

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perguruan tinggi adalah satuan pendidikan penyelenggara pendidikan tinggi yang berkewajiban untuk ikut serta dalam pembentukan keterampilan sosial. Ada banyak cara dan bahan yang dapat dikreasikan untuk mendidik, memupuk dan mengembangkan, serta membentuk keterampilan sosial. Melalui keterampilan sosial dapat dilihat bagaimana mahasiswa mengimplementasikan nilai melalui berbagai keterampilan sosial (*Social Skill*).

Lulusan Perguruan Tinggi dituntut untuk memiliki *academic knowledge, skill of thinking, management skill, dan communication skill*. Kekurangan atas salah satu dari keempat keterampilan/kemahiran tersebut dapat menyebabkan berkurangnya mutu lulusan. Sinergisme akan tercermin melalui kemampuan lulusan dalam kecepatan menemukan solusi atas persoalan atau yang dihadapinya. Perilaku dan pemikiran yang ditunjukkan akan bersifat konstruktif realistis, artinya kreatif (unik dan bermanfaat) serta dapat diwujudkan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Mahmudah Hasanah and Fraick Ngr, "Strategi Peningkatan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Program Kreativitas Mahasiswa - Kewirausahaan (PKM-K) Di Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lambung Mangkurat," *Jurnal Pengetahuan dan Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial* 6, no. 2 (2017): 294–313 (h. 294-295)

PKM dilaksanakan pertama kali pada tahun 2001, yaitu setelah dilaksanakannya program restrukturisasi di lingkungan Ditjen Dikti. PKM dikembangkan untuk mengantarkan mahasiswa mencapai taraf pencerahan kreativitas dan inovasi berlandaskan penguasaan sains dan teknologi serta keimanan yang tinggi.

Dalam rangka mempersiapkan diri menjadi pemimpin yang cendekiawan, wirausahawan serta berjiwa mandiri dan arif, mahasiswa diberi peluang untuk mengimplementasikan kemampuan, keahlian, sikap, tanggungjawab, membangun kerjasama tim maupun mengembangkan kemandirian melalui kegiatan yang kreatif dalam bidang ilmu yang ditekuni. Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) merupakan program pengembangan keterampilan mahasiswa dalam berwirausaha dan berorientasi pada laba (*profit*).<sup>2</sup>

Seiring berjalannya waktu, manusia semakin membutuhkan beragam kebutuhan untuk melangsungkan kehidupan. Berbagai barang dan jasa dibutuhkan untuk bertahan dan berkembang di era globalisasi ini. Produk makanan siap saji sangat diminati oleh masyarakat terutama produk camilan.

Kegiatan konsumsi tidak memungkinkan untuk dihindari, hal ini sesuai dengan kodrat manusia yang memerlukan banyak barang dan jasa guna kenyamanan dalam hidup juga eksistensi.

---

<sup>2</sup> Hasanah and Ngr, "Strategi Peningkatan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Program Kreativitas Mahasiswa - Kewirausahaan (PKM-K) Di Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lambung Mangkurat." (h. 297-298)

Keinginan tersebut telah muncul pada saat manusia baru lahir, dengan segala macam cara dilakukan guna mendapatkan apa yang diinginkan. Keinginan tersebut akan meningkat seiring bertambahnya usia, dan pada usia tertentu akan mencapai puncak dan kembali berkurang hingga akhir hidupnya. Barang dan jasa yang diproduksi akan dikonsumsi, sehingga kegiatan konsumsi menjadi kegiatan ekonomi paling akhir setelah produksi dan distribusi.<sup>3</sup>

Untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat dan menunjang kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa penulis menemukan ide untuk mengelola buah semangka menjadi dodol semangka, selain rasanya yang enak, dodol semangka mudah diproduksi dan bisa dijadikan sebagai produk yang dapat dijual dan dipasarkan sehingga menghasilkan uang.

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.<sup>4</sup> Pemasaran dilakukan guna untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.

Paula mengemukakan pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam

---

<sup>3</sup> Yustati Herlina, "Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui E-Commerce," *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu* 5, no. 1 (2022): 16–25 (h. 17)

<sup>4</sup> Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (Bandung: Satu Nusa, 2011), h. 1

melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut.

Sukirno mengemukakan dalam arti ekonomi, pendapatan merupakan balas jasa atas penggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji/upah, sewa, bunga serta keuntungan/*profit*.<sup>5</sup>

Dodol merupakan makanan tradisional yang cukup populer di beberapa daerah Indonesia. Dodol diklasifikasikan menjadi dua yaitu dodol yang diolah dari buah-buahan dan dodol yang diolah dari tepung-tepungan, antara lain tepung beras dan tepung ketan. Saat ini dodol dikenal dengan nama daerah asal seperti dodol Garut, dodol Kudus atau jenang Kudus, gelamai Sumatera Barat, dodol durian (lempog) dari Sumatera dan Kalimantan, dodol buah-buahan seperti dodol apel, dodol strawberry, dodol papaya, dan sebagainya.

Dodol sebagai makanan khas biasanya terbuat dari tepung beras ketan dicampur gula dan santan kelapa. Ketiga bahan baku tersebut kemudian diproses diatas tungku perapian sampai mencapai tingkat kematangan tertentu. Beberapa saat, bahan-bahan tersebut diaduk sehingga merata dan kemudian berubah warna menjadi coklat muda dan lebih kental.

---

<sup>5</sup> Anak Agung Ngurah Gede Maheswara, Nyoman Djinar Setiawina, and Ida Ayu Nyoman Saskara, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UKM Sektor Perdagangan Di Kota Denpasar," *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 5, no. 12 (2016): 4271–4298 (h. 4283)

Dalam pengolahan dodol selain bahan utama dapat ditambahkan bahan-bahan lain untuk memperoleh rasa dan aroma yang diinginkan. Buah-buahan yang mempunyai aroma (*flavour*) dan rasa yang kuat serta murah, baik dibuat produk olahan dodol. Buah-buahan yang masih mempunyai nilai ekonomi rendah, maupun buah-buahan yang pada musim puncak harganya rendah sebaiknya dibuat bentuk olahan dodol, sehingga nilai ekonomi produk buah dapat meningkat.

Prospek pemasaran dodol cukup cerah karena produk olahan dodol ini banyak diminati masyarakat dari berbagai kalangan, terbukti dengan terdapatnya dodol dari daerah lain dan tetap berkembangnya produk-produk dari dodol di setiap daerah.<sup>6</sup>

Prajnanta mengemukakan bahwa semangka merupakan tanaman dari *Family Cucurbitaceae* (labu-labuan) yang bersifat semusim. Buah semangka telah dibudidayakan 4.000 tahun SM sehingga tidak mengherankan apabila konsumsi buah semangka telah meluas ke semua belahan dunia.<sup>7</sup>

Buah semangka yang keberadaannya di Provinsi Bengkulu cukup banyak tersedia dan harga yang relatif murah, maka dari itu penulis mencoba untuk mengolah buah semangka menjadi produk olahan dodol guna untuk meningkatkan

---

<sup>6</sup> Nusa Muhammad Iqbal, Fuadi Misril, and Pulungan Winda Astari Putri, "Studi Pembuatan Dodol Pisang ( *Musa Paradisiaca* L)," *Agrium* 17, no. 3 (2012): 227-235 (h. 227-228)

<sup>7</sup> Rivanly Sambelorang and Jemmy Nayoan, "Pengaruh Pemberian Pupuk Kandang Sapi Terhadap Pertumbuhan Dan Produksi Tanaman Semangka (*Citrullus Lanatus*)," *Jurnal Agroekoteknologi Terapan* 1, no. 2 (2020): 47-49 (h. 47)

pendapatan usaha mahasiswa dan mencoba untuk menciptakan produk olahan yang lebih bervariasi dari buah semangka karena selama ini masyarakat hanya mengonsumsi buah semangka secara langsung atau dibuat menjadi salad dan sop buah. Disamping itu, buah semangka juga berperan sebagai pemberi rasa dan warna yang menambah nilai variatif bagi produk olahan dodol ini.

Dodol semangka ini akan dipasarkan melalui *web* pemasaran Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Koperasi ini bergerak dibidang ekonomi dan berdasarkan prinsip syariah, sehingga penulis memilih melakukan pemasaran produk dodol semangka agar dapat menghasilkan uang dan meningkatkan pendapatan secara halal.

Promosi produk dilakukan secara online dengan memanfaatkan sosial media seperti *Instagram* dan *WhatsApp*. Dalam postingan tersebut tertera link *web* pemasaran dari Koperasi Konsumen Al-Muawanah Syariah dan juga nomor *WhatsApp* penulis. Postingan juga berisi foto dan video produk Qiran Dodol Semangka yang dapat menarik minat calon konsumen.

Dari uraian diatas, penulis ingin membuat sebuah produk dodol semangka dan memasarkannya untuk meningkatkan pendapatan secara halal dan mengangkat judul **“Pemasaran Dodol Semangka Melalui Koperasi Konsumen Al-Muawanah**

## **Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Usaha Mahasiswa”.**

### **B. Tujuan Program**

1. Meningkatkan kreatifitas dan jiwa kewirausahaan pada kalangan mahasiswa sehingga terbentuknya peluang usaha.
2. Untuk mengetahui peningkatan pendapatan usaha mahasiswa.
3. Menjalin hubungan kerjasama antara wirausaha dengan lembaga keuangan non bank.

### **C. Manfaat Program**

1. Terciptanya kreatifitas mahasiswa dalam mengolah buah semangka dan tercapainya peluang usaha baru.
2. Mengetahui peningkatan pendapatan usaha mahasiswa.
3. Terciptanya sebuah kerjasama antara wirausaha dengan lembaga keuangan non bank.

### **D. Luaran Yang Diharapkan**

1. Dapat memberikan pelatihan bagi masyarakat dan mahasiswa dalam memanfaatkan buah semangka.
2. Dapat membuka peluang usaha bagi mahasiswa maupun masyarakat dalam bentuk olahan makanan yang dapat bersaing dipasaran dengan sumber daya yang dimiliki.
3. Dapat menjalin hubungan kerjasama antara wirausaha dengan lembaga keuangan non bank.