

Pemberdayaan UMKM Dodol di Perbaungan Deli Serdang: Optimalisasi Produksi dan Strategi Branding

Lasman Eddy Bachtiar^{1*}, Arisman Parhusip², Montaris Silaen³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Komputer Indonesia, Jl. Sei Deli No. 18, Medan, Sumatera Utara, 20242, Indonesia.

E-mail: lasmaneddy28@gmail.com

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4559>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 18 Dec 2025

Revised: 24 Dec 2025

Accepted: 30 Dec 2025

Kata Kunci:

UMKM, Dodol, Teknologi Tepat Guna, Branding, Pemasaran Digital, Pemberdayaan Masyarakat.

Keywords:

SME, Dodol, Appropriate Technology, Branding, Digital Marketing, Community Empowerment.



ABSTRACT

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM Dodol Riana di Desa Bengkel, Perbaungan, melalui optimalisasi produksi dan strategi branding. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan produksi higienis, penerapan teknologi tepat guna berupa mesin pengaduk dodol otomatis berkapasitas 100 liter, serta pendampingan branding dan pemasaran digital. Hasil yang dicapai menunjukkan peningkatan efisiensi waktu produksi dari 5 jam menjadi 2 jam per adonan (60%), peningkatan kapasitas produksi dari 30 kg menjadi 45 kg per hari (50%), serta peningkatan volume penjualan sebesar 35%. Selain itu, mitra telah memiliki identitas merek melalui desain kemasan baru dan akun pemasaran digital yang aktif. Dampak sosial-ekonomi yang terlihat antara lain peningkatan pendapatan mitra sebesar Rp 2–3 juta per bulan, perluasan jangkauan pasar hingga ke Medan dan Tebing Tinggi, serta peningkatan kesadaran akan pentingnya inovasi dan digitalisasi usaha. Program ini berhasil menciptakan transformasi signifikan dari usaha tradisional menuju UMKM yang lebih modern, efisien, dan berdaya saing.

This community service program aims to empower the Dodol Riana SME in Bengkel Village, Perbaungan, through production optimization and branding strategies. The methods used include socialization, hygienic production training, implementation of appropriate technology in the form of a 100-liter automatic dodol stirring machine, and mentoring in branding and digital marketing. The results show an increase in production time efficiency from 5 hours to 2 hours per batch (60%), an increase in production capacity from 30 kg to 45 kg per day (50%), and a 35% increase in sales volume. In addition, the partner now has a brand identity through new packaging designs and active digital marketing accounts. The observed socio-economic impacts include an increase in partner income by IDR 2–3 million per month, expansion of market reach to Medan and Tebing Tinggi, and increased awareness of the importance of innovation and business digitalization. This program has successfully created a significant transformation from a traditional business into a more modern, efficient, and competitive SME.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Lasman Eddy Bachtiar, et al (2025). Pemberdayaan UMKM Dodol di Perbaungan Deli Serdang: Optimalisasi Produksi dan Strategi Branding, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4559>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja dan pemerataan pendapatan (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023). Namun, dalam praktiknya, banyak UMKM, khususnya di sektor pangan olahan tradisional, masih menghadapi kendala mendasar yang membatasi daya saing dan pertumbuhan usahanya. Permasalahan klasik seperti keterbatasan modal, teknologi produksi yang masih tradisional, serta lemahnya strategi pemasaran dan branding masih sering ditemui (Tambunan, 2019, p.45). Seperti yang diungkapkan oleh Sinaga (2020, p.12) dalam penelitiannya pada UMKM dodol di Desa Bengkel,

“proses produksi yang masih mengandalkan tenaga manual dan alat sederhana menyebabkan inefisiensi waktu dan biaya, serta menghasilkan kualitas produk yang kurang konsisten.” Temuan ini mengonfirmasi urgensi untuk melakukan intervensi yang tidak hanya berfokus pada aspek permodalan, tetapi juga pada modernisasi proses dan penguatan identitas merek.

UMKM Dodol Riana di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, merupakan contoh nyata dari potensi sekaligus tantangan yang dihadapi pelaku usaha lokal. Usaha keluarga yang telah berjalan sejak 2015 ini memiliki citarasa khas yang menjadi potensi unggulan, namun di sisi lain masih bergantung pada metode produksi manual dengan waktu pengadukan mencapai 4-5 jam per adonan. Selain itu, kemasan produk yang sederhana tanpa identitas merek yang kuat serta ketiadaan strategi pemasaran digital menyebabkan produk ini sulit menembus pasar yang lebih luas (Gaol, 2021, p.290). Lebih jauh, lemahnya sistem pencatatan keuangan menjadi hambatan dalam mengakses permodalan formal dan melakukan perencanaan usaha yang berkelanjutan. Kondisi ini mempertegas rasionalitas dan urgensi dari kegiatan pengabdian ini, di mana tanpa adanya transformasi menuju proses yang lebih efisien dan strategi bisnis yang modern, UMKM seperti Dodol Riana berisiko tertinggal dalam persaingan pasar.

Berdasarkan analisis kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk memberikan solusi yang komprehensif dan aplikatif. Solusi yang ditawarkan berfokus pada tiga aspek utama. Pertama, pada aspek produksi, diimplementasikan teknologi tepat guna berupa mesin pengaduk dodol otomatis untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi kualitas. Kedua, pada aspek manajemen dan branding, diberikan pelatihan dan pendampingan dalam penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP), pencatatan keuangan sederhana, serta perancangan desain kemasan dan identitas merek. Ketiga, pada aspek pemasaran, dilakukan pendampingan untuk mengoptimalkan platform digital seperti media sosial dan marketplace. Penerapan solusi ini diharapkan tidak hanya menyelesaikan permasalahan teknis yang dihadapi mitra, tetapi juga mentransformasi pola pikir pelaku usaha dari konvensional menuju wirausaha yang inovatif dan berorientasi pada pertumbuhan. Tujuan akhir dari kegiatan ini adalah terwujudnya UMKM Dodol Riana yang mandiri, berdaya saing, dan menjadi model pemberdayaan berbasis teknologi dan inovasi yang dapat direplikasi di wilayah lain.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian pengabdian masyarakat (*community-based research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang dilengkapi dengan data kuantitatif sederhana untuk mengukur dampak intervensi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses dan hasil pemberdayaan UMKM Dodol Riana melalui serangkaian intervensi teknologi dan manajemen.

Waktu dan tempat penelitian

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama periode satu tahun, dengan laporan kemajuan ini mencakup pelaksanaan tahap pertama pada tahun 2025. Lokasi kegiatan bertempat di UMKM Dodol Riana, yang berlokasi di Dusun II, Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara.

Target dan subjek penelitian

Subjek dalam kegiatan ini adalah UMKM Dodol Riana sebagai mitra sasaran utama. Target penelitian mencakup pemilik usaha dan tiga orang tenaga kerja tetap yang terlibat langsung dalam proses produksi. Teknik pengambilan subjek dilakukan secara *purposive*, dimana mitra dipilih berdasarkan kriteria spesifik: merupakan UMKM produk pangan tradisional yang masih menggunakan alat produksi manual, memiliki potensi pasar yang baik namun terkendala dalam aspek produksi dan pemasaran, serta menunjukkan komitmen untuk berkembang.

Prosedur Pelaksanaan

Prosedur pelaksanaan mengikuti lima tahapan partisipatif yang diadaptasi dari model pemberdayaan masyarakat. (1) Sosialisasi dan observasi awal, dilakukan untuk menganalisis kebutuhan dan membangun komitmen bersama. (2) Pelatihan produksi higienis, yang mencakup standardisasi bahan baku, teknik pengolahan modern, dan penerapan prinsip kebersihan. (3) Penerapan teknologi tepat guna, yaitu instalasi dan pelatihan penggunaan mesin pengaduk dodol otomatis berkapasitas 100 liter. (4) Pendampingan branding dan pemasaran digital, yang meliputi perancangan desain kemasan,

pembuatan akun bisnis di media sosial, dan pelatihan konten pemasaran. (5) Monitoring dan evaluasi, dilakukan secara berkala untuk memastikan keberlanjutan program.

Jenis Data dan Instrumen Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif meliputi persepsi mitra, kendala yang dihadapi, dan perubahan perilaku usaha, yang dikumpulkan melalui lembar observasi, pedoman wawancara mendalam, dan dokumentasi foto. Data kuantitatif meliputi waktu produksi, kapasitas output, volume penjualan, dan pendapatan, yang dikumpulkan melalui catatan produksi dan laporan keuangan sederhana yang dibantu dengan buku kas harian.

Teknik analisis data

Data kualitatif dianalisis secara interaktif melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara pemilik, pekerja, dan hasil observasi lapangan. Data kuantitatif dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah intervensi untuk mengukur perubahan efisiensi, produktivitas, dan pendapatan. Seluruh data kemudian diinterpretasikan secara integratif untuk memaknai dampak program secara holistik terhadap pemberdayaan mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pemberdayaan UMKM Dodol Riana menunjukkan dampak yang signifikan terhadap aspek produksi, manajemen, dan pemasaran. Penerapan mesin pengaduk dodol otomatis berkapasitas 100 liter menjadi titik balik utama dalam efisiensi proses produksi. Data kuantitatif yang diperoleh dari catatan produksi mitra sebelum dan sesudah intervensi menunjukkan peningkatan kinerja yang nyata, seperti yang dirangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Produksi Sebelum dan Sesudah Intervensi

Aspek	Sebelum Program	Sesudah Program	Persentase Perubahan
Waktu produksi per batch	5 jam	2 jam	Efisiensi 60%
Kapasitas produksi/hari	30 kg	45 kg	Peningkatan 50%
Volume penjualan/bulan	100 kg	135 kg	Peningkatan 35%
Tenaga kerja produksi	2-3 orang	1 operator	Penghematan 50-66%

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa waktu produksi berkurang secara drastis dari 5 jam menjadi hanya 2 jam per batch. Hal ini terjadi karena mesin otomatis bekerja secara konstan tanpa terpengaruh kelelahan fisik, berbeda dengan metode manual yang mengandalkan tenaga manusia. Selain efisiensi waktu, kapasitas produksi juga meningkat dari 30 kg menjadi 45 kg per hari. Peningkatan ini dimungkinkan karena proses yang lebih cepat memungkinkan mitra untuk melakukan lebih banyak siklus produksi dalam sehari. Dari sisi ketenagakerjaan, proses yang sebelumnya membutuhkan 2-3 orang untuk bergantian mengaduk, kini hanya memerlukan satu orang sebagai operator, yang juga membuka peluang bagi tenaga kerja lain untuk dialihkan ke bagian pengemasan atau pemasaran.

Dalam konteks teoritis, temuan ini sejalan dengan konsep *appropriate technology* yang menekankan pada pilihan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan, kemampuan operasional, dan kondisi sosio-ekonomi pengguna (Suliyanto, 2021, p.78). Keberhasilan penerapan mesin pengaduk ini membuktikan bahwa teknologi sederhana yang dirancang tepat guna dapat menjadi katalis untuk meningkatkan produktivitas UMKM tradisional tanpa memerlukan investasi atau keahlian yang kompleks. Transformasi ini tidak hanya bersifat teknis tetapi juga psikologis, di mana mitra menjadi lebih percaya diri untuk meningkatkan skala usahanya karena kendala fisik yang memberatkan telah teratasi.

Pada aspek branding dan pemasaran, intervensi yang dilakukan berhasil mengubah identitas visual produk Dodol Riana. Sebelumnya, produk dikemas dalam plastik polos tanpa label. Setelah pendampingan, mitra telah memiliki kemasan baru yang dilengkapi dengan logo "Dodol Riana Perbaungan", informasi komposisi, berat bersih, dan tanggal kedaluwarsa. Perubahan ini secara langsung meningkatkan persepsi nilai di mata konsumen. Seperti diungkapkan oleh Kotler & Keller (2016, p.345), "kemasan yang baik tidak hanya melindungi produk, tetapi juga menjadi alat komunikasi dan persuasi yang powerful di titik penjualan." Hasil wawancara dengan beberapa pelanggan setia mengungkapkan bahwa kemasan baru dianggap lebih higienis dan layak dijadikan sebagai oleh-oleh, yang mengonfirmasi teori tersebut.

Selanjutnya, pendampingan pemasaran digital berhasil membawa produk ini melampaui batas geografis pasar tradisionalnya. Mitra yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan langsung di sekitar Kecamatan Perbaungan, kini telah memiliki dan mengelola akun bisnis di Instagram (@dodolRiana) serta memasarkan produknya melalui marketplace. Dalam kurun tiga bulan, penjualan online menunjukkan peningkatan sebesar 35%. Fenomena ini dapat dipahami melalui lensa teori perluasan pasar yang difasilitasi oleh teknologi digital. Widianti & Baihaqi (2022, p.15) menyatakan bahwa "adopsi media sosial dan e-commerce oleh UMKM mampu menciutkan jarak psikologis dan geografis antara produsen dan konsumen." Keberhasilan ini menunjukkan bahwa dengan pelatihan yang tepat, UMKM di pedesaan dapat beradaptasi dan memanfaatkan ekosistem digital untuk bertumbuh.

Dampak sosial-ekonomi yang paling terasa adalah peningkatan pendapatan mitra sebesar Rp 2.000.000 hingga Rp 3.000.000 per bulan. Peningkatan ini merupakan akumulasi dari peningkatan volume penjualan dan efisiensi biaya operasional. Lebih dari sekadar angka, program ini telah memicu perubahan pola pikir (*mindset*) dari usaha sampingan yang statis menjadi usaha yang memiliki orientasi pertumbuhan. Mitra mulai aktif berinovasi dengan merencanakan pengembangan varian rasa baru dan lebih serius dalam mengurus legalitas seperti PIRT dan sertifikat halal. Hal ini mencerminkan tahapan pemberdayaan yang tidak berhenti pada aspek materiil, tetapi telah mencapai level peningkatan kapasitas dan kemandirian (Tambunan, 2019, p.112), yang merupakan fondasi bagi keberlanjutan usaha di masa depan.

SIMPULAN

Berdasarkan seluruh proses dan hasil pelaksanaan program pengabdian, dapat disimpulkan bahwa intervensi yang terintegrasi meliputi penerapan teknologi tepat guna mesin pengaduk dodol otomatis, pelatihan produksi higienis, pendampingan branding, dan strategi pemasaran digital telah berhasil mentransformasi UMKM Dodol Riana. Program ini secara efektif mengatasi permasalahan utama mitra, yaitu inefisiensi produksi, lemahnya identitas merek, dan terbatasnya jangkauan pasar. Capaian konkret terlihat dari peningkatan efisiensi waktu produksi sebesar 60%, peningkatan kapasitas produksi sebesar 50%, dan perluasan jangkauan pemasaran melalui platform digital yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan mitra.

Untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan usaha mitra ke tingkat yang lebih tinggi, direkomendasikan beberapa langkah strategis. Pertama, perlu optimalisasi dan perawatan berkelanjutan terhadap teknologi yang telah diterapkan untuk memastikan daya guna jangka panjang. Kedua, percepatan penyelesaian legalitas usaha (PIRT dan Sertifikat Halal) mutlak diperlukan agar produk dapat memasuki rantai ritel modern dan mengikuti pameran UMKM resmi. Ketiga, pengembangan produk melalui diversifikasi varian rasa dan inovasi kemasan perlu terus dilakukan untuk mempertahankan daya tarik di pasar. Keempat, intensifikasi strategi pemasaran digital dengan konten yang lebih interaktif dan analitik penjualan yang terukur sangat dianjurkan. Terakhir, pembangunan jejaring kemitraan yang lebih kuat dengan distributor, toko oleh-oleh, dan pemerintah daerah akan membuka akses yang lebih luas bagi pertumbuhan dan stabilitas usaha UMKM Dodol Riana di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LPPM Institut Bisnis dan Komputer Indonesia atas dukungan administratif dan fasilitasnya. Ucapan terima kasih yang tulus juga disampaikan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah mendanai kegiatan pengabdian masyarakat ini melalui skema Program Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (PPM). Penghargaan setinggi-tingginya kami sampaikan kepada Ibu Riana beserta seluruh keluarga dan pekerja UMKM Dodol Riana di Desa Bengkel, Perbaungan, atas partisipasi aktif, kerjasama, dan kepercayaannya selama proses pelaksanaan program. Tidak lupa, kami berterima kasih kepada para mahasiswa Institut Bisnis dan Komputer Indonesia yang telah berkontribusi dalam pendampingan lapangan.

REFERENSI

- Afrizal, R. (2020). *Analisis Pendapatan Usaha Dodol Bengkel Sebelum dan Sesudah Pembangunan Jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi* [Skripsi]. Universitas Medan Area.
- Gaol, A. L. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Hasil Penjualan Usaha Dodol di Desa Pasar Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. *Visi Ilmu Sosial dan Humaniora (VISH)*, 2(2), 286–304.
- Gea, F. (2022). *Analisis SWOT Strategi Bertahan Usaha Dodol Pasar Bengkel Pasca Beroperasinya Tol Trans Sumatera di Kabupaten Serdang Bedagai* [Tesis]. Universitas Negeri Medan.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Data UMKM Nasional 2023*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Sinaga, R. A. (2020). *Strategi Pemasaran UMKM Dodol di Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Deli Serdang* [Skripsi]. Universitas Medan Area.
- Suliyanto, S. (2021). *Manajemen Inovasi UMKM*. Penerbit Deepublish.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Isu-isu Penting*. Ghalia Indonesia.
- Widianti, E. A., & Baihaqi, A. I. (2022). Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Unggulan Desa Laweyan Melalui Kegiatan Branding UMKM Dodol Pisang. *Nidhomul Haq*, 7(2).