



Analaisis Permasalahan dan Pengembangan Usaha Dodol Pangi

Problem Analysis and Business Development of Dodol Pangi

**Risma Yana Risal, Rusli M. Rukka, Rahmadanih,
Nurbaya Busthanul, A. Amrullah**

Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin,
Makassar

*Kontak penulis: rismaayanarisal181@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the problems and development of dodol pangi product marketing in small and medium enterprises in Soppeng Regency, South Sulawesi. Dodol pangi is a processed pangi fruit product that has high economic potential but is still limited to the local market. This study uses the agrosystem development planning analysis method (APPAS), which includes analysis of situations, problems, goals, and business development planning. The results of the study show that the main problems faced are low sales, which are caused by limited marketing areas, low packaging quality, and lack of promotion and understanding of digital marketing. In addition, product quality is also affected by the use of production equipment that is still manual. This study designs a series of actions to improve marketing, including improving the ability of human resources in digital marketing, redesigning packaging by including halal labels, composition, nutritional value, and expiration dates, as well as the procurement of more modern production equipment. The implementation of marketing strategies through social media, e-commerce, and exhibitions is expected to expand the market and increase product demand. Based on calculations, by implementing these actions, it is hoped that turnover and net income can increase significantly, reaching the sales target of 3000 packs per month and net income of around IDR 20,000,000. This research contributes to the development of agro-industrial marketing strategies based on superior local products at the small and medium enterprise levels.

Keywords: dodol pangi, marketing, small and medium enterprises, agrosystems, development planning, marketing.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persoalan dan pengembangan pemasaran produk dodol pangi pada usaha kecil menengah di Kabupaten Soppeng, Sulawesi Selatan. Dodol pangi merupakan produk olahan buah pangi yang memiliki potensi ekonomi tinggi namun masih terbatas pada pasar lokal. Penelitian ini menggunakan metode analisis perencanaan pengembangan agrosistem (APPAS), yang meliputi analisis situasi, masalah, sasaran, dan perencanaan pengembangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masalah utama yang dihadapi adalah rendahnya penjualan, yang disebabkan oleh terbatasnya daerah pemasaran, kualitas kemasan yang rendah, serta kurangnya promosi dan pemahaman pemasaran digital. Selain itu, kualitas produk juga dipengaruhi oleh penggunaan peralatan produksi yang masih manual. Penelitian ini merancang serangkaian tindakan untuk meningkatkan pemasaran, di antaranya peningkatan kemampuan SDM dalam pemasaran digital, desain ulang kemasan dengan mencantumkan label halal, komposisi, nilai gizi, dan masa expired, serta pengadaan peralatan produksi yang lebih modern. Implementasi strategi pemasaran melalui media sosial, e-commerce, serta pameran diharapkan dapat memperluas pasar dan meningkatkan permintaan

produk. Berdasarkan perhitungan, dengan melaksanakan tindakan tersebut, diharapkan omset dan pendapatan bersih dapat meningkat signifikan, mencapai target penjualan 3000 pack per bulan dan pendapatan bersih sekitar Rp 20.000.000. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran agroindustri berbasis produk lokal unggulan di tingkat usaha kecil menengah.

Kata kunci: dodol pangi, pemasaran, usaha kecil menengah, agrosistem, perencanaan pengembangan, marketing.

1. Pendahuluan

Pangi (*Pangium edule Reinw*) merupakan tanaman pangan hutan yang hampir semua bagian tanamannya dapat dimanfaatkan. Tanaman pangi mulai dikenal oleh masyarakat karena buahnya dapat diolah sebagai bahan makanan dan obat (Sari, 2015). Tanaman pangi tidak direkomendasikan dikembangkan pada ketinggian diatas 850 m di atas permukaan laut dan dapat ditanam bersama dengan cemara gunung, kopi dan kakao (Milang, 2021). Produksi buah pangi di Indonesia pada tahun 2017 sebesar 40.490 kg/tahun (Anonim, 2017). Pangi termasuk komoditi unggulan daerah yang memiliki nilai ekonomi tinggi sehingga berpotensi besar untuk di kembangkan di Sulawesi Selatan. Salah satu daerah di Sulawesi Selatan penghasil buah pangi yang sudah mencapai mutu ekspor adalah Kabupaten Soppeng (Samudry et al., 2018).

Luas lahan total tanaman pangi di Kabupaten Soppeng yaitu 520 Ha yang tersebar pada wilayah Kecamatan Liliraja seluas 36,25 Ha, Kecamatan Marioriwawo 166,90 Ha, dan Kecamatan Lalabata 317,25 Ha (BPS, 2019). Rata-rata produksi buah pangi terbesar di Kabupaten Soppeng yaitu pada luas lahan 1-5 Ha yaitu 51.000 kg, >5 Ha yaitu 19.500 kg, dan <1 Ha yaitu 7.550 kg (Hardianingsih, 2020). Buah pangi dari Kabupaten Soppeng memiliki bentuk yang lebih besar dan segar (Yunianti et al., 2018).

Sistem produksi pangi di Kabupaten Soppeng potensial untuk dikembangkan karena potensi, penyebaran pangi serta sumberdaya petani sangat menunjang pengelolaan komoditi pangi (Hardianingsih, 2020). Keberadaan pangi yang berlimpah di Kabupaten Soppeng, mampu memunculkan kreasi dan inovasi masyarakat Soppeng untuk mengolah buah pangi menjadi berbagai olahan produk diantaranya dodol pangi. Dodol pangi merupakan produk olahan buah pangi yang banyak ditemukan di Kabupaten Soppeng terutama di Kecamatan Marioriwawo (Nawir et al., 2017). Dodol pangi merupakan makanan yang berbahan baku buah pangi yang dicampur dengan tepung beras ketan, gula merah atau gula pasir dan santan (BPDAS Jeneberang Walanae, 2006).

Melalui usaha pengolahan dodol pangi tersebut maka didirikan usaha kecil menengah (UKM) kasus. Usaha ini dibentuk oleh Kelompok Wanita Tani Waepute pada tahun 2009, dan pada tahun 2017 usaha tersebut dikelola oleh Kelompok Usaha Produktif (KUP) Waepute. Usaha tersebut sudah mendapat legalitas berupa No. PIRT. Produk dodol pangi dari UKM kasus memiliki prospek pengembangan usaha yang bagus karena memiliki nilai jual yang tinggi. Selain itu, dodol pangi juga hanya di produksi di Kabupaten Soppeng dan banyak di temukan di Kecamatan Marioriwawo yang merupakan sentra oleh-oleh Soppeng. Namun wilayah pemasaran Dodol Pangi UKM kasus termasuk rendah karena penjualannya hanya di Kabupaten Soppeng.

Pemasaran merupakan suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan, keinginan, dan mencapai tujuan perusahaan (Tambajong, 2013).

Menarik konsumen agar membeli produk yang dihasilkan, maka suatu usaha harus mampu merumuskan model pemasaran yang akan digunakan. Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam masyarakat karena menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial (Rasam, 2019). Pemasaran dalam suatu usaha merupakan suatu rencana keseluruhan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Pemasaran merupakan penentu dari kemampuan suatu usaha bertahan dan menghasilkan laba atau tidak. Produksi tidak akan bisa meningkat jika tidak di dukung sistem pemasaran yang baik pula (Putri et al., 2012).

Pada prinsipnya suatu strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variable-variabel seperti segmentasi pasar, positioning, bauran pemasaran yang dimana strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah bagi semua fungsi manajemen suatu organisasi (Kango, 2019). Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial. Pengembangan pemasaran saat ini masih terbatas pada marketing mix (produk, harga, distribusi dan promosi) (Kango, 2008), (Benyamin, 2019), (Hutasuhut, 2019). Agroindustri yang efisien dan efektif dapat terwujud apabila pemasarannya baik (Anggina et al., 2020).

Banyak penelitian sebelumnya yang membahas mengenai pengembangan agroindustri dodol berbahan baku komoditi lokal unggulan pada industri kecil seperti dodol salak (Palit, 2017); dodol papaya (Simanjuntak, 2014); dodol nenas (Tresnawati, 2010); dodol mangga (Saleh, 2018; Mutholib, 2019; Yudianto, 2021), pengembangan pemasaran dodol menggunakan analisis SWOT (Permadi, 2021), pengembangan usaha dodol dengan metode analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (Haudi et al., 2020). Namun penelitian tentang pengembangan pemasaran usaha berbahan baku dodol pangi belum ada. Selain itu penelitian terkait pengembangan pemasaran usaha dodol menggunakan metode APPAS masih sangat kurang bahkan belum ada.

Usaha UKM kasus memiliki peluang yang besar untuk menjadi produk yang bukan hanya terkenal di Kabupaten Soppeng melainkan produk yang dikenal secara nasional. Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberi msanfaat pada usaha dodol pangi UKM kasus dalam menghadapi persoalan-persoalan selama mengembangkan usahanya terkhusus pada pengembangan pemasaran dan menentukan tindakan perencanaan yang diambil.

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai sasaran belajar yang terdiri dari tiga aspek yaitu aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Aspek pengetahuan yang ingin dicapai yaitu mengetahui situasi usaha, persoalan-persoalan yang dihadapi dan tindakan-tindakan perencanaan yang perlu diambil UKM kasus terkhusus pada pemasaran produk dodol pangi. Pada aspek keterampilan yaitu mampu mengimplementasikan ilmu yang telah didapat, mengidentifikasi persoalan-persoalan dan merumuskan tindakan-tindakan perencanaan yang perlu di ambil terkhusus pada pemasaran produk dodol pangi. Aspek sikap terdiri dari menghargai kerjasama yang terjalin, menghargai upaya yang dilakukan dalam membangun usaha dan memetik hikmah sebagai pengalaman belajar selama melaksanakan penelitian.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Usaha Dodol Pangi usaha kecil menengah yang terletak di Desa Gattareng, Kecamatan Marioriwawo, Kabupaten Soppeng, Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan metode analisis perencanaan pengembangan agrosistem (APPAS) yang mencakup analisis situasi agrosistem, analisis masalah, analisis sasaran dan analisis perencanaan pengembangan usaha. Penelitian ini menitikberatkan pada keterlibatan peneliti secara langsung dalam proses usaha sehingga peneliti mampu mengetahui permasalahan secara mendalam dalam usaha tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

Usaha kecil menengah memiliki visi yaitu “Menjadikan produk Dodol Pangi sebagai produk khas unggul Kabupaten Soppeng dengan mutu produk tinggi yang dikenal secara nasional”. Untuk mewujudkan visi tersebut usaha kecil menengah mengupayakan misinya yaitu, menjaga dan meningkatkan kualitas produk, memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, mengikuti kegiatan yang dapat meningkatkan eksistensi produk seperti pameran dan *event-event* sejenis, bekerja sama dengan instansi pemerintah Kabupaten Soppeng, dan memperluas wilayah pemasaran produk.

Deskripsi Kasus

Sumberdaya lahan yang digunakan oleh usaha dodol pangi usaha kecil menengah di Kabupaten Soppeng seluas 12x20 meter yang merupakan lahan pribadi. Luas bangunan yang digunakan oleh usaha dodol pangi sebesar 11 m x 6 m dengan status lahan bangunan yakni sewa dengan biaya mencapai Rp.900.000 pertahun atau Rp. 75.000 perbulan.

Tabel 1.
Sumberdaya Manusia yang Terlibat Pada Usaha Dodol Pangi

No	Nama	Umur (Thn)	Pendidikan Terakhir	Jabatan	Status
1	Kartini	60	SMP	Ketua	Tetap
2	Emi M	43	SMP	Bendahara	Tetap
3	Musdalifah	36	D3	Kepala Adm & Umum	Tetap
4	Appe	30	SMA	Anggota	Tetap
5	M.Iqbal	38	SMA	Anggota	Tetap
6	Nurlia	35	SMA	Anggota	Tetap
7	Sunarti	41	SMP	Anggota	Tetap
8	Marlina	48	SMP	Anggota	Tidak Tetap
9	Rismawati	45	SMP	Anggota	Tidak Tetap
10	Nuka	40	SMP	Anggota	Tidak Tetap
11	Rustani	35	SMP	Anggota	Tetap
12	Anti	38	SMP	Anggota	Tidak Tetap
13	Temma	40	SMP	Anggota	Tidak Tetap
14	Longeng	47	SMA	Anggota	Tidak Tetap

Pada Tabel 1 dapat dilihat jumlah sumberdaya manusia pada usaha dodol pangi sebanyak 14 orang dengan usia yang masih terbilang produktif. Pendidikan SDM

didominasi oleh tamatan Sekolah Menengah Pertama. Anggota dengan status pekerja tetap merupakan anggota yang sudah lama bergabung di usaha ini sedangkan pekerja tidak tetap merupakan pekerja yang masa kerjanya < 6 bulan.

Tabel 2.
 Jenis-Jenis Peralatan Pada Usaha Dodol Pangi

Jenis Alat/ Mesin	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Total Nilai (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Nilai Penyusutan (Rp/Tahun)	Penyusutan/ Bulan (Rp)
Kompor	1	500.000	500.000	2	250.000	20.883
Tabung Gas	1	150.000	150.000	3	50.000	4.167
Pengaduk	5	30.000	150.000	2	75.000	6.250
Wajan	3	100.000	300.000	2	150.000	12.500
Pabrik Beras	1	3.300.000	3.300.000	3	1.100.000	91.666
Baskom	5	10.000	50.000	1	50.000	4.167
Timbangan	1	300.000	300.000	3	100.000	33.333
Cetakan Dodol	10	7.500	75.000	1	75.000	6.250
Kulkas	1	1.200.000	1.200.000	5	240.000	25.833
Pisau	3	15.000	45.000	2	22.500	3.958
Total			6.070.000		2.112.500	261.973

Sumber daya peralatan dapat dilihat pada Tabel 2 yang digunakan 30 unit dan terbagi menjadi 10 jenis alat, dengan nilai penyusutan sebesar Rp 2.112.500/ tahun dan setiap bulannya sebesar Rp.261.973/bulan. Peralatan-peralatan yang digunakan dalam proses produksi hingga sampai menjadi produk yang siap dipasarkan masih terbilang sederhana. Hal ini dikarenakan jumlah produksi yang dilakukan tiap bulannya masih dalam skala kecil.

Tabel 3.
 Analisis Posisi Sumberdaya Finansial Pada Usaha Dodol Pangi

Aktiva	Nilai (Rp)	Passiva	Nilai (Rp)
Harta Lancar		Utang Jangka Pendek	
Kas	500.000	Utang jangka Panjang	-
Harta Tetap		Modal	
Peralatan	6.070.000	Modal	7.470.000
Sewa Lahan & Bangunan	900.000		
Total Aktiva	7.470.000	Total Passiva	7.470.000

Pada Tabel 3 dapat dilihat Modal usaha dodol pangi sebesar Rp. 7.470.000 yang digunakan untuk membeli peralatan produksi dan bahan baku. Usaha dodol pangi ini tidak memiliki utang jangka panjang dan jangka pendek dari bank. Aktiva yang dimiliki oleh usaha ini terdiri dari harta berupa kas, harta tetap berupa peralatan dan sewa lahan dan bangunan yang didapatkan dari bantuan dana desa sehingga total aktiva sebesar Rp. 7.470.000.

Pada Tabel 4 bahan baku untuk proses produksi dodol pangi diperoleh dari penjual pangi yang sudah berlangganan 5 tahun terakhir. Untuk bahan baku tepung beras di dapatkan dari pabrik beras yang dimiliki sendiri oleh usaha kecil menengah. Nilai

pengadaan bahan baku utama setiap bulannya berbeda-beda. Hal ini dikarenakan setiap bulannya jumlah bahan baku yang dibutuhkan berbeda-beda.

Tabel 4.
Biaya, dan Nilai Pengadaan Bahan Baku Utama Pada Usaha Dodol Pangi

No.	Jenis Bahan	Nilai Pengadaan (Rp)		
		Desember	Januari	Februari
1.	Buah Pangi	150.000	250.000	200.000
2.	Beras Ketan	720.000	1.200.000	960.000
Total Biaya		870.000	1.450.000	1.160.000

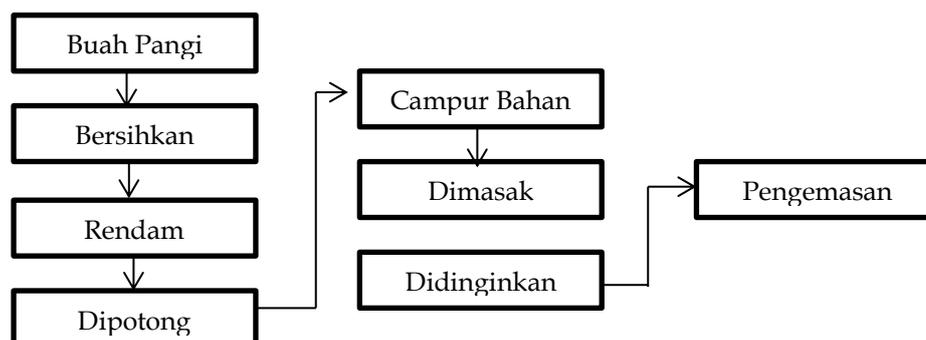
Bahan baku pembantu lainnya dilihat pada Tabel 5 yakni gula merah, gula pasir, mentega dan bahan lainnya diperoleh dari toko bahan-bahan campuran. Keperluan *packaging* berupa, label kemasan dibeli di toko percetakan dekat lokasi usaha. Nilai pengadaan bahan baku pembantu setiap bulannya berbeda-beda tergantung jumlah bahan yang dibutuhkan saat melakukan produksi dodol pangi.

Tabel 5.
Jumlah, Biaya dan Nilai Pengadaan Bahan Baku Pembantu Pada Usaha Dodol Pangi

No.	Jenis Bahan	Bulan (Rp)		
		Desember	Januari	Februari
1.	Gula Merah	600.000	1.000.000	800.000
2.	Gula Pasir	360.000	600.000	480.000
3..	Mentega	70.000	210.000	140.000
4.	Santan	750.000	1.250.000	1.000.000
5.	Susu Bubuk	192.000	336.000	240.000
6.	Vanili	6.000	12.000	8.000
7.	Kemasan	1.050.000	1.750.000	1.400.000
Total Harga (Rp)		3.028.000	5.158.000	4.068.000

Produk olahan dodol pangi merupakan produk yang sehat dan bergizi sehingga aman untuk dikonsumsi semua kalangan konsumen. Dalam penyajiannya, produk dikemas dalam bentuk kotak yang berisi 11 pcs dodol pangi dengan berat 200gr/*pack* yang dibungkus plastik bening. Namun pada kemasan produk tidak terdapat label halal dan berupa informasi penting produk seperti masa expired dan komposisi, alamat dan nilai gizi. Proses yang dilakukan mulai dari pengolahan sampai pengemasan dilakukan selama 6 jam.

Proses produksi pada usaha ini dilakukan apabila adanya pesanan dan stok produk menipis. Adapun langkah-langkah proses pembuatan disajikan pada gambar berikut:



Gambar 1. Proses Produksi Dodol Pangi

Alur pemasaran yang dilakukan oleh usaha kecil menengah ada dua alur yaitu langsung kepada pihak konsumen dan melalui pengecer kemudian ke konsumen. Harga yang ditawarkan produk dodol pangi kepada konsumen adalah Rp. 10.000, - dan harga ke pengecer Rp 9.000.-. Penentuan harga tersebut berdasarkan harga pokok produksi dan sasaran pasar sehingga dapat dijangkau berbagai kalangan.

Lokasi usaha ini strategis untuk dijadikan pusat penjualan karena berada di wilayah sentra oleh-oleh khas Soppeng dan merupakan daerah tempat singgah ketika akan ke luar daerah. Promosi yang dilakukan oleh usaha kecil menengah adalah menggunakan metode *personal selling* seperti kegiatan-kegiatan pameran dan sejenisnya. Sasaran konsumen dari usaha ini adalah wisatawan dan masyarakat Soppeng.

Tabel 6.
Biaya Tetap yang Dikeluarkan Perbulan Pada Usaha Dodol Pangi

No.	Uraian	Bulan (Rp)		
		Desember	Januari	Februari
1.	Biaya Sewa Rumah Produksi	75.000	75.000	75.000
2.	Penyusutan Alat	261.973	261.973	261.973
	Total	336.973	336.973	336.973

Dapat dilihat pada Tabel 7 biaya sewa rumah produksi dan biaya penyusutan alat yang dikeluarkan selama 3 bulan sama jumlahnya. Hal ini menyebabkan total biaya tetap yang dikelurakan setiap bulan selalu sama.

Tabel.7
Biaya Variabel yang Dikeluarkan Perbulan Pada Usaha Dodol Pangi

No.	Uraian	Bulan (Rp)		
		Desember	Januari	Februari
1.	Bahan Baku Utama	870.000	1.450.000	1.160.000
2.	Bahan Baku Pembantu	3.028.000	5.158.000	4.068.000
3.	Transportasi	100.000	100.000	100.000
4.	Listrik	30.000	30.000	30.000
5.	Gas	115.000	450.000	330.000
6.	Bahan Bakar Pabrik Beras	20.000	20.000	20.000
	Total	4.163.000	7.208.000	5.708.000

Terdapat 6 jenis biaya variable yang dikeluarkan oleh usaha dodol pangi ini. Total biaya pada bulan Januari sebesar Rp.7.208.000 lebih banyak dibandingkan dengan bulan Desember dan Februari, ini disebabkan oleh permintaan konsumen yang banyak pada bulan tersebut sehingga pembelian bahan baku utama, bahan baku pembantu dan gas menjadi bertambah.

Pendapatan bersih (rill) dilihat pada Tabel 8 setiap bulannya berbeda-beda. Hal ini dikarenakan penjualan dodol pangi setiap bulannya juga berbeda-beda. Pada bulan Desember produk yang terjual sebanyak 1022 *pack*, Januari 1750 *pack*, dan Februari sebanyak 1388 *pack*. Sehingga pendapatan bersih rata-rata Rp. 7.803.027/bulan.

Tabel 8.
Analisis Pendapatan Rill Pada Usaha Dodol Pangi

No.	Uraian	Bulan (Rp)		
		Desember	Januari	Februari
1.	Penerimaan	9.220.000	16.300.000	12.880.000
2.	Total Biaya Tetap	336.973	336.973	336.973
3.	Total Biaya Variabel	3.570.000	5.750.000	4.660.000
4.	Total Biaya	3.906.973	6.086.973	4.996.973
	Pendapatan Bersih (Rp)	5.313.027	10.213.027	7.883.027

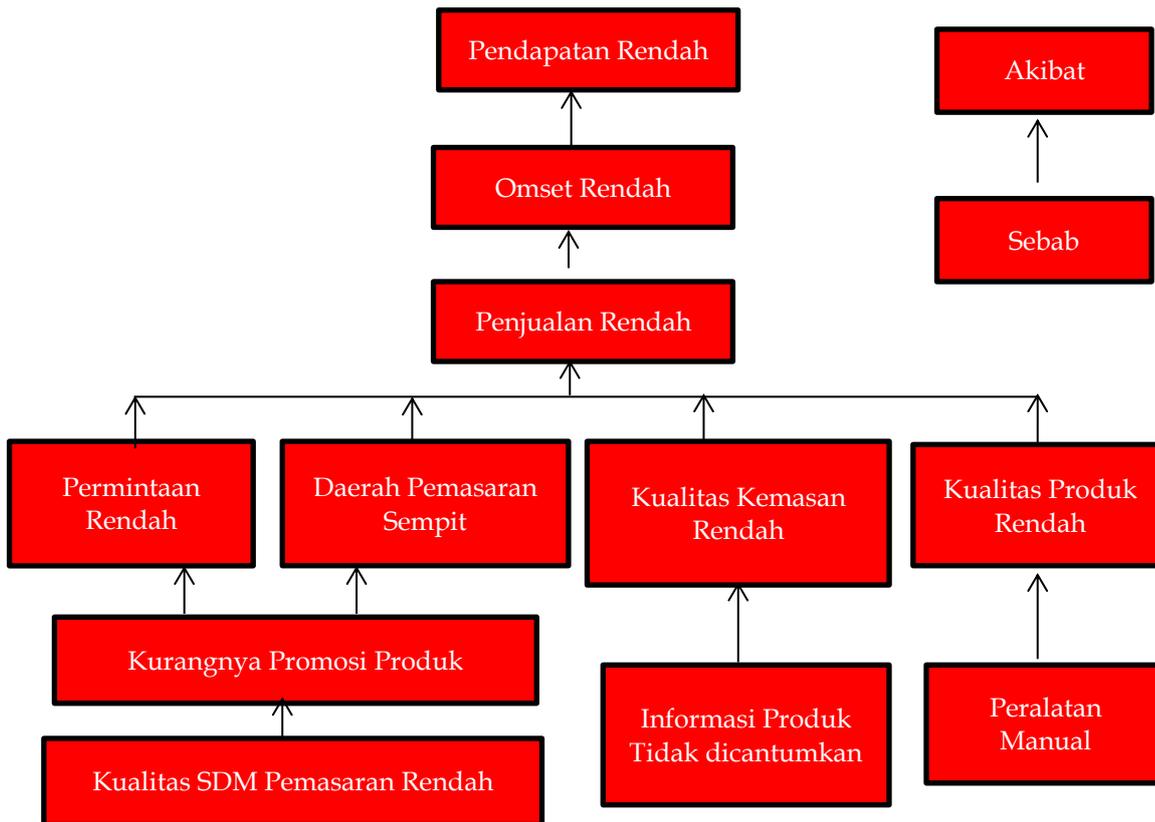
Identifikasi Masalah Kasus

Terdapat 13 permasalahan yang dihadapi UKM kasus dalam menjalankan usaha dodol pangi ini. Masalah-masalah yang diidentifikasi berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9.
Kesenjangan Fakta dan Harapan Pada Usaha Dodol Pangi

Fakta	Masalah	Harapan
Aspek Umum		
Produksi dilakukan di rumah ketua kelompok	Lahan Dan Bangunan Sewa	Produksi dilakukan di rumah produksi sendiri
Pengaduk, cetakan, dan pengemasan menggunakan alat manual	Peralatan Masih Manual	Pengaduk, cetakan, dan pengemasan menggunakan mesin elektrik
Tenaga kerja bagian pemasaran kurang memahami digital marketing	Kualitas SDM Pemasaran Rendah	Tenaga kerja bagian pemasaran memahami digital marketing
Aspek Produksi		
Produksi dilakukan sesuai pesanan	Produksi Terputus-Putus	Produksi berkesinambungan
Aspek Pemasaran		
Produk dibungkus dengan plastik bening dan dikemas dengan box yang dicetak dengan design yang sederhana	Kualitas Kemasan Produk Rendah	Produk dibungkus dengan kertas anti minyak dan dikemas dengan box yang di design semenarik mungkin.
Pemasaran dilakukan disekitar lokasi usaha	Daerah Pemasaran Sempit	Dipasarkan di supermarket, dan toko oleh-oleh
Ukuran dodol yang tidak sama rata, tekstur yang tidak merata	Kualitas Produk Rendah	Ukuran dodol sama, dan tekstur yang merata
Tidak mencantumkan label halal masa expired, nilai gizi dan komposisi	Informasi Produk Tidak Dicantumkan	Terdapat label halal, masa expired, nilai gizi dan komposisi pada kemasan
Promosi produk melalui <i>personal selling</i>	Kurangnya Promosi Produk	Aktif menggunakan media sosial seperti akun bisnis <i>instagram, facebook, whatsapp, e-commerce.</i>
Pesanan rata-rata 1067 <i>pack</i> /bulan	Permintaan Rendah	Pesanan mencapai 2500 <i>pack</i> /bulan

Aspek Keuangan Penjualan rata-rata 1.387 pack/bulan	Penjualan Rendah	Penjualan mencapai 3000 pack/bulan
Omset rata-rata Rp 12.800.000/bulan	Omset Rendah	Omset Rp 30.000.000/bulan
Pendapatan bersih rata-rata Rp 7.803.027 bulan	Pendapatan Bersih Rendah	Pendapatan bersih Rp. 20.000.000/bulan

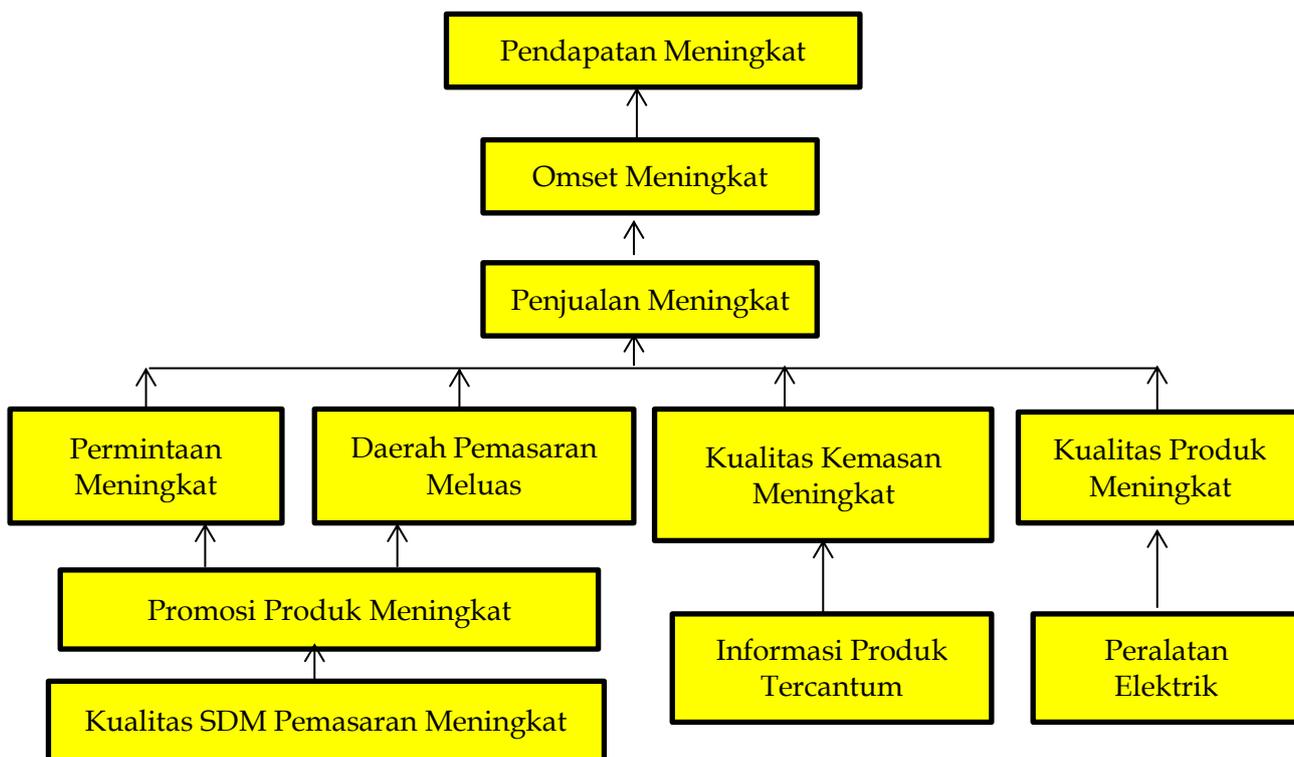


Gambar 2. Struktur Pohon Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan dapat dilihat struktur pohon masalah pada Gambar 2 bahwa masalah utama pada usaha dodol pangi adalah Penjualan Rendah. Masalah utama tersebut disebabkan oleh permintaan dodo pangi setiap bulannya rendah, daerah pemasaran sempit yang hanya berlokasi di sekitar lokasi, kualitas kemasan rendah yang hanya dibungkus dengan plastik, kualitas produk rendah, permintaan rendah dan daerah sempit disebabkan kurangnya promosi produk karena hanya dilakukan secara *personal selling*, kualitas kemasan rendah disebabkan oleh informasi produk seperti label hala, *mas expired*, nilai gizi dan komposisi tidak dicantumkan, serta kualitas produk rendah yang disebabkan oleh pengaduk dan cetakan yang digunakan masih manual. Masalah utama dapat menyebabkan omset rendah dan pendapatan menjadi rendah.

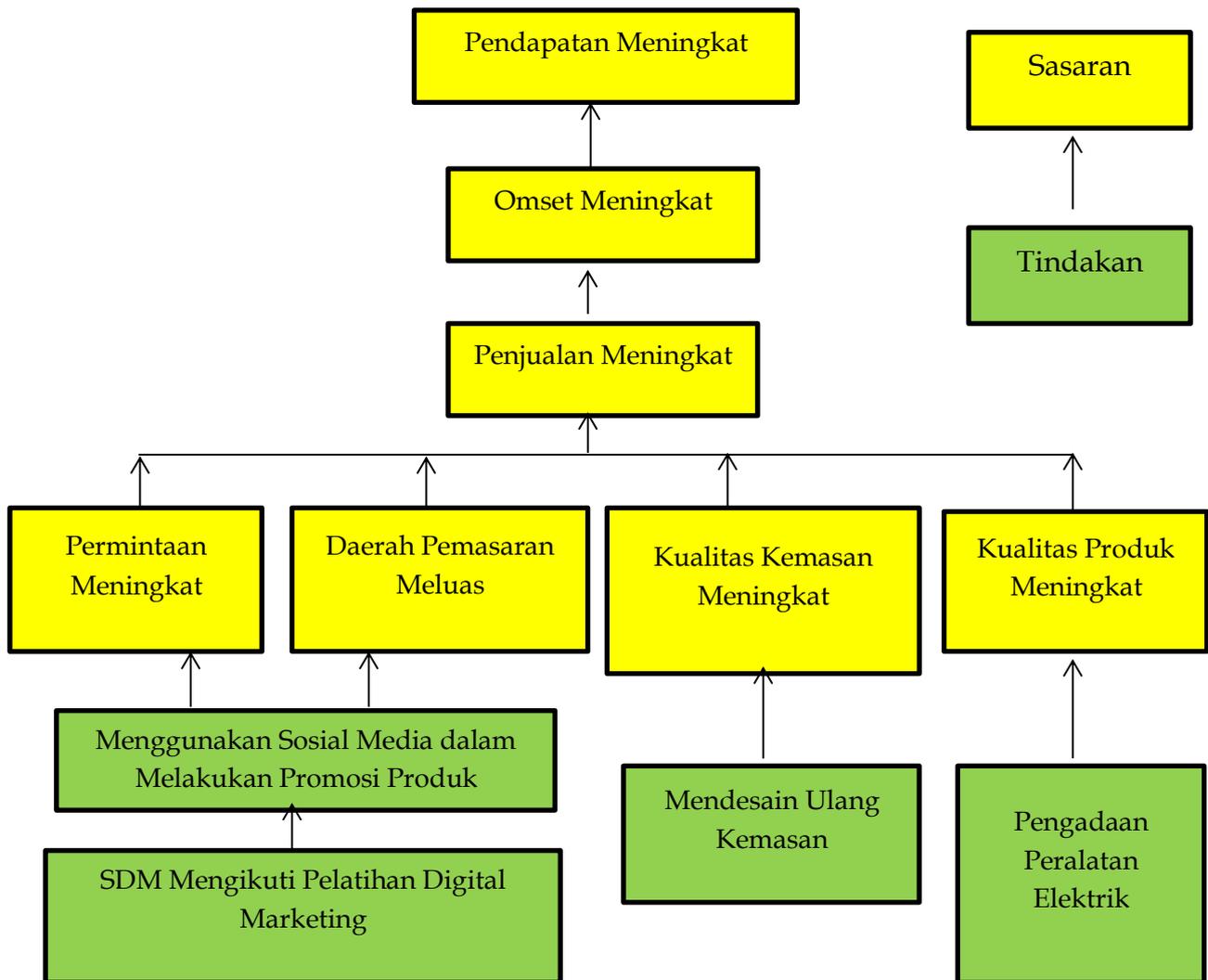
Sehingga untuk mengatasi masalah utama tersebut dibutuhkan sasaran utama yang dapat dilihat pada Gambar 3 yaitu penjualan produk meningkat, dengan sasaran akar yaitu kualitas SDM pemasaran meningkat, label halal, komposisi, nilai gizi dan masa

expired dicantumkan serta peralatan yang digunakan adalah mesin modern atau elektrik. Sasaran antara berupa permintaan meningkat, daerah pemasaran meluas, kualitas kemasan meningkat, kualitas produk meningkat, dan kualitas kemasan meningkat. Dengan tercapainya sasaran utama maka akan mempengaruhi sasaran dampak, dan juga bukan tidak mungkin mampu memberi progres yang bagus terhadap sasaran di luar sasaran utama meskipun posisinya belum mendesak.



Gambar 3. Struktur Pohon Sasaran

Berdasarkan analisis masalah dan sasaran, untuk perancangan pengembangan dan pengembangan agrosistem kasus di Kabupaten Soppeng, maka yang dapat dilakukan oleh perusahaan diantaranya yaitu, menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* dan *E-Commerce* SDM Pemasaran mengikuti pelatihan terkait strategi marketing, mendesain ulang kemasan dengan mencantumkan label halal yang sudah diurus di MUI secara online, komposisi, nilai gizi dan masa expired, serta melakukan pengadaan peralatan elektrik. Hubungan antara sasaran utama, sasaran antara, dan Tindakan-tindakan secara lengkap dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Struktur Pohon Tindakan

Untuk mewujudkan peningkatan pendapatan usaha, perlu dilakukan beberapa tindakan diantaranya adalah pengadaan peralatan elektrik, mendesain ulang kemasan, mengikutkan karyawan dalam pelatihan digital marketing, menggunakan social media dalam melakukan promosi produk. Berdasarkan tindakan tersebut dikembangkan matriks untuk memenuhi sasaran antara dan sasaran utama serta biaya yang diperlukan untuk mewujudkan tindakan tersebut. Matriks tersebut dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10.
Matriks Perencanaan Pengembangan Agrosistem Usaha Dodol Pangi

Uraian Tujuan Sesuai Tindakan	Ukuran Tercapainya Tujuan	Sistem Informasi Pengendalian
Dampak <ul style="list-style-type: none"> • Omzet Meningkatkan • Pendapatan bersih meningkat 	<ul style="list-style-type: none"> • Omzet yang mencapai Rp 30.000.000 • Pendapatan bersih Rp. 20.000.000 	<ul style="list-style-type: none"> • Laporan keuangan
Sasaran Utama <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan meningkat 	<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan mencapai 3000 <i>pack</i>/bulan 	<ul style="list-style-type: none"> • Laporan penjualan
Sasaran Antara <ul style="list-style-type: none"> • Permintaan meningkat • Daerah pemasaran meluas • Kualitas produk meningkat 	<ul style="list-style-type: none"> • Pesanan sebanyak 2000<i>pack</i>/bulan • Produk dijual di supermarket dan toko oelh-oleh • Tidak adanya komplain terhadap produk yang ditawarkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Pimpinan usaha • Laporan bagian pemasaran • Laporan bagian administrasi
Khusus Tindakan	Sarana Yang Diperlukan	Biaya (Rp)
<ul style="list-style-type: none"> • SDM mengikuti pelatihan digital marketing • Mendesain ulang kemasan • Pengadaan peralatan mesin modern 	<ul style="list-style-type: none"> • Dana • Administrasi • Dana 	<p style="text-align: right;">300.000</p> <p style="text-align: right;">300.000</p> <p style="text-align: right;">5.000.000</p>
	Total Biaya	5.600.000

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis masalah yang teridentifikasi dan sasaran yang ditetapkan maka tindakan pengembangan yang disusun untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi adalah SDM pemasaran mengikuti pelatihan terkait digital marketing, mendesain ulang kemasan dengan mencantumkan label halal yang sudah diurus di MUI secara online, komposisi, nilai gizi dan masa expired, serta melakukan pengadaan peralatan elektrik.

Refleksi dari penelitian ini adalah pentingnya menerapkan fungsi-fungsi manajemen dalam usaha sebagai cara untuk mengembangkan usaha dodol pangi tersebut. Selain itu memahami situasi kasus dapat memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi masalah-masalah yang dihadapi oleh usaha tersebut. Setiap anggota harus memahami tupoksi kerjanya masing-masing dan bertanggung jawab terhadap bagian kerjanya.

Daftar Pustaka

Anggina, D., Dewi, N., & Restuhadi, F. (2020). Strategi Pemasaran Agroindustri Dodol Rasa Buah Lokal. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 17(1), 1-12.

- Anonim. (2017). Statistik Industri Manufaktur Bahan Baku. Badan Pusat Statistik: Indonesia.
- Badan Pelaksana Statistik. 2019. Kabupaten Soppeng dalam Angka.
- Benyamin, A. P. (2019). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix Strategy) di Pasarkita Pamulang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 1-9.
- BPDAS Jeneberang Walanae. (2006). Pangi (*Pangium edule Reinw*). Makassar: Balai Pengelolaan Aliran Sungai Jeneberang Walanae.
- Hardianingsih, T. D. (2020). Sistem Produksi, Pengolahan Hasil Dan Pemasaran Pangi Di Kabupaten Soppeng. *Jurnal Ilmiah METANSI" Manajemen dan Akuntansi"*, 3(2), 16-22.
- Haudi, A., Ratumbusang, M. F. N. G., & Hasanah, M. (2021). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Industri Kecil Dodol Di Hulu Sungai Selatan. *Journal of Economics Education and Entrepreneurship*, 1(1), 31-36.
- Hutasuhut, J. (2019). Studi Mengenai Strategi Pemasaran Makanan Tradisional "Panggalong" dan Kandungan Gizi Yang Terkandung di Dalamnya Menggunakan Konsep "Marketing Mix". *BEST Journal (Biology Education, Sains and Technology)*, 2(1), 69-74.
- Kango, U. (2018). Strategi Pemasaran Jagung Gorontalo Sebagai Program Unggulan Daerah. *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 366-391.
- Kementrian Koperasi dan UKM. 2021. Kontribusi UKM terhadap PDB: Indonesia
- Millang, S. (2021, November). Productivity of Pangi (*Pangium edule Reinw.*) and biodiversity of agroforestry systems at various altitudes in Toraja Regency, South Sulawesi. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 886, No. 1, p. 012062). IOP Publishing.
- Mutholib, A., Maman, U., & Zulmanery, Z. (2019). Analisis Usaha UKM Dodol Mangga (Studi Kasus Di Kabupaten Indramayu). *Agribusiness Journal*, 13(1), 75-81.
- Nawir, M., Taskirawati, I., & Baharuddin, B. (2017). Pemanfaatan Tanaman Pangi (*Pangium Edule Reinw*) pada Lahan Agroforestri Desa Watu Toa Kecamatan Marioriwawo Kabupaten Soppeng. *Jurnal Hutan dan Masyarakat*, 123-130
- Palit, A., Rengkung, L. R., & Ruauw, E. (2017). Strategi Pengembangan Agroindustri Dodol Salak Di Desa Pangu Satu Kecamatan Ratahan. Skripsi Fakultas Pertanian. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Putri, D. D., Mulyani, A., & Satriani, R. (2012). Strategi Pemasaran Keripik Pisang Dalam Rangka Mencapai Ketahanan Pangan Di Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 8(2).
- Rasam, F., & Sari, A. I. C. (2019). Peran Pemasaran dalam Kegiatan Usaha pada Masyarakat di Desa Jatibaru, Cikampek. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(2), 82-96.
- Saleh, D. A. (2018). Prospek Dan Strategi Pengembangan UKM Pengolahan Dodol Mangga (Studi Kasus Di UKM Kameumeut, Desa Munjul, Kecamatan Astanajapura, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat) (Doctoral Dissertation).
- Sari, R., & Suhartati, S. (2015). Pangi (*Pangium edule REINW.*) Sebagai Tanaman Serbaguna dan Sumber Pangan. *Buletin Eboni*, 12(1), 23-37.
- Simanjuntak, P., & Fariadi, H. (2014). Prospek Pengembangan Usaha Dodol Pepaya (*Carica papaya L.*) pada Home Industri "Dua Saudara" Desa Tebat Monok Kecamatan Kepahiang Kabupaten Kepahiang. *AGRITEPA: Jurnal Ilmu dan Teknologi Pertanian*, 1(1).

- Tambajong, G. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Tresnawati, D. (2010). Analisis pengembangan agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang.
- Yunianti, A. D., Nuraeni, S., & Taskirawati, I. (2018). Strategi Pemasaran, Pengemasan Dan Pemanenan Produk Unggulan Di Kth Mallapaowe, Kecamatan Lili Riaja, Kabupaten Soppeng, Sulawesi Selatan. *Jurnal Dinamika Pengabdian (Jdp)*, 4, 9-15.