Period (PBP) Pada Unit Stone Crusher di CV. X Kab. Kupang Prov. NTT. *Jurnal Ilmiah Teknologi FST Undana*, 14(2), 68–75.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. (2021). Provinsi Banten Dalam Angka. *Badan Pusat Statistik Provinsi Banten*, 3(2), 58–66.  
<http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- BPS Kabupaten Serang. (2022). *Kabupaten Serang Dalam Angka 2022*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Serang.
- Pemerintah Provinsi Banten. (2022). *bantenprov.go.id*. Provinsi Banten.
- Rachmawati, D. W. (2018). Manajemen Pengelolaan Kinerja Koperasi Sekolah SMK Swakarya Palembang. *Jurnal Profit*, 5(2), 111–118.  
<https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jp/article/viewFile/6600/3426>
- Soejarwo, P. A. (2017). POTENSI USAHA BUDI DAYA RUMPUT LAUT DI PULAU PANJANG KABUPATEN SERANG, PROVINSI BANTEN Potential of Seaweed Farming Business in Pulau Panjang Serang District, Banten Province. *Jurnal Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 3(2), 1–6.
- Supriadi, S., & Putra, S. A. (2019). Perancangan Sistem Penjadwalan Dan Monitoring Pemberi Pakan Ikan Otomatis Berbasis Internet of Thing. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 2(1), 35. <https://doi.org/10.31328/js.v2i1.1286>
- UU Nomor 23 Tahun 2000. (n.d.). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2000 tentang Pembentukan Propinsi Banten* (Issue 23).
- Wahyudi. (2021). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Cilegon Banten. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1–6.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48.  
<https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>

## **Halaman Ini Dikосongkan**