

**EKONOMI UNGU : EKSISTENSI EKONOMI BERBASIS BUDAYA**

**(STUDI KASUS : DODOL BETAWI)**

**LAPORAN PUBLIKASI ILMIAH**

Diajukan Untuk Melengkapi Dan Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Pendidikan

Tahun Akademik 2022/2023



**Uhamka**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**Disusun Oleh: Putri Rizky (1901085019)**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI**

**JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

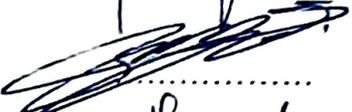
Judul Artikel : Ekonomi Ungu: Eksistensi Ekonomi Berbasis Budaya  
(Studi Kasus Dodol Betawi)

Nama : Putri Rizky

NIM :1901085019

Setelah diperiksa dan dikoreksi melalui proses validasi, maka Tim Validator dengan ini menyatakan bahwa laporan tugas akhir publikasi ilmiah dinyatakan valid.

### Tim Validator

	Nama Jelas	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua merangkap Pembimbing	: Dr. Hj. Onny Fitriana S, M.Pd.		18/9/23
Sekretaris	: Trisni Handayani, M.Pd.		18/09 2023
Reviewer I	: Sugiono, M.Pd.		13/09 2023.
Reviewer II	: Novelia Utami, MM.		13/09 2023

Disahkan oleh,  
Dekan,



**Purnama Syaepurohman, M.Pd., Ph.D.**  
NIDN: 0307017404

## PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Rizky  
NIM : 1901085019  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa artikel yang saya buat dengan judul “Ekonomi Ungu: Eksistensi Ekonomi Berbasis Budaya (Studi Kasus Dodol Betawi)” merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya bukan plagiat dari karya ilmiah yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya tulis dengan benar sesuai dengan pedoman dan tata cara pengutipan yang berlaku. Apabila ternyata dikemudian hari artikel ini, baik Sebagian maupun keseluruhan merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Jakarta, 18 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Putri Rizky

NIM. 1901085019

# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Vol 6 No 3 (2024) 1003-1017 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v6i3.4688

Jalan Raya Pemda Pajeleran No 41 Sukahati, Cibinong, Bogor 15816

Letter of Acceptance

No: 744/LOA-Al-Kharaj/VII/2023

Manajemen Jurnal

## *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Dengan ini menyatakan bahwa naskah berjudul:

**Ekonomi Ungu: Eksistensi Ekonomi Berbasis Budaya Studi Kasus Dodol Betawi**

**Putri Rizky, Onny Fitriana Sitorus**

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

putririzky180301@gmail.com, [onnyfitriana@uhamka.ac.id](mailto:onnyfitriana@uhamka.ac.id)

Berdasarkan hasil review, artikel tersebut dinyatakan DITERIMA untuk dipublikasikan di Jurnal kami untuk Volume 6 Nomor 3 2024. Artikel tersebut tersedia secara online mulai 15 Februari 2024 di <http://journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj>

Demikian informasi ini disampaikan, dan atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Bogor, 17 Juli 2023

Hormat kami,



**Ir. H. Dedi Junaedi M.Si**  
Editor in Chief Al-Kharaj

## **Ekonomi Ungu: Eksistensi Ekonomi Berbasis Budaya Studi Kasus Dodol Betawi**

**Putri Rizky, Onny Fitriana Sitorus**

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

putririzky180301@gmail.com ; onnyfitriana@uhamka.ac.id

### **ABSTRACT.**

*This research aimed to describe how purple economy can reflect cultural values on goods and services in the Betawi dodol business. The object of this research is Mr. Marno's dodol Betawi. For this sampling technique using purposive sampling with the subject of processors, service employees, and consumers. This research uses descriptive qualitative methods with data collection using observation, interviews, and documentation. The analysis technique used is interactive model analysis. Data validity uses source triangulation, technique and theory triangulation. The findings in the field are dodol which has been attached to Betawi culture so that when at certain events dodol is the most sought after by having various flavors and variants of Betawi special cakes and in the services provided with hospitality so that anyone who comes will feel comfortable. The limitation in this study is that it tends to be subjective to dodol betawi culinary MSMEs only because it cannot be applied to other types of fields, so this research has limited sources and phenomena in MSME. In Indonesian literature, the purple economy has not been widely or minimally discussed in national literature but with a small scope and to start with it is very possible in MSME, especially Betawi dodol MSME because they are attached to their culture and economy.*

**Keywords:** Purple Economy, Goods, Services, Betawi Culture

### **ABSTRAK.**

Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan bagaimana ekonomi ungu dapat merefleksikan nilai budaya pada barang dan jasa pada usaha dodol Betawi. Objek penelitian ini merupakan dodol Betawi Bapak Marno. Untuk Teknik pengambilan sample ini menggunakan purposive sampling dengan subjek pengolah, karyawan bagian pelayanan, dan konsumen. Penelitian ini memakai metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan ialah interaktif model analysis. Validitas data menggunakan triangulasi sumber, Teknik dan triangulasi teori. Temuan di lapangan ialah dodol yang telah melekat dengan budaya Betawi sehingga ketika pada acara tertentu dodol lah yang paling dicari dengan memiliki berbagai varian rasa dan varian kue khas betawi dan pada pelayanan yang diberikan dengan keramah-tamahan sehingga siapapun yang datang akan merasa nyaman. Keterbatasan dalam penelitian ini ialah cenderung subjektif pada UMKM kuliner dodol betawi saja karena belum dapat diterapkan pada jenis bidang lainnya, sehingga penelitian ini memiliki keterbatasan sumber dan fenomena pada UMKM. Dalam literatur indonesia, ekonomi ungu belum banyak atau

minim dibahas dalam literatur nasional tetapi dengan ruang lingkup yang kecil dan untuk memulainya sangat memungkinkan pada UMKM, khususnya UMKM dodol betawi karena melekat dengan budaya dan ekonominya.

**Kata kunci:** *Ekonomi Ungu, Barang, Jasa, Budaya Betawi*

## PENDAHULUAN

Ekonomi Kreatif merupakan bagian dari Industri Kreatif yang berkembang pesat pada perekonomian negara. Menurut Susanti. (2022). berkembangnya ekonomi kreatif ialah hal yang benar krusial dalam menjaga keseimbangan perekonomian negara. UMKM memegang peranan penting ketika kondisi perekonomian mengalami stagnasi pada tahun 1998 akibat runtuhnya perusahaan – perusahaan besar, UMKM mampu bertahan dan menjadi mesin pemulihan perekonomian Indonesia, sehingga Indonesia fokus pada pengembangan bisnis, khususnya di sektor industri kreatif Purrohman et al. (2018). Sektor UMKM menunjukkan ketahanan selama krisis ekonomi tahun 1998 sehingga kapasitas UMKM perlu ditingkatkan secara mendalam dan berkelanjutan Sugiono,. (2016). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan kontribusi yang diberikan ekonomi kreatif pada PDB dari tahun 2020 sampai dengan 2022 secara signifikan terdapat di Insight. (2022) senilai :

**Tabel 1.** Data Kontribusi Ekonomi Kreatif Tahun 2020-2022

Tahun	Nilai
2020	18.8 miliar
2021	23.9 miliar
2022	25.14 miliar

(Sumber: PT. Insight Investment Management, 2022)

Kontribusi ekonomi kreatif berimplikasi terhadap ide atau gagasan yang diharapkan akan memberikan sebuah gerakan perekonomian yang mampu merubah dunia industri dan perdagangan di tingkat nasional maupun internasional. Ekonomi kreatif merupakan ide maupun gagasan dalam era berkembangnya perekonomian sehingga melakukan pendekatan melalui informasi serta ide kreatif dari pelaku atau SDM Sugiarto C. E. (2018). Tingkatan dari ekonomi kreatif semakin besar pada saat terjadinya krisis global yang berdampak pada kegiatan ekonomi dan pasar. Dasar dari ekonomi kreatif sendiri merupakan industri kreatif beralih dan digerakkan oleh pelaku dalam pembuatan produk maupun jasa kreatif yang memiliki nilai ekonomi Muis C. R. A. (2019).

Merefleksikan diskusi ekonomi kreatif, jenis ekonomi mulai berkembang pada skala global dengan 3 segmentasi utama yakni ekonomi hijau, ekonomi biru, dan ekonomi ungu. Khususnya pada penelitian ini membahas eksistensi ekonomi ungu di Indonesia khususnya DKI Jakarta tepatnya pada bidang kuliner. Ekonomi ungu mulai diperkenalkan pada tahun 2011 di Prancis dalam manifesto yang diterbitkan di Le Monde sebelum hari keanekaragaman budaya dunia untuk cerita dan pembangunan. Monde, L. (2011). Forum

ekonomi ungu internasional yang dilaksanakan oleh diversum dan dilaksanakan di Paris pada tanggal 11 hingga 13 oktober 2011 dengan perlindungan UNESCO, Parlemen eropa, serta Komisi eropa. Berdasarkan forum yang membahas *Climate threats, cultural responses* di La Mamounia, n.d. mengungkapkan ekonomi dapat berhasil jika politik dan teknologi perlu dimobilisasi secara massal. Beberapa solusi yang diberikan pada teknis perlu diketahui, dikenali serta diaplikasikan sejauh dan secepat mungkin guna memenuhi tantangan dunia. Namun, satu dimensi terlalu mengungguli, meskipun UNESCO telah lama mengungkapkan faktanya sebagai bagian penting dari perdebatan seputar pembangunan berkelanjutan, dan itu ialah dimensi budaya. Berdasarkan hal tersebut, seiring berjalannya perkembangan dunia agar budaya tidak hilang maka dibutuhkannya memanfaatkan budaya untuk membantu meningkatkan kesadaran dan mengubah pola konsumsi. Budaya dapat membantu mengarahkan Kembali ekonomi di masa depan, memberi makna baru pada aktivitas produksi.

Meskipun pola budaya memang perlu dikenalkan, bukan semata-mata karena alasan alam semesta melainkan karena hal yang kuat untuk pertumbuhan dan perkembangan suatu negara. Contohnya perusahaan dengan hasil ekonomi terbaik ialah perusahaan yang menggabungkan teknologi dengan budaya, dunia maya dengan pengalaman, dan teknis dengan estetika. Perhimpunan budaya ini menjanjikan masa depan yang lebih baik karna dapat memenuhi harapan konsumen yang semakin fokus pada kualitas dan menciptakan peluang. Tidak hanya ekonomi hijau yang menggabungkan konsep jejak ekologis tetapi ekonomi ungu juga telah menggabungkan potensi budaya pada barang dan jasa atau dengan kata lain *markets of experiences and the culturalized economy*.

Ekonomi ungu memiliki sifat transversal dan memiliki makna yaitu ekonomi tersebut menjadikan nilai semua barang dan jasa tanpa memperhitungkan sektornya, namun ekonomi ungu tersebut bertumpu pada diversitas budaya. ekonomi ungu memposisikan unsur budaya sebagai salah satu pilar dari pembangunan berkelanjutan. Ekonomi ungu mengacu pada pertimbangan unsur budaya dan ekonomi, istilahnya merujuk pada perekonomian yang berlarasan dengan keberagaman manusia dalam era globalisasi dan yang bertumpu pada dimensi budaya untuk mengedepankan barang dan jasa. Hal ini didukung oleh penelitian Ekonomi ungu menurut Ouadi & Ouail. (2020). ialah ekonomi yang mengacu pada pertimbangan budaya dengan memberikan nilai budaya pada barang dan jasa. Tidak hanya itu, ekonomi ungu menurut Tripathi & Jaiswal. (2018). ekonomi ungu merupakan ekonomi dengan menekankan adanya eksternalitas lingkungan budaya secara menghidupkan semua barang dan jasa dengan memanfaatkan dimensi budaya yang erat pada setiap sektor. Menurut Ipek Iikkaracan pada buku "*Sustainable Economy and Green Growth : Who Cares ?*" hal 32 dengan judul *The Purple Economy : A Call for a New Economic Order beyond the Green* Iikkaracan I. (2016). Ekonomi ungu adalah ekonomi yang mengacu pada tatanan ekonomi yang diatur seputar keberlanjutan tenaga kerja yang peduli melalui internalisasi redistributif dari biaya perawatan ke dalam cara kerja sistem seperti halnya ekonomi hijau. Menurut Abdelfattah I.M. (2022). ekonomi ungu ialah ekonomi yang beradaptasi dengan keanekaragaman manusia dalam globalisasi dan bergantung pada dimensi budaya untuk

memberi nilai tambah pada barang dan jasa. Pada literatur Krastanova. (2019). Ekonomi ungu merupakan ekonomi yang mempertimbangkan budaya dalam ekonomi. Ekonomi ungu adalah ekonomi yang beradaptasi dengan keragaman manusia di era globalisasi dan yang memperhitungkan dimensi budaya dalam penilaian barang dan jasa.

Berdasarkan definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ekonomi ungu merupakan ekonomi yang mempertimbangkan nilai-nilai keragaman budaya dengan memperkaya barang dan jasa. Dengan hadirnya ekonomi ungu yang melekatkan nilai-nilai budaya pada suatu ekonomi maka pendapatan perekonomian suatu negara dapat terus-menerus meningkat. Berdasarkan hal tersebut dapat diambil contoh pada negara korea memiliki fenomena yaitu korean wave yang menyebarkan demam korea ke seluruh dunia. Hal tersebut disebarkan melalui media sosial dengan jaringan internet maupun televisi.

Korea berhasil menyebarkan nilai-nilai budayanya ke seluruh dunia melalui korean wave seperti pada bidang kuliner, fashion, musik, film dan sebagainya. Hal ini, dapat dibuktikan bahwa korea mampu mengemas budayanya sendiri dengan memanfaatkan barang dan jasa Fabiana M. F. (2019). Berdasarkan fenomena tersebut, bahwa korea masuk kedalam ekonomi ungu dikarenakan adanya korean wave yang mengemas nilai budaya korea dan terkenal di penjuru dunia. Dengan hal itu, maka pendapatan negara korea dapat meningkat karena adanya budaya yang dikembangkan.

Konsep ekonomi ungu telah berkembang pada dunia global seperti misalnya refleksi ekonomi berbasis kebudayaan mampu mengakselerasi PDB di negara korea. Merefleksikan diskusi ekonomi ungu di Indonesia tampaknya membuahkan hasil yang cukup baik, sebab negara Indonesia memiliki diversitas kebudayaan yang massif. Pada kenyataannya ekonomi ungu ini belum ada yang membahas di studi perkuliahan manapun, baik di universitas, pemerintah maupun di program studi Pendidikan ekonomi. Serat pemikiran atau diskusi ekonomi ungu sangat perlu dibahas, mengingat ekonomi ungu tampak relevan dengan diversitas kebudayaan di Indonesia. Berbicara terkait budaya, penelitian ini akan menguraikan bagaimana eksistensi Ekonomi Ungu pada bidang kuliner yakni dodol Betawi. Berdasarkan hal tersebut dodol Betawi tak pernah lepas pada setiap acara untuk masyarakat asli Betawi, saat ini dodol Betawi seperti hal langka karena sulit untuk ditemukan dan akan ramai ketika menjelang hari-hari besar seperti hari raya. Masyarakat Betawi mempertahankan kuliner asli Betawi ini untuk menjaga warisan kekayaan budaya pada kuliner di tengah gempuran kuliner modern saat ini.

Peneliti mencoba untuk mengkaji bagaimana aktivitas UMKM tradisional sebenarnya mampu mendefinisikan dan merefleksikan ekonomi ungu secara sederhana. Berdasarkan kajian literatur tentang Ekonomi Ungu pada dekade terakhir yang peneliti lakukan, beberapa dimensi ekonomi ungu didapatkan yang kemudian menjadi sub-fokus untuk di jabarkan pada penelitian ini. Sub-fokus ekonomi ungu terdiri atas Barang yang merefleksikan kebudayaan dan Jasa yang merefleksikan kebudayaan.

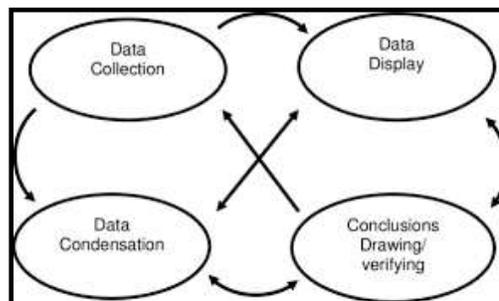
Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis sub sektor kuliner yang memiliki nilai-nilai budaya seperti salah satunya ialah dodol Betawi. Peneliti akan menganalisis bagaimana

pelaku UMKM Dodol Betawi melekatkan nilai-nilai budaya supaya tetap terlihat eksis serta mampu mengakselerasi PBD di Indonesia. Tampaknya meneliti dan mengkaji eksistensi ekonomi berbasis budaya (studi kasus dodol Betawi) penting dilakukan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif yang mana penelitian ini mengamati suatu fenomena di lapangan secara alami dengan membuah informasi deskriptif seperti kalimat tertulis, lisan dari narasumber dengan perilaku yang diamati Moleong. (2017). hal ini pun dapat memadukan metode pengambilan data seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengambilan sample memanfaatkan purposive sampling dengan objek Dodol Betawi Bpk. Marno dan Subjek informan yang dipilih berdasarkan kriteria dari peneliti karna dapat merefleksikan permasalahan penelitian, Teknik ini disebut purposive sampling. Informan pada penelitian ini ialah pengolah dodol Betawi, pelayanan dodol Betawi, dan satu konsumen. Validitas dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, Teknik, dan teori. Lalu mengolah data dari hasil triangulasi menggunakan interactive model analisis, dimana pengumpulan data, penyajian data, dan kesimpulan dilaksanakan terus menerus, saling berinteraksi dan tuntas Miles et al. (2014).

*Gambar 1. 1 Interactive Model Analisis*



(Sumber: Miles, Huberman, Saldana, 2014)

Analisis data dalam hal ini mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengkategorikan data yang terkumpul baik dari catatan, lapangan gambar, foto atau dokumen berupa laporan. Penelitian ini membahas beberapa subfokus yakni Barang yang merefleksikan kebudayaan dan Jasa yang merefleksikan kebudayaan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a. Barang yang merefleksikan kebudayaan**

Barang diwujudkan sebagai produk dalam lingkup UMKM, hal ini didukung oleh Nugraha. (2022). bahwa barang merupakan alat pemuas kebutuhan manusia yang memiliki wujud

nyata serta dapat dilihat dan dipegang atau diraba. Didukung juga dengan Kotler, P., dan Keller. (2016). barang merupakan segala sesuatu diusulkan kedalam pasar untuk melampaikan keinginan dan kebutuhan pada barang, fisik, jasa, pengalaman, maupun ide. Barang yang dimaksud dalam penelitian ini ialah dodol yang dibalut dengan budaya Betawi, lokasi penelitian dijalankan di dodol Betawi Bapak Marno atau dodol Betawi dewa rasa. Latar belakang perkembangan dodol Betawi Bapak Marno ini dimulai pada tahun 1990-an. Usaha dodol Betawi ini yang mendirikan ialah orang tua dari bapak marno, beliau yang ahli dalam membuat dodol dan makanan Betawi lainnya dan dibantu oleh anak yaitu bapak marno dan istri sehingga selalu terjaga kualitas rasa dan teksturnya. Pada tahun 1990 saat itu dikenalkan ke masyarakat sekitar dengan memberikan tester dan menitipkan kepada tukang dagang yang melaluinya.

Peneliti mengungkapkan barang disini merupakan dodol Betawi yang melekatkan nilai-nilai budaya Betawi. Peneliti bertanya terkait mengapa dodol Betawi menjadi kuliner khas Betawi, dapat disimak pada tabel berikut:

**Table 2.** Koding List Dodol Betawi Menjadi Kuliner Khas Betawi

<b>Subject</b>	<b>Kutipan Inti</b>	<b>Koding List</b>
1) <b>Pengolah</b>	<i>"Sudah dari jaman dulu ketika orang-orang Betawi memiliki acara pasti selalu menyediakan dodol. Bikin nya secara gotong royong dan menjadi wadah kumpul atau silaturahmi orang sekampung"</i>	Pembuatan secara gotong royong
2) <b>Pelayanan</b>	<i>"karna mungkin kesukaan orang tapi lebih tepatnya sih kebanyakan orang itu nyarinya kan khas Jakarta kan dodol Betawi. Makanya namanya dodol Betawi dan karena banyak yang mencari juga dari bali atau darimana"</i>	- Kuliner Khas Betawi - Konsumen tidak hanya dari warga betawi
3) <b>Konsumen</b>	<i>"Karna memang udah menjadi kuliner khas Betawi karena jika tidak ada dodol maka terasa hambar"</i>	Kuliner Khas Betawi

**Sumber:** Data Primer Peneliti

Dari ketiga informan merupakan masyarakat Betawi sehingga ketika peneliti menanyakan terkait mengapa dodol Betawi menjadi kuliner khas Betawi jawaban/respon informan cukup sesuai dengan yang ditanyakan. Lalu pada saat mendekati hari raya akan ada momen para tetangga atau keluarga akan berkumpul untuk membuat dodol Betawi. Berdasarkan hal tersebut dapat mempresentasikan kebersamaan dan Kerjasama, sehingga hal tersebut melekat sekali budaya Betawi nya dan hal ini menjadi keunikan suku Betawi. Pada tahun 1991 pak marno meneruskan usaha orang tua nya dan mulai membuka toko sendiri. Dodol Betawi bpk. Marno ini terdapat di kp. Ceger desa sukajaya cikarang. Saat belum ada dodol Betawi, kp ceger belum banyak yang tau sehingga ketika muncul dodol Betawi serta kuliner Betawi lainnya satu kampung ketika menjelang hari raya akan membuat dan menjual dodol Betawi.sampai pada akhirnya banyak penduduk kp. Ceger yang ikut berjualan dodol Betawi serta makanan khas Betawi lainnya. Hal ini selaras dengan penelitian Morsy et al. (2021). yaitu ekonomi ungu menggabungkan nilai-nilai yang berkaitan dengan budaya masyarakat dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya sehingga budaya akan masuk dengan ekonomi dan terhubung dengan tujuannya. Ekonomi ungu menjadikan dimensi budaya menjadi nilai penting dalam pembangunan berkelanjutan. Dodol Betawi bapak marno pun tidak hanya diminati oleh warga Betawi saya tetapi dari warga selain Betawi pun ada karena pemilik tidak hanya berjualan di toko saja tetapi memiliki e-commerce nya juga seperti Tokopedia, Lazada, Shopee.

Table 3. *Koding List Mengenai Produk Apa Saja Yang dijual*

<b>Subject</b>	<b>Kutipan Inti</b>	<b>Koding List</b>
1) <b>Pengolah</b>	"Menjual wajik, geplak, kue-kue kering seperti peyek, akar kelapa, kembang goyang, Ketapang, telur gabus"	- Tersedia tidak hanya dodol Betawi
2) <b>Pelayanan</b>	"Ada dodol original, dodol ketan item, dodol wijen, dodol durian, dan dodol keju. Sama ada wajik dan kue kering khas Betawi"	- Berbagai varian dodol - Kue khas betawi
3) <b>Konsumen</b>	"dodol dengan rasa original, ketan item. Untuk produk lain ada wajik, kembang goyang, akar kelapa. Untuk sekarang dodol Betawi nya saja udah banyak"	- Berbagai varian dodol - Kue khas betawi

*rasa bahkan ada yang versi mini”*

Sumber: Data Primer Peneliti

Dodol Betawi bpk.marno terkenal dengan dodol Betawi nya, namun produk kuliner yang dijual oleh pelaku tidak hanya berbagai varian rasa dodol Betawi tetapi ada juga kuliner seperti kue-kue kering khas Betawi sehingga hal tersebut melekat pada vitalitas budaya betawi. Ketiga informan menerangkan varian rasa yang disajikan ada Original, Ketan Item, Wijen, Durian, dan Keju. Oleh karena itu, temuan yang didapat yaitu produk yang merefleksikan budaya itu telah tervalidasi karena memiliki identitas Betawi yaitu berbagai varian rasa dodol betawi dan kue khas Betawi. Berdasarkan varian rasa yang disajikan, peneliti memberikan pertanyaan mengenai mengapa dibuat berbagai macam rasa pada dodol Betawi tersebut. Jawaban yang diberikan 3 informan dapat disimak pada tabel dibawah ini:

**Table 4. Koding List Mengapa dibuat berbagai varian rasa**

<b>Subject</b>	<b>Kutipan Inti</b>	<b>Koding List</b>
<b>1) Pengolah</b>	<i>“Supaya lebih banyak pilihan dan konsumen tidak bosan. Seperti varian keju itu merupakan permintaan konsumen karna biasanya kalangan muda suka yang rasa keju”</i>	- Agar tidak jenuh - Permintaan konsumen
<b>2) Pelayanan</b>	<i>“karna banyak permintaan dari konsumen, kaya pak buat dodol rasa ini dong. Makanya jadi banyak rasa”</i>	- Permintaan konsumen
<b>3) Konsumen</b>	<i>“Biar ga bosan mba, banyak varian gitu biar ga ketutup sama makanan modern”</i>	- Agar tidak jenuh

Sumber: Data Primer Peneliti

Berbagai varian rasa yang sudah dijelaskan pada tabel 2, peneliti menilai jawaban dari ketiga informan cukup jelas dan sesuai dengan realita yang ada dikarenakan salah satu yang menjadi informan merupakan konsumen dari dodol Betawi bpk. Marno. Awal produksi dodol Betawi, rasa yang disajikan hanya original, ketan item dan wijen. Sehingga pada tahun 2010 rasa yang disajikan bertambah 2 dengan rasa durian dan keju. Bertambahnya varian rasa tersebut merupakan permintaan dari konsumen agar dodol Betawi tetap eksis di tengah gempuran kuliner modern dan konsumen yang mengkonsumsinya pun tidak jenuh dengan banyaknya varian rasa yang disajikan.

## b. Jasa yang merefleksikan kebudayaan

Jasa merupakan aktivitas yang disampaikan oleh satu pihak dengan pihak lain, sehingga pada dasarnya aktivitas ini tidak memiliki wujud dan ada kepemilikan apapun dan Jasa mungkin berkaitan dengan aktivitas fisik hal tersebut dikutip dari Kotler dalam buku Lupiyoadi. (2011:7). Jasa disini dikatakan sebagai pelayanan yang terdapat pada dodol Betawi bapak Marno. Sumber daya manusia pada usaha bpk. Marno ketika hari biasa terdapat 20 orang sedangkan ketika menjelang hari raya akan mencapai 500 karyawan. Karyawan yang bekerja di dodol Betawi bapak Marno yang terdapat di cikarang tidak hanya berasal dari masyarakat Betawi saja, pemilik menyatakan saat menjelang hari raya akan ada karyawan yang berasal salah satu nya dari daerah patroman banjar. Mendapatkan karyawan tersebut dari kerabat, sehingga bapak Marno tidak terlalu kesulitan menemukan karyawan yang akan membantunya menyelesaikan pesanan yang membludak.

Bagian pelayanan pada dodol Betawi bpk marno ini terkadang dibantu oleh anak ketiganya dan karyawan yang biasanya memegang bagian pelayanan ini merupakan ponakan dari bpk. Marno . peneliti menanyakan perihal bagaimana pelayanan yang diberikan pada konsumen, berikut dapat disimak pada tabel:

**Table 5.** Koding List Bagaimana Pelayanan yang diberikan

<b>Subject</b>	<b>Kutipan Inti</b>	<b>Koding List</b>
<b>1) Pengolah</b>	"Melayani dengan ramah"	- Ramah
<b>2) Pelayanan</b>	"ya nomor 1 harus ramah"	- Ramah
<b>3) Konsumen</b>	"Ya. orang Betawi mah pasti ramah-ramah"	- Ramah - Betawi

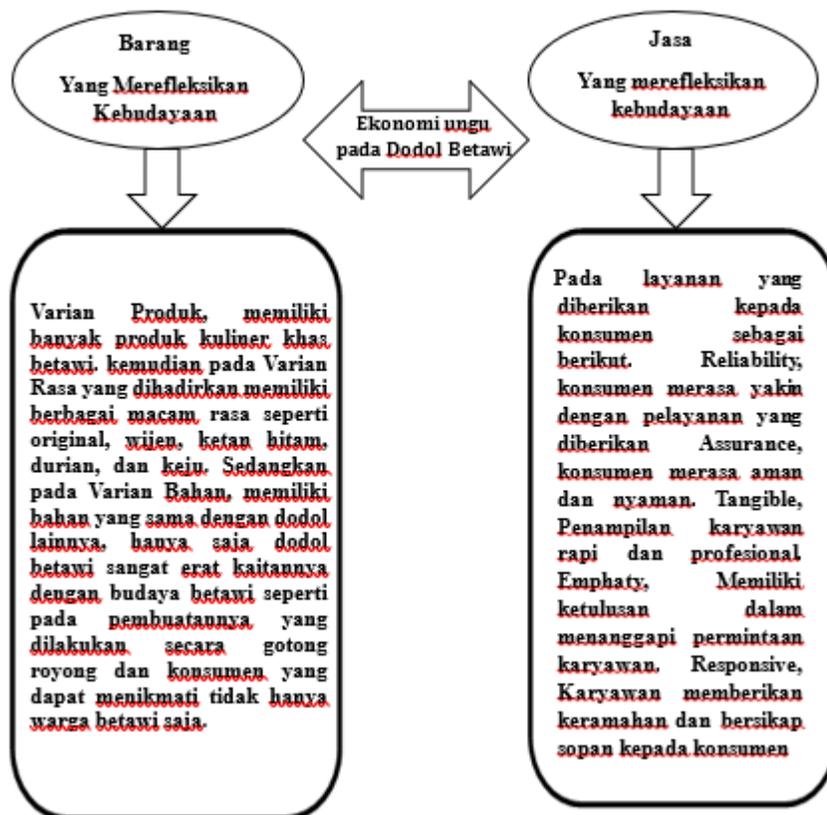
Sumber: Data Primer Peneliti

Berdasarkan pada tabel tersebut, membahas mengenai pelayanan yang diberikan pada karyawan dodol Betawi bpk. Marno. Dari ketiga jawaban informan memfokuskan pada keramahan, peneliti menilai saat menjalani kegiatan penelitian selama 20 hari di lokasi penelitian pun terlihat sangat ramah pada siapapun, keramahan karyawan dengan konsumen sangat diperhatikan demi keberlangsungan kepuasan konsumen di dodol Betawi Bpk. Marno, Tidak hanya itu, peneliti menganalisis adanya konsumen merasa yakin dengan pelayanan yang diberikan, konsumen merasa aman dan nyaman, Penampilan karyawan rapi dan profesional serta Memiliki ketulusan dalam menanggapi permintaan karyawan dan Karyawan memberikan keramahan dan bersikap sopan kepada konsumen sehingga hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri pada usaha dodol betawi bapak marno. Berdasarkan temuan yang didapat selaras dengan kutipan buku Tjiptono Fandy. (2016:13). yaitu aktivitas yang terdiri atas rangkaian tidak berwujud fisik. Seperti saat terjadi aktivitas antara pelanggan dengan karyawan jasa serta sumber daya penyedia jasa yang telah disediakan untuk masalah

pelanggan. Dan selaras juga pada temuan yang dikemukakan oleh Melalatoa, M.J. (1995:1997). yakni masyarakat Betawi memiliki sikap toleransi yang tinggi dan hal itu diwujudkan dalam sikap yang lebih konkrit seperti keramahaman. Keramahaman dapat menerapkan gaya hidup yang sederhana dan tidak berlebihan. Oleh karena itu, terlihat sekali budaya Betawi yang melekat, karena orang Betawi pada dasarnya memiliki budaya dengan sejumlah nilai dan norma yang menjadi acuan dalam tindakannya. Arus urbanisasi dari Jakarta ke Bekasi dan hadirnya unsur keanekaragaman masyarakat dan budaya di tengah kehidupan masyarakat Betawi dilihat dari sikap yang lebih nyata dengan keramah-tamahan. Kerahaman masyarakat Betawi ini tertuju pada siapa saja, termasuk pada orang yang belum dikenalnya. Masyarakat Betawi sangat menghormati budayanya yang telah diwarisi dan hal ini terbukti dari berbagai perilaku kebanyakan orang.

Berdasarkan dari hasil dari kedua subfokus yang dibahas yakni barang yang merefleksikan kebudayaan dan jasa yang merefleksikan kebudayaan dapat peneliti gambarkan sebagai berikut:

**Figure 2.** Research Result and Discussion



Sumber: Data Primer Peneliti, 2023

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Melalui penelitian ini, peneliti mencoba menguraikan bagaimana ekonomi dengan dimensi budaya saling berkaitan, dimana hal ini mampu mengenalkan budaya yang sudah diwariskan pada zamannya. Peneliti menguraikan aspek-aspek ekonomi ungu lebih lanjut mengenai diversifikasi ekonomi yang telah melekat pada budaya kredibilitas barang yang diproduksi dan layanan yang diberikan pada pelaku usaha dodol Betawi bapak marno. Dari temuan peneliti mengenai ekonomi ungu pada budaya Betawi melalui barang dan jasa yang merefleksikan kebudayaan. Melalui barang yang dimaksud pada penelitian ini ialah dodol Betawi, dimana dodol Betawi merupakan makanan khas Betawi yang tetap melejit ditengah gempuran makanan modern. Berdasarkan hal tersebut, pelaku usaha melekatkan nilai-nilai Betawi melalui pembuatan saat menjelang hari raya dilakukan secara gotong royong yang mempresentasikan kebersamaan, konsumen yang menikmati tidak hanya warga Betawi, lalu dodol Betawi dibuat dengan berbagai varian rasa hal tersebut, merupakan permintaan konsumen agar dodol Betawi dapat selalu diminati dan dinikmati oleh siapapun. Tidak hanya melalui barang, jasa pada dodol Betawi bapak marno telah melekat pada budaya Betawi seperti keramahamahan. Hal tersebut dikarenakan keramahan budaya Betawi tercermin dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, seperti saat karyawan dengan konsumen berinteraksi dan pelayanan yang diberikan cukup memberikan rasa nyaman pada konsumen. Pada hasil penelitian mengungkapkan untuk masyarakat tidak melupakan budaya yang sudah ada. Akan lebih baik jika ekonomi digabungkan dengan nilai-nilai budaya agar semua hal itu tidak menghilang seiring berjalannya waktu. Peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat mencoba membuat atau merumuskan penelitian pada bidang lain. Batasan dalam penelitian ini ialah sampel observasi cukup minim dan objek peneliti hanya satu lokasi penelitian. Keterbatasan dalam penelitian ini ialah cenderung subjektif pada UMKM kuliner dodol betawi saja karena belum dapat diterapkan pada jenis bidang lainnya, sehingga penelitian ini memiliki keterbatasan sumber dan fenomena pada UMKM. Dalam literatur indonesia, ekonomi ungu belum banyak atau minim dibahas dalam literatur nasional tetapi dengan ruang lingkup yang kecil dan untuk memulainya sangat memungkinkan pada UMKM, khususnya UMKM dodol betawi karena melekat dengan budaya dan ekonominya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Pustaka yang berupa jurnal ilmiah:**

Abdelfattah I.M, B. O. D. (2022). Purple Economy: The role of improving the job performance of human resources in achieving sustainable development and enhancing the cultural dimension. *Journal of Legal and Economic Research*, 05 / N<sup>o</sup>: 0(Purple Economy), 721–742.

Fabiana Meijon Fadul. (2019). Korean Wave. 1–12.

Ikkaracan I. (2016). The purple economy complementing the green : towards sustainable and caring economies. The purple economy complementing the green: towards sustainable and caring economies. The Levy Economics Institute and Hewlett Fondation Workshop.

Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.

Krastanova, R. (2019). From “Red” Economy To “Purple” Economy? Alternative Economic Models And New Value Paradigm. 170–186.

Miles, Huberman, & Saldana. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook and The Coding Manual for Qualitative Researchers. *Technical Communication Quarterly*, 24(1), 109–112. <https://doi.org/10.1080/10572252.2015.975966>

Morsy, H., Ali, M., & Brbrby, A. (2021). *The Correlation between Health Care and the Purple Economy its Impact on Sustainable Development in Egypt*.

Ouadi, A., & Ouail, M. (2020). The Purple Economy and Sustainable Development in Algeria. *Economic and Management Research Journal*, 14(3), 467–481. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/122143>

Purrohman, P. S., Sugiono, Eliza, M. S., Putri, E., & Khamidah, L. (2018). Design Thinking untuk Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Komunitas Ramah Lingkungan Cilengsi. 2016.

Sugiono. (2016). Peningkatan Kualitas UMKM dalam Menghadapi Pasar Bebas ( Studi Kasus di Sentra Industri Kerajinan Kulit MandingBantul , DIY ). *Jurnal Utilitas*, 2(2), 117–121.

Susanti, E. N. (2022). Identifikasi Nilai-Nilai Ekonomi Kreatif Bagi Kelompok Pengajian Aisyiyah Wilayah Ciracas Jakarta Timur. *Jurnal Utilitas*, 7(1), 19–26. <https://doi.org/10.22236/utilitas.v7i1.8302>

Tripathi, S. K., & Jaiswal, S. (2018). *Purple Economy : -Component of a Sustainable Economy in India*. 20(12), 47–50. <https://doi.org/10.9790/487X-2012034750>

## **Pustaka berbentuk buku:**

Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.

Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.

# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Volume 6 Nomor 3 (2024) 2764-2775 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v6i3.4688

Melalatoa, M. J. (n.d.). *Ensiklopedia Suku Bangsa di Indonesia* (Jilid A-K). CV. Eka Putra.

Moleong. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Muis Cahyani Regita Afni. (2019). *Sustainable Competitive Advantage Ekonomi Kreatif Indonesia dalam Dinamika Perdagangan Internasional* (Cetakan Pe). Deepublish.

Tjiptono Fandy, C. G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (Edisi ke-4). Yogyakarta: Penerbit ANDI.

## **Pustakaan dari Media Online**

Insight. (2022, October). Today ' S Highlights Market ' S Review: Ekonomi Kreatif Sumbang 7.8% PDB. PT. Insight Investments Management.

La Mamounia. (n.d.). *1st African Purple Economy Forum*. <https://www.purple-economy.org/>

Monde, L. (2011). *L'économie mauve, une nouvelle alliance entre culture et économie*. [www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr)

Nugraha, G. (2022). *Pengertian Barang Jasa Secara Umum*. <https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-barang-jasa/>

Sugiarto Cahyono Eddy. (2018). *Ekonomi Kreatif Masa Depan Indonesia*. Kementerian Sekretariat Negara RI. [https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi\\_kreatif\\_masa\\_depan\\_indonesia](https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi_kreatif_masa_depan_indonesia)

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

Lampiran 1. Protokol Observasi

<b>Waktu dan Tempat Observasi</b>	<b>Objek Observasi</b>	<b>Data yang dijaring</b>	<b>Observer</b>	<b>Media yang digunakan</b>
Waktu : Sabtu, 20 Mei 2023 Tempat : Kp. Ceger, Desa Sukajaya, cibitung	Anak pemilik (Ibu Piska Rona)	Kegiatan	Putri Rizky	Handphone Buku Catatan
Waktu : Minggu, 21 Mei 2023 Tempat : Kp. Ceger, Desa Sukajaya, cibitung	Anak pemilik (Ibu Piska Rona) dan Karyawan Bagian Pelayanan, Pengolah dan Konsumen	Kegiatan	Putri Rizky	Handphone Buku Catatan
Senin, 22 Mei 2023	Ibu Piska Rona	Informasi	Putri Rizky	Handphone
Selasa, 23 Mei	Tehh Annisa	Informasi	Putri Rizky	Buku Catatan
Rabu, 24 Mei 2023	Ibu Rohaya	Informasi	Putri Rizky	Handphone
Kamis, 25 Mei 2023	Karyawan Bagian Pengolah Dodol	Kegiatan	Putri Rizky	Buku Catatan
Jumat, 26 Mei 2023	Karyawan bagian pelayanan dan konsumen	Kegiatan	Putri Rizky	Handphone
Sabtu, 27 Mei 2023	Karyawan	Kegiatan	Putri Rizky	Buku Catatan
Minggu, 28 Mei 2023	Karyawan bagian packing	Kegiatan	Putri Rizky	Handphone
Senin, 29 Mei	Ibu Piska Rona	Kegiatan	Putri Rizky	Buku Catatan

2023				
Selasa, 30 Mei 2023	Karyawan	Kegiatan	Putri Rizky	Handphone
Rabu, 31 Mei 2023	Karyawan Cabang	Kegiatan	Putri Rizky	Buku Catatan
Kamis, 01 Juni 2023	Ibu Piska Rona dan Karyawan	Kegiatan dan Informasi	Putri Rizky	Handphone
Jumat, 02 Juni 2023	Karyawan bagian pengolah dodol	Kegiatan	Putri Rizky	Buku Catatan
Sabtu, 03 Juni 2023	Karyawan pengolah dodol dan pelayanan serta konsumen yang datang	Kegiatan	Putri Rizky	Handphone
Minggu, 04 Juni 2023	Karyawan pengolah dodol serta pelayanan dan konsumen	Kegiatan	Putri Rizky	Buku Catatan
Senin, 05 Juni 2023	Karyawan bagian pelayanan dan konsumen yang datang	Kegiatan	Putri Rizky	Handphone
Selasa, 06 Juni 2023	Karyawan dan Konsumen	Kegiatan	Putri Rizky	Buku Catatan
Rabu, 07 Juni 2023	Budaya betawi	Kegiatan	Putri Rizky	Handphone
Kamis, 08 Juni 2023	Karyawan dan Packaging	Kegiatan	Putri Rizky	Buku Catatan

Lampiran 2. Protokol Wawancara

Waktu dan Tempat Wawancara	Interviewer/Pewawancara	Interviewer/ yang diwawancara	Informasi yang dijang	Media yang digunakan
<p>Waktu : Senin, 22 Mei 2023</p> <p>Tempat : Kp. Ceger, Desa Sukajaya, cibitung</p>	Putri Rizky	A.n Ibu Piska Rona (Merupakan Anak dari Pemilik Dodol Betawi Haji Bpk. Marno)	<p>Barang yang merefleksikan kebudayaan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variasi Produk</li> <li>2. Variasi Rasa</li> <li>3. Variasi</li> </ol> <p>Bahan</p> <p>Jasa yang merefleksikan kebudayaan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reliability</li> <li>2. Asurance</li> <li>3. Tangible</li> <li>4. Emphaty</li> <li>5. Responsive</li> </ol>	Handphone  Buku Catatan
<p>Waktu : Selasa, 23 Mei 2023</p> <p>Tempat : Kp. Ceger, Desa Sukajaya, cibitung</p>	Putri Rizky	A.n. Annisa (Merupakan Karyawan dan anak dari bapak marno)	<p>Barang yang merefleksikan kebudayaan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variasi Produk</li> <li>2. Variasi Rasa</li> <li>3. Variasi</li> </ol> <p>Bahan</p> <p>Jasa yang merefleksikan kebudayaan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reliability</li> <li>2. Asurance</li> </ol>	Handphone  Buku Catatan

			<ul style="list-style-type: none"> <li>3. Tangible</li> <li>4. Emphaty</li> <li>5. Responsive</li> </ul>	
<p>Waktu : Rabu, 24 Mei 2023</p> <p>Tempat : Kp. Ceger, Desa Sukajaya, cibitung</p>	Putri Rizky	Ibu Rohaya	<p>Barang yang merefleksikan kebudayaan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Variasi Produk</li> <li>2. Variasi Rasa</li> <li>3. Variasi</li> </ul> <p>Bahan</p> <p>Jasa yang merefleksikan kebudayaan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Reliability</li> <li>2. Asurance</li> <li>3. Tangible</li> <li>4. Emphaty</li> <li>5. Responsive</li> </ul>	<p>Handphone</p> <p>Buku Catatan</p>

Lampiran 3. Protokol Dokumentasi

Waktu dan Tempat Dokumentasi	Dokumen yang dijarah	Dokumentalis	Media yang digunakan
<p>Waktu : Sabtu, 20 Mei 2023</p> <p>Tempat : Kp. Ceger, Desa Sukajaya, cibitung</p>	<p>Observasi</p> <p>Meminta izin penelitian</p> 	Putri Rizky	<p>Handphone</p> <p>Buku Catatan</p>
<p>Waktu : Minggu, 21 Mei 2023</p> <p>Tempat : Kp. Ceger, Desa Sukajaya, cibitung</p>	<p>Memberikan surat izin penelitian</p> <p>Mengamati kegiatan karyawan dalam hal pelayanan dan pembuatan dodol Betawi</p> 	Putri Rizky	<p>Handphone</p> <p>Surat Izin Penelitian</p>
<p>Senin, 22 Mei 2023</p>	<p>Wawancara dengan ibu piska rona sebagai anak dari pemilik dodol Betawi bpk. Marno</p> <p>Mengamati pembuatan dodol Betawi</p> 	Putri Rizky	<p>Handphone</p> <p>Buku Catatan</p>
<p>Selasa, 23 mei</p>	<p>Wawancara dengan Mba Annisa selaku anak dari pemilik dan karyawan bagian pelayanan</p>	Putri Rizky	<p>Handphone</p> <p>Buku Catatan</p>

			
<p>Rabu, 24 Mei 2023</p>	<p>Wawancara dengan salah satu konsumen tetap dodol Betawi bpk. Marno</p> 	<p>Putri Rizky</p>	<p>Handphone Buku Catatan</p>
<p>Kamis, 25 Mei 2023</p>	<p>Mengamati dan mencoba bantu untuk membuat dodol Betawi</p> 	<p>Putri Rizky</p>	<p>Handphone</p>
<p>Jumat, 26 Mei 2023</p>	<p>Mengamati suasana kegiatan jual beli dan mencoba melayani konsumen</p>	<p>Putri Rizky</p>	<p>Handphone</p>

	 		
<p>Sabtu, 27 Mei 2023</p>	<p>Melihat tempat penyimpanan bahan baku pembuatan dodol</p> 	<p>Putri Rizky</p>	<p>Handphone</p>
<p>Minggu, 28 Mei 2023</p>	<p>Ikut membantu packing untuk pembelian secara online</p> 	<p>Putri Rizky</p>	<p>Handphone</p>
<p>Senin, 29 Mei 2023</p>	<p>Membantu bungkusin produk lain dengan ibu piska rona</p> <p>Mengamati kegiatan jual beli</p>	<p>Putri Rizky</p>	<p>Handphone</p>

			
Selasa, 30 Mei 2023	Membantu packing dodol Betawi versi mini 	Putri Rizky	Handphone
Rabu, 31 Mei 2023	Mengunjungi satu cabang dodol Betawi 	Putri Rizky	Handphone
Kamis, 01 Juni 2023	Mewawancarai mengenai profil dengan Ibu Piska Rona 	Putri Rizky	Handphone
Jumat, 02 Juni	Mengamati pembuatan dodol Betawi serta	Putri Rizky	Handphone

2023	mengamati kegiatan jual beli 		
Sabtu, 03 Juni 2023	Mengamati pembuatan dodol Betawi serta mengamati kegiatan jual beli  	Putri Rizky	Handphone
Minggu, 04 Juni 2023	Mengamati pembuatan dodol Betawi serta mengamati kegiatan jual beli	Putri Rizky	Handphone

			
<p>Senin, 05 Juni 2023</p>	<p>Mengamati Kegiatan karyawan dan kegiatan jual beli</p>  	<p>Putri Rizky</p>	<p>Handphone</p>
<p>Selasa, 06 Juni 2023</p>	<p>Cara membuat dodol dan mengamati karyawan dan pemilik yang saling berinteraksi</p>	<p>Putri Rizky</p>	<p>Handphone</p>

			
<p>Rabu, 07 Juni 2023</p>	<p>Mengamati Budaya Betawi yang diterapkan oleh pemilik</p> 	<p>Putri Rizky</p>	<p>Handphone</p>
<p>Kamis, 08 Juni 2023</p>	<p>Pengamatan pada packaging dodol Betawi dan membantu packing</p> 	<p>Putri Rizky</p>	<p>Handphone</p>

#### Lampiran 4. Catatan Lapangan Hasil Observasi

##### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Sabtu, 20 Mei 2023
Data yang dijaring	:	Izin penelitian kepada pemilik dan observasi
Waktu	:	08.00 s.d. 10.00
<p>Pada hari Sabtu, 20 Mei 2023, peneliti datang berkunjung ke lokasi dodol Betawi Bpk. Marno. Sebelum berkunjung ke lokasi, peneliti sudah berkomunikasi melalui aplikasi whatsapp dengan istri dari pemilik untuk meminta izin mengunjungi Dodol Betawi Bpk. Marno tsb. Dodol Betawi bpk. Marno ini terletak di Kp. Ceger, Ds. Sukajaya, Cibitung, Bekasi. Ketika peneliti mengunjungi dodol Betawi bpk marno disana ada 10 karyawan yang bekerja. Diantaranya ada bagian pelayanan, bagian packing, bagian mengaduk dodol Betawi serta anak dari pemilik dodol Betawi yang merupakan pengolah bahan dari dodol Betawi itu sendiri.</p> <p>Sebelum melanjutkan percakapan lebih lanjut, peneliti melakukan perkenalan terlebih dahulu dengan anak dari pemilik, karna pemilik tersebut jarang ada dilokasi. Peneliti bersikap seramah mungkin untuk membuat suasana menjadi nyaman dengan percakapan yang akan dilakukan. Peneliti menjelaskan maksud dan tujuan dari kedatangan peneliti pada hari itu. Setelah memperkenalkan diri, anak dari pemilik juga memperkenalkan diri dan mengarahkan untuk kedepannya akan lebih sering berinteraksi dengannya karna Bpk. Marno dan istri jarang ada dirumah.</p> <p>Setelah kurang lebih 1 jam peneliti dan narasumber melakukan percakapan, narasumber juga mengajak karyawan nya yang bagian pelayanan untuk duduk Bersama membantu peneliti mendapatkan data yang peneliti butuhkan. Lalu peneliti pun berkenalan Kembali dengan karyawan dengan maksud dari kedatangan peneliti ini. Setelah itu peneliti serta anak dari pemilik mengobrol dan membahas menanyakan identitas diri masing-masing. Seperti mahasiswi universitas apa dan semester berapa.</p> <p>Berdasarkan pengamatan awal peneliti, anak dari pemilik yaitu ibu piska rona ini sosok yang ramah dan mudah bergaul sangat mencerminkan orang Betawi asli.</p>		

##### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Minggu, 21 Mei 2023
---------------	---	---------------------

Data yang dijang	:	Memberikan surat izin penelitian dan mengamati kegiatan karyawan dalam hal pelayanan dan pembuatan dodol betawi
Waktu	:	08.00 s.d. 10.30
<p>Memasuki hari ke-2 pada hari Minggu, 21 Mei 2023. Setelah mendapatkan izin dari dosen pembimbing untuk melakukan turun ke lapangan, peneliti segera bergegas menghubungi istri dari pemilik untuk Kembali ke lokasi melalui chat whatsapp. Tetapi hanya ibu piska rona yang memiliki banyak waktu luang untuk bertemu dengan peneliti. Tujuan peneliti pada hari ke-2 ini yaitu untuk memberikan surat izin penelitian yang diberikan oleh kampus dan diberikan kepada pihak lapangan. Peneliti memberikan surat tersebut kepada ibu piska agar dapat dibaca olehnya. Selain memberikan surat izin penelitian, peneliti juga mengamati kegiatan jual beli yang dilakukan oleh bagian pelayanan dengan konsumen yang datang. Konsumen yang datang tidak hanya dari warga sekitar saja, akan tetapi diluar daerah cibitung juga ada bahkan yang baru pertama kali membeli juga ada.</p> <p>Dapat peneliti lihat, karyawan disana sangat mencerminkan budaya budaya Betawi yang ramah dan sangat mudah berbaur. Bahkan antara karyawan dengan pemilik pun tidak canggung saat ngobrol bersama. Tidak hanya itu dalam hal melayani pun karyawan disana sangat ramah dengan konsumen, tidak diragukan lagi mengapa dodol Betawi bpk. Marno ini sangat digemari</p>		

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Senin, 22 Mei 2023
Data yang dijang	:	Wawancara dengan ibu piska rona sebagai anak dari pemilik dodol Betawi bpk. Marno Mengamati pembuatan dodol betawi
Waktu	:	08.00 s.d. 11.00 WIB
<p>Pada hari ke-3 Senin, 22 Mei 2023. Peneliti kembali berkunjung dan untuk hari ini agenda nya yaitu wawancara dengan informan 1 yaitu ibu piska yang merupakan anak dari bpk. Marno atau pemilik. Data yang saya jarring yaitu profil dari dodol Betawi bpk. Marno dan indikator seperti variasi produk, variasi bahan, dan variasi rasa untuk</p>		

subfokus barang yang merefleksikan kebudayaan. Sedangkan RATER untuk subfokus jasa yang merefleksikan kebudayaan. Sekitar kurang lebih 30 menit peneliti mewawancarai informan 1 dengan jawaban yang dapat peneliti pahami. Saat peneliti ingin mewawancarai karyawan bagian pelayanan itu belum bisa di hari itu karena begitu padat konsumen yang datang. Akhirnya pada hari ke-3 ini peneliti hanya mewawancarai 1 informan yaitu ibu piska.

Selain melakukan kegiatan wawancara, peneliti mengamati kegiatan pembuatan dodol Betawi atau lebih tepatnya saat itu ada karyawan yang sedang mengaduk dodol. Peneliti melihat karyawan yang mengaduk dodol tidak hanya sendiri tetapi ada 6 orang yang 2 mengaduk dan 4 nya menunggu giliran karna dalam mengaduk dodol dibutuhkan waktu 8 jam sehingga yang mengaduk juga harus bergantian. Dan peneliti juga melihat-lihat kearah tempat memasak dodol tsb. Banyak sekali kompor untuk membuat dodol sekitar ada 20 kompor yang berbentuk kolam. Kenapa menggunakan kolam-kolam kecil karna dodol Betawi ini dimasak masih menggunakan cara tradisional.

Berdasarkan pengamatan hari ke-3 ini peneliti menemukan cara memasak dodol Betawi yang masih menggunakan cara tradisional.

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Selasa, 23 Mei 2023
Data yang dijang	:	Wawancara dengan saudari meta selaku karyawan bagian pelayanan dan mengamati kegiatan jual beli karyawan dengan konsumen
Waktu	:	08.00 s.d. 10.00

Selanjutnya pada hari ke-4, Selasa, 23 Mei 2023. Peneliti kembali menjalankan rangkaian penelitian dengan wawancara dengan Informan 2 yakni mbak meta yang merupakan karyawan bagian pelayanan dan sudah bekerja selama kurang 1 tahun. Data yang dijang oleh peneliti yaitu sama seperti informan 1 hanya saja redaksi kata dalam menyampaikan berbeda tapi intinya tetap sama. Data yang akan dijang oleh peneliti saat wawancara yaitu indikator seperti variasi produk, variasi bahan, dan variasi rasa untuk subfokus barang yang merefleksikan kebudayaan. Sedangkan RATER untuk subfokus jasa yang merefleksikan kebudayaan.

Wawancara dengan informan 2 ini berlangsung kurang lebih 30 menit,

jawaban yang diberikan oleh informan 2 cukup terbuka.

Tidak hanya wawancara, peneliti juga mengamati mba meta dalam melayani konsumen yang datang, tidak diragukan lagi jika orang Betawi ngobrol itu mengasyikkan sekali mungkin karena mereka ramah dan mudah bergaul jadi konsumen pun betah dan tidak malas belanja di dodol Betawi bpk.marno ini.

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Rabu, 24 Mei 2023
Data yang dijaring	:	Wawancara dengan salah satu konsumen tetap dodol Betawi bpk. Marno
Waktu	:	09.00 s.d. 12.00
<p>Pada hari ke-5, Rabu, 24 Mei 2023 peneliti melakukan kegiatan lapangan lagi dengan wawancara Bersama informan ke 3 yaitu salah satu konsumen tetap dan masih di daerah dekat lokasi dodol Betawi bpk. Marno. Informan ke-3 ini Bernama ibu rohaya, informan sudah tinggal di daerah tersebut selama belasan tahun. Cuma saat ibu rohaya menetap tinggal disana sudah ada dodol Betawi bpk. Marno ini tetapi belum sebesar sekarang yang dijual pun masih dodol Betawi saja.</p> <p>Pertanyaan yang di tanyakan kepada informan 3 ini sama dengan informan 1 dan 2 hanya saja beda di redaksi penyampaiannya. Jawaban informan 3 ini cukup baik. Bu rohaya menjadi konsumen tetap karna rasa dan tekstur yang disajikan tidak pernah berubah bahkan ciri dari khas Betawi nya menurut nya cukup keras. Apalagi ketika bu rohaya ke lokasi untuk membeli, semua karyawan nya ramah dan mudah berbaur. Menurut nya karyawan di dodol Betawi bpk. Marno ini cukup terlihat kekeluargaan nya.</p> <p>Berdasarkan wawancara dengan informan ke-3 ini jawaban yang diberikan cukup jelas dan bu rohaya sebagai informan ke-3 ini cukup ramah dan membuat peneliti merasa nyaman berbicara dengan informan ke-3</p>		

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Kamis, 25 Mei 2023
Data yang dijaring	:	Mengamati dan mencoba bantu untuk membuat dodol betawi

Waktu	:	08.00 s.d. 10.30
<p>Memasuki hari ke-6, hari Kamis, 25 Mei 2023 pukul 08.00 s.d. 10.30 WIB. Peneliti melakukan pengamatan serta membantu karyawan mengaduk dodol Betawi yang sedang dibuat. Memasak dodol Betawi disini masih menggunakan cara tradisional agar tidak mengubah budaya Betawi yang sudah dari zaman dulu memasak menggunakan tungku api.</p> <p>Tungku api/biasa disebut disini yaitu kolam karna bentuk nya seperti kolam kecil, disini banyak sekali kolam nya karna saat ada acara besar pesanan dodol Betawi sangat meningkat. Dodol Betawi juga butuh waktu 8 jam dalam mengaduk diatas tungku. Jika di hari biasa, pengolah mulai membuat dari jam 05.00 s.d. 12.00 WIB, menggunakan api kecil.</p>		

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Jumat, 26 Mei 2023
Data yang dijaring	:	Mengamati suasana kegiatan jual beli dan mencoba melayani konsumen
Waktu	:	08.00 s.d. 12.00 WIB
<p>Pada hari ke-7 Jumat, 26 Mei 2023. Peneliti melanjutkan pengamatan kembali bagaimana suasana kegiatan jual beli. Pengamatan hari ke 7 ini sama seperti hari sebelumnya, konsumen yang datang juga tidak terlalu ramai tetapi pemesanan di e-commerce juga ramai jadi karyawan bagian pelayanan juga membantu packing dan menyiapkan pesanan tersebut. Di e-commerce nya itu sendiri hanya menjual dodol Betawi dan wajik (makanan khas Betawi).</p> <p>Cara yang dilakukan oleh pemilik dalam meningkatkan jual beli untuk produknya dibuat banyak pilihan yang masih tetap khas Betawi. Seperti wajik, geplak, snack kering seperti akar kelapa, kembang goyang, telur gabus dan masih banyak lagi pilihannya. Harga pada dodol Betawi juga cukup murah dengan harga diluaran sana menurut konsumen yang peneliti tanya.</p> <p>Berdasarkan pengamatan hari ke-7 ini, masih seperti hari sebelumnya. Pengunjung yang beli pun tidak terlalu ramai tetapi selalu ada pesanan melalui e-commerce.</p>		

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Sabtu, 27 Mei 2023
---------------	---	--------------------

Data yang dijaring	:	Melihat tempat penyimpanan bahan baku pembuatan dodol
Waktu	:	08.00 s.d. 10.30
<p>Memasuki hari ke-8, hari Sabtu, 27 Mei 2023 pukul 08.00 s.d. 10.30 WIB. Peneliti kembali mengamati kegiatan di tempat dodol Betawi bpk. Marno dan melihat penyimpanan bahan-bahan untuk membuat dodol Betawi. Untuk bahan-bahan nya sendiri, bpk. Marno ini bekerja sama dengan mitra mitra seperti tepung beras, gula aren, dan kelapa. Jadi pemilik tidak repot harus membeli ke toko lagi karna sudah ada yang mengantar ke tempat.</p> <p>Bpk. Marno ini selalu menjaga kualitas bahan yang digunakan agar rasa yang disajikan pada dodol Betawi juga tidak terpengaruh. Bahan-bahan untuk membuat dodol pun disimpan di tempat khusus untuk dodol saja. Setiap bulannya mitra yang sudah bekerja sama juga siaga untuk refill karna memang sudah jadwalnya.</p> <p>Berdasarkan pengamatan hari ini, peneliti hanya mengamati tempat penyimpanan dodol Betawi.</p>		

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Minggu, 28 Mei 2023
Data yang dijaring	:	Ikut membantu packing untuk pembelian secara online
Waktu	:	08.00 s.d. 11.30
<p>Memasuki hari ke-9, hari Minggu, 28 Mei 2023 pukul 08.00 s.d. 11.30 WIB. Karna konsumen dodol Betawi bpk. Marno ini tidak hanya secara offline saja yang ramai melainkan online juga ramai sekali karna bpk. Marno ini buka di beberapa e-commerce seperti Tokopedia, Lazada, dan shopee. Untuk rating di e-commerce nya juga sangat bagus karna kualitas yang diberikan tidak berubah sama sekali.</p> <p>Ketika peneliti datang, saat itu karyawan sedang packing untuk pesanan pesanan yang melalui e-commerce dan menyiapkan alamat nya juga. Peneliti ikut memperhatikan karyawan yang packing dan ikut bantuin tempel alamat di packagingnya. Packaging untuk pesanan e-commerce memakai logo khas dari dodol Betawi bpk marno ini sedangkan saat peneliti menayakan mengapa dodol Betawi yang disajikan di toko tidak memakai logo karna trik marketing yang digunakan oleh pemilik yaitu dengan hal tersebut agar pembeli dari daerah jauh terus mengenal dan tidak lupa dengan dodol Betawi ini.</p> <p>Di e-commerce dodol Betawi bpk. Marno ini dikenal dengan nama</p>		

dodol Betawi ‘Dewa Rasa’.

Berdasarkan penelitian hari ini, peneliti menemukan trik yang unik dari pemilik yaitu kemasan yang memakai logo hanya untuk pesanan di e-commerce.

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Senin, 29 Mei 2023
Data yang dijang	:	Membantu bungkusin produk lain dengan ibu piska rona Mengamati kegiatan jual beli
Waktu	:	07.30 s.d. 10.30

Selanjutnya pada hari ke-10 Senin, 29 Mei 2023. Peneliti ke lapangan Kembali untuk menjalankan penelitian. Saat peneliti datang, karyawan sedang tidak produksi dodol Betawi karna karyawan yang biasa mengaduk sedang cuti. Tetapi dodol yang disajikan juga masih ada stok jadi pemilik tidak merasa khawatir. Saat peneliti datang, ibu piska sedang menyiapkan dan packing untuk produk-produk lain yang dijual.

Konsumen yang beberapa kali datang pun keseringan membeli dodol Betawi nya, padahal disitu banyak makanan khas Betawi lain atau snack kering lainnya. Peneliti yang ikut mencoba pun ketagihan dibuatnya, pantas saja konsumen dodol Betawi ini tidak pernah sepi.

Berdasarkan penelitian hari ini, tips agar pembeli tidak bosan dengan dodol Betawi saja pemilik menambahkan snack kering lainnya, meskipun begitu konsumen yang datang tetap tidak bosan dengan rasa dodol Betawi tersebut.

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Selasa, 30 Mei 2023
Data yang dijang	:	Membantu packing dodol Betawi versi mini
Waktu	:	14.00 s.d. 17.00 WIB

Memasuki hari ke-11 Selasa, 30 Mei 2023. Ketika peneliti datang, ramai sekali konsumen yang datang untuk membeli dodol Betawi versi mini, sampai karyawan disana kelimpungan karna dodolnya baru saja di packing. Saat itu jadinya peneliti pun ikut membantu menggunting dodol Betawi versi mini ini karena di packing nya diiket menjadi satu jadi karyawan ada yang bagian menggunting saja dan ada juga yang

memasukkan kedalam plastik ukuran sedang dan diikat menggunakan tali pita.

Untuk rasa pada dodol Betawi versi mini ini sama seperti dodol yang versi biasa tetapi makannya bisa sekali suap. Karna jika versi dodol yang di packing Panjang itu biasanya dikonsumsi barengan dan di potong-potong jadi jika tidak habis akan sayang sekali.

Berdasarkan penelitian hari ini, peneliti ikut membantu karyawan menggantung tali dodol agar karyawan tidak kerepotan melihat ramainya konsumen yang datang.

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Rabu, 31 Mei 2023
Data yang dijang	:	Mengunjungi satu cabang dodol betawi
Waktu	:	08.00 s.d. 12.00
<p>Memasuki hari ke-12, hari Rabu, 19 Mei 2023 Saat peneliti mewawancarai informan terkait apakah dodol Betawi bpk. Marno ini memiliki cabang, dan jawaban dari informan itu punya tapi tetap daerah cibitung-cikarang. Dan cabang tersebut dipegang oleh anak lain dari bpk. Marno itu sendiri Cuma untuk produknya tetap ambil di pusat tetapi untuk dodol Betawi nya sendiri jika ramai itu bikin sendiri dan jika di hari biasa itu ngambil di pusat.</p> <p>Peneliti mengunjungi cabang yang masih satu daerah dengan pusat, dan disana pun memiliki kompor kolam sendiri untuk memasak dodol karna jika bulan Ramadhan akan sangat ramai sekali konsumen yang datang bahkan reseller reseller yang untuk dijual kembali.</p> <p>Peneliti mengamati bagaimana proses jual beli di Cabang, untuk pelayanannya sama seperti di pusat ramah dan mudah bergaul.</p>		

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Kamis, 01 Juni 2023
Data yang dijang	:	Mewawancarai mengenai profil dengan ibu piska rona
Waktu	:	08.00 s.d. 10.00
<p>Memasuki hari ke-13, hari Kamis, 01 Juni 2023 pukul 08.00 s.d. 10.00 WIB. Untuk hari ke-13 ini setelah peneliti Menyusun borang</p>		

wawancara ternyata masih ada beberapa pertanyaan yang kurang seperti profil, dan masih ada beberapa pertanyaan lagi. Saat peneliti datang, ibu piska rona sedang mengerjakan packing produk bersama suaminya tetapi peneliti bersedia menunggu sambil mengamati kegiatan di lokasi. Setelah ibu piska selesai, peneliti meminta izin terlebih dahulu untuk mewawancarai lagi mengenai pertanyaan-pertanyaan yang belum. Setelah itu, ibu piska rona memahami dan bersedia untuk diwawancarai oleh peneliti, pertanyaan yang ditanyakan tidak banyak karena ini hanya kekurangannya saja. Setelah peneliti selesai wawancara, dilanjutkan lagi melihat produksi dodol Betawi di dapur belakang, disana terdapat 4 karyawan yang sedang mengobrol sambil mengaduk dodol yang sedang dimasak.

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Jumat, 02 Juni 2023
Data yang dijang	:	Mengamati pembuatan dodol Betawi serta mengamati kegiatan jual beli
Waktu	:	08.00 s.d. 12.00
<p>Memasuki hari ke-14, hari Jumat, 02 Juni 2023 pukul 08.00 s.d. 12.00 WIB. Peneliti kembali berkunjung di hari ke-14 untuk mengamati dan mencoba mengaduk dodol Betawi yang saat itu sedang dibuat oleh karyawan. Terbawa suasana dan peneliti melupakan dokumentasi, jadi saat itu tidak ada dokumentasi ketika mengaduk dodol.</p> <p>Pada pembuatan dodol Betawi ini biasanya dilakukan setiap hari, atau dalam sehari itu produksi cukup banyak untuk dijadikan stock. Dodol Betawi bertahan selama 2 bulan tanpa simpan di kulkas, karena jika disimpan di kulkas tekstur dodol akan sedikit keras tapi jika simpan diluar kulkas tekstur akan tetap sama, legit dan lembut.</p> <p>Tidak hanya mengamati pembuatan dodol saja, peneliti pun mengamati kegiatan jual beli yang dilakukan dengan informan 2 bersama konsumen yang datang. Berdasarkan pengamatan hari ke-14 menurut peneliti, dodol Betawi bpk. Marno ini tidak pernah sepi dan selalu ada saja konsumen yang datang.</p>		

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Sabtu, 03 Juni 2023
Data yang dijang	:	Mengamati pembuatan dodol Betawi serta mengamati kegiatan jual beli

Waktu	:	08.00 s.d. 11.00
<p>Selanjutnya penelitian pada hari ke-15 di hari Sabtu, 03 Juni 2023. Peneliti Kembali melaksanakan kegiatan penelitian di tempat dodol Betawi bpk marno. Penelitian hari ke-15 ini peneliti melakukan pengamatan Kembali dalam pembuatan dodol Betawi serta pengamatan terhadap kegiatan jual beli. Pada hari ke-15 ini peneliti melihat pemilik yang meracik bahan-bahan dodol Betawi tersebut, seiring bertambahnya usia pemilik itu semua diajarkan kepada anak-anaknya yang nantinya akan melanjutkan usahanya tersebut.</p> <p>Saat ini pemilik sudah tidak sanggup jika mengikuti mengaduk dodol, karena usia yang sudah renta jadi ia serahkan ke karyawan nya. Dodol Betawi ini terbilang khas Betawi karna dari segi pelayanan, rasa, sangat berlandaskan nilai-nilai budaya Betawi itu sendiri.</p> <p>Tidak hanya mengamati pembuatan dodol, peneliti pun melakukan pengamatan lagi dalam kegiatan jual beli nya. Konsumen yang datang cukup ramai di hari ke-15 peneliti di lapangan.</p>		

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Minggu, 04 Juni 2023
Data yang dijaring	:	Mengamati pembuatan dodol Betawi serta mengamati kegiatan jual beli
Waktu	:	08.00 s.d. 11.30
<p>Memasuki hari ke-16, Minggu, 04 Juni 2023. Peneliti Kembali berkunjung dan menjalani kegiatan penelitian untuk tugas akhir. Pada hari ke-16 ini peneliti melakukan pengamatan Kembali mengenai kegiatan jual beli dan pembuatan dodol. Pada hari ke-16 ini peneliti melihat ada 3 konsumen yang selalu Kembali untuk membeli dodol Betawi karna konsumen tersebut merupakan reseller yang mempromosikan melalui <i>story</i> di aplikasi whatsapp dan 3 konsumen tersebut merupakan ibu-ibu.</p> <p>Konsumen 1 merupakan ibu-ibu yang suka anter dan nunggu anak sekolah SD dan suka ada yang nitip ke konsumen 1 ini. Untuk konsumen 2 merupakan karyawan kantor di daerah cikarang, dan konsumen 3 ini merupakan ibu-ibu dari daerah tambun yang jarak dari tempat tinggal ke dodol Betawi bpk.marno ini lumayan jauh. Mereka semua merupakan konsumen yang awalnya beli untuk dikonsumsi sendiri dan merasa dodol ini unik dan enak jadi mencoba promosikan ke rekan-rekannya.</p> <p>Berdasarkan penelitian hari ini, peneliti menemukan 3 konsumen yang setiap 3-4 hari selalu datang untuk beli pesanan yang sebelumnya</p>		

sudah melakukan pre-order.

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Senin, 05 Juni 2023
Data yang dijang	:	Kegiatan karyawan dan kegiatan jual beli
Waktu	:	08.00 s.d. 12.00
<p>Memasuki hari ke-17, hari Senin, 05 Juni 2023 pukul 08.00 s.d. 12.00 WIB. Peneliti menjalani turun ke lapangan dan sudah memasuki hari ke-17. Saat peneliti datang, sedang ada karyawan yang mengaduk dodol, sebanyak 4 orang dengan 2 orang sedang mengaduk dan 2 orang lainnya sedang menunggu giliran. Seperti biasa, mengaduk dodol Betawi gantiannya 2-3 jam. Apalagi ketika dodol sudah mulai mengental, mengaduknya pun harus menggunakan tenaga ekstra karena akan lebih susah diaduk.</p> <p>Peneliti disini hanya mengamati dan mengobrol sedikit dengan karyawan yang sedang mengaduk dodol Betawi tersebut. Lalu setelah itu, karena peneliti tidak ingin mengganggu terlalu lama dengan karyawan yang sedang mengaduk, jadi peneliti Kembali menemani mbak annisa selaku karyawan bagian pelayanan untuk menerima konsumen dan melayani apa yang dibutuhkan.</p> <p>Berdasarkan penelitian hari ini, peneliti Kembali melakukan pengamatan mengaduk dodol dan melayani konsumen membantu karyawan disana.</p>		

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Selasa, 06 Juni 2023
Data yang dijang	:	Cara membuat dodol dan mengamati karyawan dan pemilik yang saling berinteraksi
Waktu	:	08.00 s.d. 10.30
<p>Memasuki hari ke-18, hari Selasa, 06 Juni 2023 pukul 08.00 s.d. 10.30 WIB. Peneliti Kembali menjalani kegiatan penelitian ini di tempat UMKM dodol Betawi bpk. Marno. Peneliti memilih berkunjung pagi hari karena biasanya jika pagi-pagi itu masih ramai warga yang lewat dan interaksi antar warga dengan pemilik pun masih bisa dinikmati.</p> <p>Suasana tetangga disana rukun dan saling berbaur, bahkan disamping</p>		

toko dodol Betawi bpk. Marno itu ada toko dodol lain meskipun begitu mereka sesama penjual tetap akur dan berbaur. Bahkan pemilik dengan karyawan pun tidak ada kesenjangan sama sekali, terlihat sekali budaya Betawi yang begitu lekat.

Berdasarkan penelitian pada hari ke-18 ini peneliti menemukan budaya Betawi yang begitu melekat pada warga betawinya yang mudah berbaur dan tidak ada keributan.

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Rabu, 07 Juni 2023
Data yang dijaring	:	Budaya Betawi yang diterapkan oleh pemilik
Waktu	:	08.00 s.d. 12.00
<p>Memasuki hari ke-19, hari Rabu, 07 Juni 2023 pukul 08.00 s.d. 12.00 WIB. Peneliti Kembali berkunjung untuk melakukan kegiatan penelitian. Pada hari ke-19 ini peneliti baru menyadari beberapa budaya Betawi yang di gunakan oleh pemilik yaitu, rumah yang berdempetan dengan satu keluarga, dan diujung atap rumah nya terdapat gigi balang yang merupakan ornament yang menjadi ciri khas arsitektur Betawi serta ada hiasan kembang kelapa yang biasanya selalu di refill karena bahan yang digunakan menggunakan bahan yang cepat rusak ketika kena air hujan. Dekorasi kembang kelapa ini diletakkan di depan dekat penyimpanan dodol Betawi agar menjadi daya Tarik pembeli karena hal tersebut merupakan hal yang unik menurut pemilik. Serta mengamati bagaimana karyawan melayani konsumen dengan keramahtamahannya.</p>		

#### Catatan Lapangan

Hari, Tanggal	:	Kamis, 08 Juni 2023
Data yang dijaring	:	Pengamatan pada packaging dodol Betawi dan membantu packing
Waktu	:	08.00 s.d. 10.00
<p>Memasuki hari ke-20, hari Kamis, 08 Juni 2023 pukul 08.00 s.d. 10.00 WIB. Pada hari terakhir peneliti menjalankan kegiatan penelitian, peneliti baru sadar jika pada stiker untuk ditempel ada ornament khas budaya Betawi yaitu ondel-ondel. Pemilik menambahkan hal tersebut karena memang sudah menjadi ciri khas dodol Betawi bpk. Marno ini supaya tidak meninggalkan budaya betawinya.</p>		

Sampai saat ini, alasan bpk. Marno tetap menjual dan mengenalkan dodol Betawi ke penjuru dunia karena tidak ingin dodol Betawi ini hilang ditengah gempuran makanan modern.

Berdasarkan penelitian hari terakhir ini, peneliti menyadari hal yang menunjukkan pemilik melekatkan budaya Betawi ini dengan menambahkan ornament khas Betawi. Setelah itu peneliti berpamitan kepada seluruh karyawan serta mengucapkan rasa terimakasih karena sudah diterima dengan baik untuk menjalankan penelitian kebutuhan tugas akhir ini. Sekian, terimakasih.

Lampiran 5. Borang isian wawancara

**BORANG WAWANCARA**  
**EKONOMI UNGU : EKSISTENSI EKONOMI BERBASIS KEBUDAYAAN**  
**STUDI KASUS DODOL BETAWI**

**(Pemilik Dodol Betawi)**

<b>Nama</b> : Bpk Marno	<b>Hari, Tanggal</b> :
<b>Jabatan</b> : Pemilik	<b>Waktu</b> :
<b>Tempat</b> : Kp. Ceger Desa Sukajaya	<b>Media</b> :
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
<b>a. Profil</b>	
1. Sejarah membangun usaha dodol betawi	<b>Awalnya yang berjualan ialah orang tua, karna sudah tidak sanggup lagi jadi diteruskan oleh bpk. marno</b>
2. Tahun berapa usaha ini didirikan	<b>Tahun 1991</b>
3. Siapa awal mula yang mendirikan usaha tersebut	<b>Orang Tua</b>
4. Ada visi misi dari dodol Betawi ini pak	<b>Menjaga Kelestarian Budaya,</b>
5. Apakah dodol Betawi ini mempunyai slogan ataupun logo	<b>Ya, Punya</b>
6. Berapakah karyawan disini	<b>Jika di bulan biasa hanya 20 orang. Tapi ketika di bulan Ramadhan bisa 500 orang</b>

**BORANG WAWANCARA**  
**EKONOMI UNGU : EKSISTENSI EKONOMI BERBASIS KEBUDAYAAN**  
**STUDI KASUS DODOL BETAWI**

**(Pengolah Dodol Betawi)**

<b>Nama</b> : Ibu Piska Rona	<b>Hari, Tanggal</b> : Senin, 22 Mei 2023
<b>Jabatan</b> : Pengolah	<b>Waktu</b> : 08.00 s.d. 11.00
<b>Tempat</b> : Kp. Ceger Desa Sukajaya	<b>Media</b> : HP dan Catatan
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
<b>1. Barang yang merefleksikan kebudayaan</b>	
<b>a. Variasi Produk</b>	
1. Apa saja yang dijual? Apakah hanya menjual dodol Betawi?	<b>Menjual wajik, geplak, kue-kue kering seperti peyek, akar kelapa, kembang goyang, Ketapang, telur gabus.</b>
2. Apakah anda bekerjasama dengan mitra lain? Untuk memasarkan dodol Betawi tersebut	<b>Memiliki reseller secara door to door (perorangan)</b>
3. Saat acara apa saja dodol Betawi ini ramai pembeli ?	<b>Bulan Ramadhan, Hari raya seperti, natal, idul fitri, imlek, acara pernikahan dan puncaknya menjelang idul fitri</b>
4. Mengapa dodol Betawi ini menjadi kuliner tradisional khas Betawi?	<b>Sudah dari jaman dulu ketika orang-orang Betawi memiliki acara pasti selalu menyediakan dodol. Bikin nya secara gotong royong dan menjadi wadah kumpul atau silaturahmi orang sekampung.</b>
5. Apakah anda memiliki cabang di daerah lain ?	<b>Ya memiliki. Ada dua cabang di sukarukun dan di samping desa sukajaya. Masih sekitaran cikarang dan dikelola oleh anak dari pemilik</b>
6. Bagaimana cara anda memperkenalkan dodol betawi ini ke masyarakat sekitar?	<b>Awalnya menawarkan ke pintu-pintu, ke tukang dagang yang lewat, atau ketika ada hajatan ditawarkan</b>

<b>b. Variasi Rasa</b>	
1. Apa saja jenis rasa yang dihidangkan pada dodol Betawi disini?	<b>Ada original, ketan item, wijen, duren dan keju</b>
2. Siapa saja yang dapat menikmati rasa dodol Betawi ini? Dari anak anak hingga orang tua kah tau kalangan orang dewasa sampe orang tua saja?	<b>Dapat dinikmati semua kalangan</b>
3. Mengapa rasa pada dodol Betawi dibuat banyak varian?	<b>Supaya lebih banyak pilihan dan konsumen tidak bosan. Seperti varian keju itu merupakan permintaan konsumen karna biasanya kalangan muda suka yang rasa keju</b>
4. Sejak kapan dodol Betawi ini di variasi memiliki banyak rasa?	<b>Mulai banyak rasa itu pada tahun 2000 an. Karna tadinya hanya menyediakan rasa original dan ketan item.</b>
5. Saat itu mendapat ide darimana untuk menambah varian rasa pada dodol Betawi ini?	<b>Permintaan dari konsumen</b>
6. Bagaimana cara anda mengenalkan jenis varian rasa kepada masyarakat?	<b>Bikin katalog dan diberikan kepada reseller</b>
<b>c. Variasi Bahan</b>	
1. Apa saja bahan bahan yang digunakan dalam membuat dodol Betawi ini ?	<b>Sama saja, dan bahan pokoknya ada pada tepung ketan</b>
2. Saat pembuatan apakah bpk sebagai pemilik yang meracik bahan bahan nya?	<b>Ya.</b>
3. Dalam pembuatan dodol apa yang harus diperhatikan dalam menjaga kualitas dodol tersebut ?	<b>Utamanya ada pada kebersihan dan harus steril</b>
<b>2. Jasa yang merefleksikan kebudayaan</b>	
<b>a. Reliability</b>	
1. Untuk proses pembayaran apakah tersedia non tunai atau hanya cash saja ?	<b>Tersedia secara nontunai juga seperti transfer dan Qriss (melakukan Kerjasama dengan bank)</b>
2. Bagaimana memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen?	<b>Memberikan kualitas yang baik pada produk</b>

<b>b. Assurance</b>	
1. Bagaimana anda dapat meyakinkan konsumen dengan rasa yang anda sajikan ?	<b>Berkata dengan jujur seperti kondisi yang ada</b>
2. Jika konsumen mendapat masalah pada produk dodol Betawi ini, bagaimana anda membantunya ?	<b>Jika terdapat masalah pada produk, pemilik memberikan produk yang baru kepada konsumen dan tidak mempersulit</b>
<b>c. Tangible</b>	
1. Apakah karyawan disini menerapkan professional dalam bekerja ? contohnya seperti kerapihan dan menjaga kebersihan	<b>Ya, pasti</b>
2. Fasilitas apa yang diberikan konsumen ketika berkunjung langsung ke toko ?	<b>Parkir yang luas, penyajian yang mempermudah konsumen untuk melihat dan memilih</b>
<b>d. Emphaty</b>	
1. Bagaimana cara karyawan disini dalam melayani pelanggan ?	<b>Melayani dengan ramah</b>
2. Dapatkah anda bersedia membantu konsumen ketika terdapat masalah pada produk ?	<b>Ya, bersedia</b>
<b>e. Responsif</b>	
1. Apakah pelayanan disini sudah cukup responsive ?	<b>Ya.</b>

### **BORANG WAWANCARA**

**EKONOMI UNGU : EKSISTENSI EKONOMI BERBASIS KEBUDAYAAN**

## STUDI KASUS DODOL BETAWI

(Pengolah Dodol Betawi)

<b>Nama</b> : Mbak Annisa	<b>Hari, Tanggal</b> : Selasa, 23 Mei 2023
<b>Jabatan</b> : Penyajian dan Pelayanan	<b>Waktu</b> : 08.00 s.d. 10.00
<b>Tempat</b> : Kp. Ceger Desa Sukajaya	<b>Media</b> : HP dan Catatan
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
<b>1. Barang yang merefleksikan kebudayaan</b>	
<b>a. Variasi Produk</b>	
1. Apa saja yang dijual? Apakah hanya menjual dodol Betawi?	Ada dodol original, dodol ketan item, dodol wijen, dodol durian, dan dodol keju. Sama ada wajik dan kue kering khas betawi
2. Apakah anda bekerjasama dengan mitra lain? Untuk memasarkan dodol Betawi tersebut	Kalo Kerjasama dengan mitra sebenarnya kita gaada Cuma kebanyakan kita dari konsumen lama terus dan di pasarin lagi dengan buka toko kaya gini juga
3. Saat acara apa saja dodol Betawi ini ramai pembeli ?	Menjelang lebaran idul fitri, imlek dan lebaran haji
4. Mengapa dodol Betawi ini menjadi kuliner tradisional khas Betawi?	karna mungkin kesukaan orang tapi lebih tepatnya sih kebanyakan orang itu nyarinya kan khas Jakarta dan khas Jakarta kan dodol Betawi. Makanya namanya dodol Betawi dan karena banyak yang mencari juga dari bali atau darimana. Tehh apa nama dodol nya ? oleh oleh Jakarta bagus nya, apasih khas Jakarta. Kebanyakan dodol Betawi dan makanya lebih banyak dicari. Kaya tadi aja orang mau pulang ke lampung itu nyarinya dodol betawi
5. Apakah anda memiliki cabang di daerah lain ?	cabangnya baru daerah jaguana doang, kalo cabang lain sebenarnya banyak kaya di setu ada, di serang ada, tapi itu konsumen nya ibu yang jual lagi bukan kita yang buka karena kalo kita yang buka kan kaya gaenak sama konsumen-konsumen lama jadi yang buka ya

	mereka, buka sendiri tapi tetep dodol nya dari kita
6. Bagaimana cara anda memperkenalkan dodol betawi ini ke masyarakat sekitar?	memperkenalkan aja gitu kaya biasanya, kaya nawarin ke tetangga. Kan emang usahanya juga turun temurun, sebelumnya nenek dulu. Jadi emang usaha keluarga dulu awalnya dan ga terlalu sulit juga memasarkannya
<b>b. Variasi Rasa</b>	
1. Apa saja jenis rasa yang dihidangkan pada dodol Betawi disini?	keju, ori, ketan hitam, wijen, durian
2. Siapa saja yang dapat menikmati rasa dodol Betawi ini? Dari anak anak hingga orang tua kaha tau kalangan orang dewasa sampe orang tua saja?	dari semua kalangan
3. Mengapa rasa pada dodol Betawi dibuat banyak varian?	karna banyak permintaan dari konsumen, kaya pak buat dodol rasa ini dong. Makanya jadi banyak rasa
4. Sejak kapan dodol Betawi ini di variasi memiliki banyak rasa?	sejak 2005 juga udah banyak Cuma keju baru tahun 2010 an. Keju doang yang baru kalo rasa lain udah dari dulu
5. Saat itu mendapat ide darimana untuk menambah varian rasa pada dodol Betawi ini?	dari customer
6. Bagaimana cara anda mengenalkan jenis varian rasa kepada masyarakat?	paling kaya ini rasa apa? Ini rasa keju, paling dikasih sample aja ke orang yang dateng
<b>c. Variasi Bahan</b>	
1. Apa saja bahan bahan yang digunakan dalam membuat dodol Betawi ini ?	ada gula putih, gula merah, tepung ketan, dan kelapa aja. Kelapa itu yang diambil Santen nya aja
2. Saat pembuatan apakah bpk sebagai pemilik yang meracik bahan bahan nya?	ya tetep bapak itu ikut karena itu kan kualitas, kualitas itu gabisa percayakan ke karyawan jadi tetep bapak yang turun tangan,

	apalagi kan kalo bulan puasa karyawan nya banyak jadi bapak tetep yang nakarin soalnya kan cita rasa itu jangan sampe hilang
3. Dalam pembuatan dodol apa yang harus diperhatikan dalam menjaga kualitas dodol tersebut ?	bahan utamanya jangan sampe kurang karena kan kualitasnya itu nomer 1
<b>2. Jasa yang merefleksikan kebudayaan</b>	
<b>a. Reliability</b>	
1. Untuk proses pembayaran apakah tersedia non tunai atau hanya cash saja ?	transfer bisa, tunai apalagi kita terima
2. Bagaimana memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen?	ya, kita mah kalo sama konsumen kaya sodara sih ngobrol gitu apalagi konsumen yang udah bertahun-tahun itu udah kaya sodara
<b>b. Assurance</b>	
1. Bagaimana anda dapat meyakinkan konsumen dengan rasa yang anda sajikan ?	alhamdulillah sih kalo orang udah sekali nyobain dodol bapak inshaallah ga kecewa
2. Jika konsumen mendapat masalah pada produk dodol Betawi ini, bagaimana anda membantunya ?	kalo masalah kualitas itu alhamdulillah karena kan bapak turun tangan sendiri jadi kualitas itu nomer 1 makanya alhamdulillah belum ada yang complain. Selama saya jaga disini belum pernah ada yang complain. Paling tentang harga aja yang missal berubah
<b>c. Tangible</b>	
1. Apakah karyawan disini menerapkan professional dalam bekerja ? contohnya seperti kerapihan dan menjaga kebersihan	kalo rapih udah pasti nomer 1, kalo kebersihan nomer 1. Sebelum mulai kerja juga harus bebersih dulu
2. Fasilitas apa yang diberikan konsumen ketika berkunjung langsung ke toko ?	kalo fasilitas mah kita ga ngebeda-bedain dengan konsumen jadi kaya sodara aja
<b>d. Emphaty</b>	
1. Bagaimana cara karyawan disini dalam melayani pelanggan ?	ya 1 harus ramah
2. Dapatkah anda bersedia membantu	ya mau aja sih teh

konsumen ketika terdapat masalah pada produk ?	
<b>e. Responsif</b>	
1. Bagaimana kesiapan anda dalam melayani konsumen ?	ya baik sih, kita semua diajarin sama ibu ini sama semua sodara. Kerja nya juga gaada yang sendiri sendiri

**BORANG WAWANCARA**  
**EKONOMI UNGU : EKSISTENSI EKONOMI BERBASIS KEBUDAYAAN**  
**STUDI KASUS DODOL BETAWI**

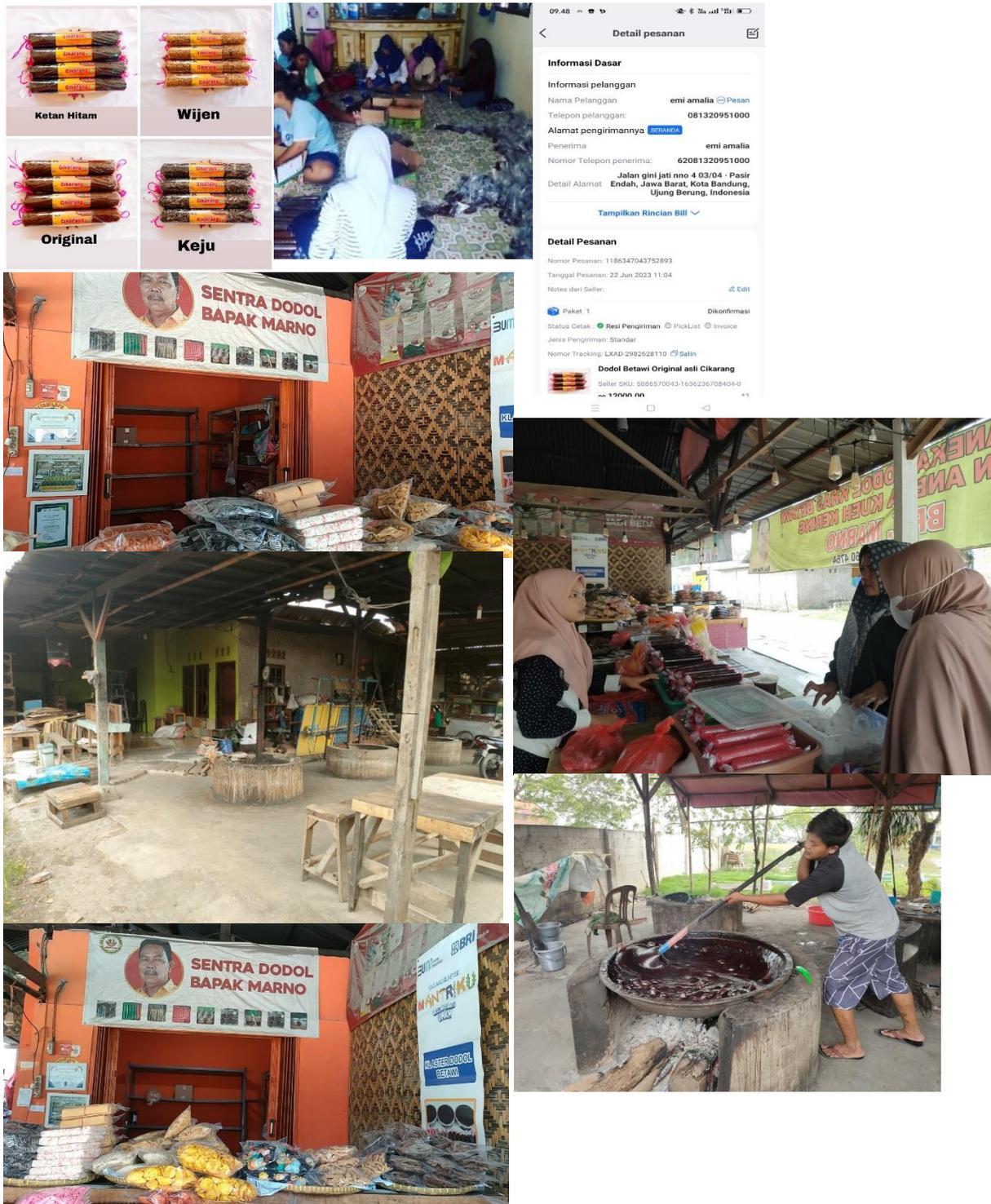
(Konsumen Dodol Betawi)

<b>Nama</b> : Ibu Rohaya	<b>Hari, Tanggal</b> : Rabu, 24 Mei 2023
<b>Jabatan</b> : Konsumen	<b>Waktu</b> : 09.00 s.d. 10.00
<b>Tempat</b> : Kp. Ceger Desa Sukajaya	<b>Media</b> : HP dan Catatan
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
<b>1. Barang yang merefleksikan kebudayaan</b>	
<b>a. Variasi Produk</b>	
1. Apa saja yang dijual? Apakah hanya menjual dodol Betawi?	Pertama kali beli hanya ada dodol dengan rasa original, ketan item. Untuk produk lain ada wajik, kembang goyang, akar kelapa. Untuk sekarang dodol Betawi nya saja udah banyak rasa bahkan ada yang versi mini
2. Apakah anda bekerjasama dengan mitra lain? Untuk memasarkan dodol Betawi tersebut	Memiliki cabang dan reseller banyak
3. Saat acara apa saja dodol Betawi ini ramai pembeli ?	Karna informan tinggal di daerah dekat lokasi dodol Betawi bpk. Marno jadi ramai nya ketika idul fitri, dan idul adha. Dan pesenan ketika ada hajatan
4. Mengapa dodol Betawi ini menjadi kuliner tradisional khas Betawi?	Karna memang udah menjadi kuliner khas Betawi karena jika tidak ada dodol maka terasa hambar
5. Apakah anda memiliki cabang di daerah lain ?	Ya. ada dua Cuma saya selalu beli disini
6. Bagaimana cara anda memperkenalkan dodol betawi ini ke masyarakat sekitar?	Saya itu tinggal disini dari tahun 2001 jadi dulu pak marno ini suka nitipin ke tukang sayur. Dan menawarkan ke tetangga juga

<b>b. Variasi Rasa</b>	
1. Apa saja jenis rasa yang dihidangkan pada dodol Betawi disini?	Ada ketan item, wijen, durian, original, dan yang baru ada rasa keju
2. Siapa saja yang dapat menikmati rasa dodol Betawi ini? Dari anak anak hingga orang tua kaha tau kalangan orang dewasa sampe orang tua saja?	Semua kalangan mba, anak-anak juga doyan
3. Mengapa rasa pada dodol Betawi dibuat banyak varian?	Biar ga bosan mba, banyak varian gitu biar ga ketutup sama makanan modern
4. Sejak kapan dodol Betawi ini di variasi memiliki banyak rasa?	Seingat saya tahun 2010 an deh, lupa soalnya mba
5. Saat itu mendapat ide darimana untuk menambah varian rasa pada dodol Betawi ini?	Kalo itumah pasti liat perkembangan penjualan biar ga jadul-jadul banget makanya dibuat rasa yang modern
6. Bagaimana cara anda mengenalkan jenis varian rasa kepada masyarakat?	Setiap ada yang datang buat beli di tawar-tawarin mba
<b>c. Variasi Bahan</b>	
1. Menurut ibu, yang sudah merasakan rasa dari dodol Betawi ini, apa ibu tahu bahan bahan nya apa saja ?	Umum sih mba, kaya gula putih, kelapa, gula merah, tepung ketan
2. Apakah menurut ibu, pemilik ikut turut andil dalam mengolah dodol?	Iya, saya sering liat dulu pak marno nya ikutan bikin, kalo sekarang mah paling nakarin aja mba
3. Menurut ibu, apa yang membuat kualitas dodol Betawi ini tetap terjaga?	Budaya yang melekat, higienisnya, teksturnya dan rasa sih mba
<b>2. Jasa yang merefleksikan kebudayaan</b>	
<b>a. Reliability</b>	
1. Metode pembayaran yang digunakan di dodol Betawi ini hanya cash saja atau non cash juga bisa ?	Non cash ada mba lewat transfer
2. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan disini ?	Ramah-ramah mba, makanya saya betah kalo belanja diisni
<b>b. Assurance</b>	
1. Jika ibu membeli dodol betawi ini,	Selalu saya tanya dulu sih mba setiap mau

pernah tidak menanyakan rasa pada dodol tersebut ?	beli, apalagi ini kadang untuk saya jual lagi
2. Apakah selama ibu membeli dodol Betawi disini, pernah mendapati masalah pada produk nya?	Gapernah dapet masalah sih mba, komenan di e-commerce nya aja bagus
<b>c. Tangible</b>	
1. Menurut ibu sebagai pelanggan, apakah karyawan disini menerapkan kebersihan dan kerapihan ?	Iya mba
2. Apakah fasilitas yang diberikan oleh dodol Betawi bpk. Marno ini cukup baik ?	Fasilitasnya seperti tempat nunggu ga kepanasan dan parkirannya juga luas
<b>d. Emphaty</b>	
1. Apakah karyawan dalam melayani pelanggan dengan ramah ?	Ya. orang Betawi mah pasti ramah-ramah
2. Pernahkah anda mendapati masalah pada produk dodol Betawi ini ?	Belum pernah dapet masalah sih mba sama produknya karena pemilik juga menjaga kualitasnya
<b>e. Responsif</b>	
1. Apakah karyawan disini sudah cukup cepat dalam memberikan pelayanan ?	Sudah

## Lampiran 6. Dokumentasi Pendukung



**TRIANGULASI SUMBER**

**EKONOMI UNGU : EKSISTENSI EKONOMI BERBASIS BUDAYA**

**(STUDI KASUS DODOL BETAWI)**

<b>Barang yang merefleksikan Kebudayaan</b>				
<b>Pertanyaan Wawancara</b>	<b>Triangulasi Sumber</b>			<b>Kesimpulan Wawancara</b>
	<b>Informan 1 (Pegolah)</b>	<b>Informan 2 (Pelayanan)</b>	<b>Informan 3 (Konsumen)</b>	
<b>Variasi Produk</b>				
<p>Apa saja yang dijual? Apakah hanya menjual dodol Betawi?</p>	<p>Menjual wajik, geplak, kue-kue kering seperti peyek, akar kelapa, kembang goyang, Ketapang, telur gabus.</p>	<p>Ada dodol original, dodol ketan item, dodol wijen, dodol durian, dan dodol keju. Sama ada wajik dan kue kering khas betawi</p>	<p>Pertama kali beli hanya ada dodol dengan rasa original, ketan item. Untuk produk lain ada wajik, kembang goyang, akar kelapa. Untuk sekarang dodol Betawinya saja udah banyak rasa bahkan ada yang versi mini</p>	<p><b>Dapat disimpulkan dodol Betawi bpk. Marno menjual varian dodol dan Varian kue khas betawi</b></p>
<p>Apakah anda bekerjasama dengan mitra lain? Untuk memasarkan dodol Betawi tersebut</p>	<p>Memiliki reseller secara door to door (perorangan), dan memiliki cabang</p>	<p>Kalo Kerjasama dengan mitra sebenarnya kita gaada Cuma kebanyakan kita dari konsumen lama terus dan di pasarin lagi dengan buka toko kaya gini juga</p>	<p>Memiliki cabang dan reseller banyak</p>	<p><b>Dodol Betawi bpk. Marno bekerja sama dengan mitra lain yakni reseller perorangan.</b></p>
<p>Saat acara apa saja dodol Betawi ini ramai pembeli ?</p>	<p>Bulan Ramadhan, Hari raya seperti, natal, idul fitri, imlek, acara pernikahan</p>	<p>Menjelang lebaran idul fitri, imlek dan lebaran haji</p>	<p>Karna informan tinggal di daerah dekat lokasi dodol Betawi bpk. Marno jadi</p>	<p><b>Dodol Betawi bpk. Marno ramai ketika menjelang hari raya.</b></p>

	dan puncaknya menjelang idul fitri		ramai nya ketika idul fitri, dan idul adha. Dan pesenan ketika ada hajatan	
Mengapa dodol Betawi ini menjadi kuliner tradisional khas Betawi?	Sudah dari jaman dulu ketika orang-orang Betawi memiliki acara pasti selalu menyediakan dodol. Bikin nya secara gotong royong dan menjadi wadah kumpul atau silaturahmi orang sekampung.	karna mungkin kesukaan orang tapi lebih tepatnya sih kebanyakan orang itu nyarinya kan khas Jakarta dan khas Jakarta kan dodol Betawi. Makanya namanya dodol Betawi dan karena banyak yang mencari juga dari bali atau darimana. Tehh apa nama dodol nya ? oleh oleh Jakarta bagusnya, apasih khas Jakarta. Kebanyakan dodol Betawi dan makanya lebih banyak dicari. Kaya tadi aja orang mau pulang ke lampung itu nyarinya dodol betawi	Karna memang udah menjadi kuliner khas Betawi karena jika tidak ada dodol maka terasa hambar	<b>Dodol Betawi merupakan makanan khas Betawi. Pembuatan secara gotong-royong dengan tetangga maupun saudara, hal itu mempresentasikan kebersamaan dan kerjasama</b>
Apakah anda memiliki cabang di daerah lain ?	Ya memiliki. Ada dua cabang di sukarukun dan di samping desa sukajaya. Masih sekitaran cikarang dan dikelola oleh anak dari	cabangnya baru daerah jaguana doang, kalo cabang lain sebenarnya banyak kaya di setu ada, di serang ada, tapi itu konsumen nya ibu yang jual lagi bukan	Ya. ada dua Cuma saya selalu beli disini	<b>Memiliki dua cabang di daerah cikarang</b>

	pemilik	kita yang buka karena kalo kita yang buka kan kaya gaenak sama konsumen-konsumen lama jadi yang buka ya mereka, buka sendiri tapi tetep dodol nya dari kita		
Bagaimana cara anda memperkenalkan dodol betawi ini ke masyarakat sekitar?	Awalnya menawarkan ke pintu-pintu, ke tukang dagang yang lewat, atau ketika ada hajatan ditawarkan	memperkenalkan aja gitu kaya biasanya, kaya nawarin ke tetangga. Kan emang usahanya juga turun temurun, sebelumnya nenek dulu. Jadi emang usaha keluarga dulu awalnya dan ga terlalu sulit juga memasarkannya	Saya itu tinggal disini dari tahun 2001 jadi dulu pak marno ini suka nitipin ke tukang sayur. Dan menawarkan ke tetangga juga	<b>Cara memperkenalkan dodol Betawi ini menurut 3 informan dapat disimpulkan yaitu menawarkan melalui mulut ke mulut ke tetangga</b>
<b>Variasi Rasa</b>				
Apa saja jenis rasa yang dihidangkan pada dodol Betawi disini?	Ada original, ketan item, wijen, duren dan keju	keju, ori, ketan hitam, wijen, durian	Ada ketan item, wijen, durian, original, dan yang baru ada rasa keju	<b>Rasa pada dodol Betawi yang dihidangkan ada original, ketan item, wijen, durian, dan keju</b>
Siapa saja yang dapat menikmati rasa dodol Betawi ini? Dari anak anak hingga orang tua kah tau kalangan orang dewasa sampe orang tua saja?	Dapat dinikmati semua kalangan	dari semua kalangan	Semua kalangan mba, anak-anak juga doyan	<b>Dodol Betawi ini dapat dinikmati oleh semua kalangan</b>
Mengapa rasa pada dodol Betawi dibuat banyak varian?	Supaya lebih banyak pilihan dan konsumen tidak bosan. Seperti varian keju itu	karna banyak permintaan dari konsumen, kaya pak buat dodol rasa ini dong. Makanya jadi	Biar ga bosan mba, banyak varian gitu biar ga ketutup sama makanan	<b>Dodol Betawi merupakan makanan tradisional dan rasa yang dihidangkan pun</b>

	merupakan permintaan konsumen karna biasanya kalangan muda suka yang rasa keju	banyak rasa	modern	<b>masih terbilang jadul maka dari itu konsumen meminta pemilik untuk dibuat rasa-rasa modern agar tetap eksis ditengah gempuran makanan modern</b>
Sejak kapan dodol Betawi ini di variasi memiliki banyak rasa?	Mulai banyak rasa itu pada tahun 2000 an. Karna tadinya hanya menyediakan rasa original dan ketan item.	sejak 2005 juga udah banyak Cuma keju baru tahun 2010 an. Keju doang yang baru kalo rasa lain udah dari dulu	Seinget saya tahun 2010 an deh, lupa soalnya mba	<b>Mulai tahun 2010 dodol Betawi memiliki 5 varian rasa</b>
Saat itu mendapat ide darimana untuk menambah varian rasa pada dodol Betawi ini?	Permintaan dari konsumen	dari customer	Kalo itumah pasti liat perkembangan penjualan biar ga jadul-jadul banget makanya dibuat rasa yang modern	<b>Dodol Betawi dibuat banyak varian rasa ialah permintaan dari customer</b>
Bagaimana cara anda mengenalkan jenis varian rasa kepada masyarakat?	Bikin katalog dan diberikan kepada reseller	paling kaya ini rasa apa? Ini rasa keju, paling dikasih sample aja ke orang yang dateng	Setiap ada yang datang buat beli di tawar-tawarin mba	<b>Membuat katalog dan menawarkan kepada konsumen</b>
<b>Variasi Bahan</b>				
1. Apa saja bahan bahan yang digunakan dalam membuat dodol Betawi ini ?	Sama saja, dan bahan pokoknya ada pada tepung ketan	ada gula putih, gula merah, tepung ketan, dan kelapa aja. Kelapa itu yang diambil Santen nya aja	Umum sih mba, kaya gula putih, kelapa, gula merah, tepung ketan	<b>Bahan-bahan yang disiapkan untuk membuat dodol ada gula putih, gula merah, ketan item, dan kelapa</b>
2. Saat pembuatan apakah bpk sebagai pemilik	Ya.	ya tetep bapak itu ikut karena itu kan kualitas, kualitas itu gabisa	Iya, saya sering liat dulu pak marno nya ikutan bikin,	<b>Pada saat pembuatan, meskipun pemilik memiliki karyawan tapi</b>

yang meracik bahan bahannya?		percaya ke karyawan jadi tetep bapak yang turun tangan, apalagi kalo bulan puasa karyawan nya banyak jadi bapak tetep yang nakarin soalnya kan cita rasa itu jangan sampe hilang	kalo sekarang mah paling nakarin aja mba	<b>tetap turun langsung untuk menakar bahan-bahannya agar rasa yang diberikan tetap sama</b>
3. Dalam pembuatan dodol apa yang harus diperhatikan dalam menjaga kualitas dodol tersebut ?	Utamanya ada pada kebersihan dan harus steril	bahan utamanya jangan sampe kurang karena kualitasnya itu nomer 1	Budaya yang melekat, higienisnya, teksturnya dan rasa sih mba	<b>Dalam menjaga kualitas pada dodol Betawi beberapa harus ada yang diperhatikan seperti kebersihan, bahan utama yang digunakan agar rasa maupun tekstur tetap sama</b>
<b>Jasa yang merefleksikan kebudayaan</b>				
<b>Reliability</b>				
Untuk proses pembayaran apakah tersedia non tunai atau hanya cash saja ?	Tersedia secara nontunai juga seperti transfer dan Qriss (melakukan Kerjasama dengan bank)	transfer bisa, tunai apalagi kita terima	Non cash ada mba lewat transfer	<b>Pembayaran dodol Betawi bpk. Marno sudah bisa non tunai dengan transfer dan tunai dengan cara cash</b>
Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan disini ?	Memberikan kualitas yang baik pada produk	ya, kita mah kalo sama konsumen kaya sodara sih ngobrol gitu apalagi konsumen yang udah bertahun-tahun itu udah kaya sodara	Ramah-ramah mba, makanya saya betah kalo belanja disini	<b>Betawi terkenal dengan keramahan nya dan tidak membedakan siapapun maka dari itu karyawan disini menerapkan keramahan pada siapapun</b>
<b>Asurance</b>				

<p>Bagaimana anda dapat meyakinkan konsumen dengan rasa yang anda sajikan ?</p>	<p>Berkata dengan jujur seperti kondisi yang ada</p>	<p>alhamdulillah sih kalo orang udah sekali nyobain dodol bapak inshaallah ga kecewa</p>	<p>Selalu saya tanya dulu sih mba setiap mau beli, apalagi ini kadang untuk saya jual lagi</p>	<p><b>Dalam meyakinkan konsumen jika dari awal sudah memberikan kepercayaan apalagi sudah mencoba maka konsumen akan selalu percaya terhadap rasa yang disajikan</b></p>
<p>Jika konsumen mendapat masalah pada produk dodol Betawi ini, bagaimana anda membantunya ?</p>	<p>Jika terdapat masalah pada produk, pemilik memberikan produk yang baru kepada konsumen dan tidak mempersulit</p>	<p>kalo masalah kualitas itu alhamdulillah karena kan bapak turun tangan sendiri jadi kualitas itu nomer 1 makanya alhamdulillah belum ada yang komplain. Selama saya jaga disini belum pernah ada yang complain. Paling tentang harga aja yang missal berubah</p>	<p>Gapernah dapet masalah sih mba, komenan di e-commerce nya aja bagus</p>	<p><b>Dalam membantu konsumen yang mendapati masalah, pemilik bersedia membantu dengan mengganti produknya yang baru</b></p>
<p><b>Tangible</b></p>				
<p>Apakah karyawan disini menerapkan professional dalam bekerja ? contohnya seperti kerapihan dan menjaga kebersihan</p>	<p>Ya, pasti</p>	<p>kalo rapih udah pasti nomer 1, kalo kebersihan nomer 1. Sebelum mulai kerja juga harus bebersih dulu</p>	<p>Iya mba</p>	<p><b>Dapat disimpulkan dari jawaban ketiga informan bahwa karyawan yang bekerja menerapkan professional dalam bekerja</b></p>
<p>Fasilitas apa yang diberikan konsumen</p>	<p>Parkir yang luas, penyajian yang mempermudah</p>	<p>kalo fasilitas mah kita ga ngebeda-bedain dengan</p>	<p>Fasilitasnya seperti tempat nunggu ga kepanasan dan</p>	<p><b>Fasilitas yang diberikan seperti tempat nunggu yang nyaman dan</b></p>

ketika berkunjung langsung ke toko ?	konsumen untuk melihat dan memilih	konsumen jadi kaya sodara aja	parkiran nya juga luas	<b>menjadikan konsumen seperti saudara serta dalam penyajian menu pun mempermudah konsumen untuk melihat langsung</b>
<b>Emphaty</b>				
Bagaimana cara karyawan disini dalam melayani pelanggan ?	Melayani dengan ramah	ya 1 harus ramah	Ya. orang Betawi mah pasti ramah-ramah	<b>Karyawan dalam melayani pelanggan dengan keramahan</b>
Dapatkah anda bersedia membantu konsumen ketika terdapat masalah pada produk ?	Ya, bersedia	ya mau aja sih tehh	Belum pernah dapet masalah sih mba sama produknya karena pemilik juga menjaga kualitasnya	<b>Pemilik bersedia membantu konsumen jika terdapat masalah pada produk</b>
<b>Responsive</b>				
Apakah pelayanan disini sudah cukup responsive ?	Ya	ya baik sih, kita semua diajarin sama ibu ini sama semua sodara. Kerjanya juga gaada yang sendiri sendiri	Sudah	<b>Pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah responsive</b>

## TRIANGULASI TEKNIK

### EKONOMI UNGU: EKSISTENSI EKONOMI BERBASIS BUDAYA

#### (STUDI KASUS DODOL BETAWI)

Informan	Dimensi	Hasil wawancara	Hasil dokumentasi	Hasil observasi	Temuan/ Kesimpulan
<p>1. Piska Rona sebagai pengolah dodol Betawi bpk marno</p> <p>2. Annisa sebagai karyawan pada bidang pelayanan</p> <p>3. Rohaya sebagai konsumen dan reseller tetap</p>	<p>Barang yang merefleksikan kebudayaan</p>	<p>UMKM dodol Betawi Bpk. Marno ini menyediakan beberapa rasa dodol Betawi seperti original, wijen, ketan item, durian dan keju. Tidak hanya menjual dodol Betawi tetapi menyediakan makanan kering khas Betawi lainnya. Dalam memasarkan produk dodol Betawi ini pertama kali menggunakan mulut ke mulut kepada tetangga sekitar dalam memperkenalkan dodol Betawi ini dan pemilik memiliki dua cabang di daerah yang sama dan di daerah jaguana, tidak hanya cabang yang dibuka oleh pemilik tetapi para reseller pun ada yang membuka toko sendiri dan membeli produk dari dodol Betawi bpk marno. Dodol Betawi bpk marno berada di Kp. Ceger Cikarang, Ketika menjelang idul fitri, idul adha, dan hari raya imlek dari ujung gang sampe ujung lagi akan ramai penjual dodol Betawi karena dodol Betawi</p>	<p>Dalam penelitian ini terdapat beberapa dokumentasi pada penelitian ini yang berkaitan dengan dimensi penelitian yaitu barang yang merefleksikan kebudayaan, seperti toko di desain dengan corak batik, pembuatan dodol yang masih menggunakan cara tradisional, dan dinding dipenuhi dengan banner yang menampilkan kontak beserta varian rasa dodol yang dihidangkan.</p>	<p>Dalam penelitian ini terdapat observasi yang dilakukan oleh peneliti mengenai barang yang merefleksikan kebudayaan yaitu pada dodol Betawi yang pada pembuatannya menggunakan budaya Betawi seperti membuatnya secara ramai-ramai dengan gotong royong bersama tetangga sekampung. Kompok yang digunakan dalam membuat dodol Betawi pun masih dengan cara tradisional. Untuk Konsumen yang datang setiap hari</p>	<p>Hasil temuan yang didapat oleh peneliti yaitu bagaimana dodol dibalut dengan nilai-nilai budaya Betawi, hal ini dibuktikan dengan sarana yang disajikan mencirikan khas budaya Betawi seperti tambahan corak batik pada tembok toko. Tidak hanya itu, dalam pembuatannya pun ketika menjelang hari raya dibuat secara ramai-ramai dengan orang sekampung. Hal ini menandakan nilai budaya Betawi yang kekeluargaan. Konsumen dodol Betawi bpk marno pun tidak hanya berasal dari Betawi saja tetapi dari daerah lain pun ada. Perekonomian</p>

		<p>merupakan kuliner khas Betawi yang akan selalu dicari. Jika menjelang hari raya membuat dodol Betawi akan menjadi wadah orang-orang sekampung untuk berkumpul, dapat dibuktikan bahwa budaya Betawi telah melekat dengan dodol Betawi. Ekonomi pada daerah tersebut meningkat dengan ramainya dodol Betawi. Ketika menjelang hari raya karena 1 kampung akan penuh dengan penjual dodol Betawi. dodol Betawi dapat dikonsumsi oleh semua kalangan seperti dari anak-anak sampai orang tua karena bahan yang digunakan juga aman untuk dikonsumsi siapa saja, bahan yang digunakan seperti gula merah dan putih, tepung ketan dan kelapa. Dodol Betawi bpk marno ini pada tahun 2010 menambahkan rasa yaitu rasa keju dan durian hal tersebut tercipta dari permintaan konsumen agar dodol Betawi tidak tenggelam ditengah gempuran kuliner modern. Pada pembuatan dodol Betawi bpk. Marno dalam selalu menjaga kualitas rasa, tekstur maupun kebersihan</p>		<p>pun tidak hanya tetangga sekitar bahkan ada karyawan pabrik yang mampir untuk membeli dodol Betawi. Dan setiap harinya selalu ramai konsumen yang datang.</p>	<p>di daerah kampung ceger, cikarang Ketika menjelang hari-hari perayaan meningkat dikarenakan hampir seluruh warga disana berjualan dodol Betawi.</p>
--	--	--	--	--	--

		maka pemilik selalu yang terjun langsung.			
	Jasa yang merefleksikan kebudayaan	<p>Dodol Betawi bpk. Marno saat ini sudah menerapkan pembayaran melalui non tunai dengan cara transfer agar dapat mempermudah konsumen yang tidak menyiapkan uang cash. Tidak hanya itu, konsumen pun merasa nyaman Ketika berkunjung langsung untuk membeli karena pelayanan yang cepat dan pemilik memberikan kemudahan berinteraksi dengan karyawan bahkan karyawan pun tidak membedakan status dengan konsumen. Pemilik juga selalu menjaga kualitas dan mampu menanamkan kepercayaan kepada konsumen. Karyawan yang bekerja pun berpenampilan rapih dan professional dalam hal melayani konsumen dan membantu konsumen Ketika terdapat masalah pada produk. Karyawan tidak memandang status sosial dalam melayani konsumen dan kesiapan dalam mengatasi masalah konsumen selalu baik dengan sikap karyawan yang selalu ramah dan sopan.</p>	<p>Dalam penelitian ini terdapat beberapa dokumentasi pada penelitian ini yang berkaitan dengan dimensi penelitian yaitu jasa yang merefleksikan kebudayaan yaitu pelayanan yang diberikan kepada konsumen terlihat sangat ramah, professional, untuk pembayaran yang mempermudah konsumen dengan menyediakan pembayaran secara nontunai yaitu transfer.</p>	<p>Dalam penelitian ini terdapat observasi yang dilakukan oleh peneliti mengenai jasa yang merefleksikan kebudayaan. Untuk karyawan yang bekerja rata-rata tetangga sekitar yang berasal dari Betawi juga, tetapi saat menjelang hari raya karyawannya tidak hanya dari orang Betawi saja dan banyak dari daerah lain. Karyawan dalam melayani pelanggan pun ramah sehingga konsumen yang datang merasa nyaman dalam membeli dodol Betawi bpk marno tersebut. Untuk penampilan karyawan</p>	<p>Hasil temuan pada jasa yang merefleksikan kebudayaan ini ialah karyawan yang tidak membedakan status dengan konsumen, pelayanan yang diberikan juga ramah sehingga konsumen merasa nyaman dan aman. Dekorasi yang disajikan pun terdapat nilai nilai budaya Betawi seperti kembang kelapa yang diletakkan di dekat penyimpanan dodol Betawi agar menjadi daya tarik pembeli.</p>

				meskipun berjualan di daerah kampung tetapi tetap memakai pakaian sopan dan rapih	
--	--	--	--	---	--

## REKAPITULASI HASIL PENELITIAN

### PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

#### EKONOMI UNGU: EKSISTENSI EKONOMI BERBASIS BUDAYA

##### (STUDI KASUS DODOL BETAWI)

Teori	Teori Komparasi Daya		Kesimpulan
	Beda	Sama	
<p>Ekonomi ungu ialah ekonomi yang mengacu pada pertimbangan budaya dengan memberikan nilai budaya pada barang dan jasa. menurut Ouadi &amp; Ouail (2020)</p>		<p>Persamaannya ialah adanya barang yang memberikan nilai budaya pada kuliner seperti dodol Betawi dan jasa yang disajikan berupa pelayanan yang melekatkan nilai budaya betawi</p>	<p>Ekonomi ungu yang ada pada dodol betawi mampu mempresentasikan nilai budaya yang ada pada budaya Betawi dengan adanya varian rasa pada dodol betawi, varian kue khas Betawi dan pelayanan yang diberikan secara keramahmataman warga Betawi. Sudah sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Ouadi dan Ouail yaitu ekonomi yang mengacu pada nilai budaya dengan memberikan nilai budaya pada barang dan jasa.</p>
<p>ekonomi ungu merupakan ekonomi dengan menekankan adanya eksternalitas lingkungan budaya secara menghidupkan semua barang dan jasa dengan memanfaatkan dimensi budaya yang erat pada setiap sektor. Tripathi &amp; Jaiswal (2018)</p>		<p>Persamaannya ialah pelaku usaha pada dodol Betawi ini memanfaatkan eksternalitas lingkungan budaya Betawi dengan membawa barang berupa dodol Betawi dan jasa yang diberikan kepada konsumen dengan bersikap ramah. Dodol Betawi dan sikap keramahmataman merupakan budaya betawi</p>	<p>Kesimpulan nya ialah ekonomi ungu menurut Tripathi dan Jaiswal yakni ekonomi yang menekankan adanya eksternalitas lingkungan budaya secara menghidupkan semua barang dan jasa dengan memanfaatkan dimensi budaya ialah benar adanya terjadi pada pelaku usaha dodol Betawi bapak marno.</p>
<p>ekonomi ungu menggabungkan nilai-nilai yang berkaitan dengan budaya masyarakat dalam</p>		<p>Persamaan yang terdapat pada temuan penelitian ialah adanya nilai-nilai ekonomi yang</p>	<p>Ekonomi ungu menurut morsy sangat sama pada temuan yang didapat oleh peneliti yaitu dengan adanya masyarakat saling</p>

<p>berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya sehingga budaya akan masuk dengan ekonomi dan terhubung dengan tujuannya. Ekonomi ungu menjadikan dimensi budaya menjadi nilai penting dalam pembangunan berkelanjutan. Morsy et al. (2021)</p>		<p>berkaitan dengan budaya masyarakat dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Temuan peneliti ialah adanya pembuatan dodol Betawi yang dilakukan secara gotong-royong guna mempresentasikan kebersamaan dengan tetangga maupun keluarga</p>	<p>berinteraksi pada pembuatan dodol Betawi.</p>
<p>ekonomi ungu ialah ekonomi yang beradaptasi dengan keanekaragaman manusia dalam globalisasi dan bergantung pada dimensi budaya untuk memberi nilai tambah pada barang dan jasa Abdelfattah I.M (2022)</p>		<p>Persamaannya ialah keanekaragaman konsumen yang dapat menikmati dodol betawi bapak marno yang dibalut dengan nilai-nilai budaya pada dodol betawi dan pelayanannya.</p>	<p>Ekonomi ungu pada temuan Abdelfattah ialah ekonomi yang beradaptasi pada keanekaragaman manusia serta bergantung pada dimensi budaya untuk memberi nilai tambah pada barang dan jasa ialah benar adanya. Yakni pelaku usaha mampu mengenalkan budaya betawi pada keanekaragaman konsumen.</p>
<p>Ekonomi ungu merupakan ekonomi yang mempertimbangkan budaya dalam ekonomi. Ekonomi ungu adalah ekonomi yang beradaptasi dengan keragaman manusia di era globalisasi dan yang memperhitungkan dimensi budaya dalam penilaian barang dan jasa. Krastanova (2019)</p>		<p>Persamaannya ialah keragaman manusia pada sumber daya manusia di dodol betawi bapak marno yang tidak hanya berasal dari warga betawi tetapi dari daerah lain pun ada, tidak hanya itu keanekaragaman konsumen yang menikmati dodol betawi pun tidak hanya masyarakat betawi.</p>	<p>Kesimpulannya ialah temuan peneliti dengan temuan Krastanova adanya kesamaan seperti ekonomi ungu yang beradaptasi dengan keragaman manusia di era globalisasi yang memperhitungkan dimensi budaya dalam penilaian barang dan jasa.</p>

## CATATAN LAPANGAN

1. **Barang yang Merefleksikan Kebudayaan**
2. Jasa yang Merefleksikan Kebudayaan

## REDUKSI DATA

Dodol Betawi bapak marno merefleksikan budaya Betawi nya melalui produk yang disajikan seperti dodol Betawi maupun kue khas Betawi lainnya. Tidak hanya itu, pada pembuatan dodol Betawi pun dilakukan secara bergotong royong sehingga mempresentasikan kebersamaan dan yang dapat menikmati dodol Betawi pun tidak hanya warga Betawi melainkan dari daerah lain nun ada.

## DISPLAY DATA

Dodol Betawi bapak marno menyajikan varian rasa dodol Betawi serta varian kue khas Betawi.

Pembuatan dodol Betawi dilakukan secara bergotong-royong sehingga mempresentasikan kebersamaan.

Konsumen yang menikmati dodol Betawi tidak hanya warga Betawi

## CONCLUSION/KESIMPULAN

Dodol dapat merefleksikan kebudayaan dengan tetap melekatkan budaya Betawi dengan nilai-nilai budaya yang terdapat didalamnya seperti produk yang dijual merupakan khas Betawi dan pembuatan yang mempresentasikan kekeluargaan atau kebersamaan dengan tetangga dan konsumen yang tidak hanya berasal dari masyarakat betawi.

## Reduksi data, display data, conclusion/kesimpulan

### Barang yang merefleksikan kebudayaan

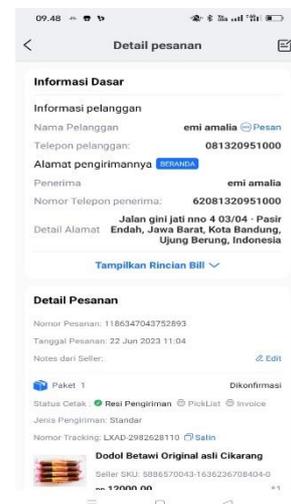
#### 1. Barang yang merefleksikan kebudayaan

##### a. Reduksi data

Barang yang dimaksud dalam penelitian ini ialah Dodol Betawi yang berada di Kampung Ceger, Cikarang. Dodol yang disajikan pada dodol Betawi bapak marno memiliki berbagai **varian rasa dan varian kue** khas betawi. Pada pembuatan dodol Betawi pun dilakukan secara **bergotong royong** dengan tetangga ketika menjelang hari raya yang mana pada saat menjelang hari raya tersebut 1 kampung berjualan dodol Betawi, Pada pembuatan dodol Betawi tersebut dapat terlihat budaya Betawi nya yaitu kekeluargaan. Konsumen yang berkunjung pun tidak hanya masyarakat Betawi, **tetapi dari daerah lain pun ada**. Dengan hal seperti itu, budaya Betawi yang dikenalkan melalui dodol Betawi dapat terkenal di daerah lain.

##### b. Display data (revisi)

Dodol Betawi Bpk. Marno menyajikan berbagai varian rasa dan varian kue khas Betawi. Lalu dalam Pembuatan yang dilakukan secara gotong royong dengan tetangga sehingga mempresentasikan kekeluargaan dan menjadi wadah para tetangga untuk mengeratkan hubungan. Konsumen yang berkunjung pun tidak hanya masyarakat Betawi tetapi masyarakat daerah lain pun ada contohnya kemarin ada konsumen yang membeli melalui e-commerce berasal dari luar Bekasi-jakarta.



##### c. Conclusion data

Kesimpulan yang dapat diteliti bahwa dodol dapat merefleksikan kebudayaan dengan tetap melekatkan budaya Betawi dengan nilai-nilai budaya yang terdapat

didalamnya seperti produk yang dijual merupakan khas Betawi dan pembuatan yang mempresentasikan kekeluargaan dengan tetangga dan konsumen yang tidak hanya berasal dari masyarakat betawi.

#### CATATAN LAPANGAN

1. Barang yang Merefleksikan Kebudayaan
2. **Jasa yang Merefleksikan Kebudayaan**

#### REDUKSI DATA

Jasa yang merefleksikan budaya dinilai dari sikap ramah karyawan dengan konsumen, tidak hanya itu karyawan cukup tanggap dan komunikatif dengan konsumen sehingga hal tersebut membuat konsumen merasa nyaman

#### DISPLAY DATA

Jasa yang dimaksud ialah pelayanan yang diberikan kepada konsumen, konsumen merasa nyaman dengan sikap yang diterapkan karyawan seperti keramahannya

#### CONCLUSION/KESIMPULAN

Tidak diragukan lagi dengan sikap keramahannya para karyawan sehingga hal ini dapat melekat budaya Betawi nya.

## **Reduksi data, display data, conclusion/kesimpulan**

### **Jasa yang merefleksikan kebudayaan**

#### 2. Jasa yang merefleksikan kebudayaan

##### a. Reduksi data

Jasa yang dimaksud pada dodol Betawi bapak marno ini ialah pelayanan yang diberikan kepada konsumen ketika berinteraksi antara karyawan dengan konsumen. Peneliti menilai saat menjalani kegiatan penelitian selama 20 hari di lokasi penelitian pun terlihat sangat ramah pada siapapun, keramahan karyawan dengan konsumen sangat diperhatikan demi keberlangsungan kepuasan konsumen di dodol Betawi Bapak Marno. Dodol Betawi Bpk. Marno dibuat dengan melekatkan nilai-nilai budaya seperti pada pelayanan dengan **keramahan** sehingga konsumen merasa nyaman dan aman. Hal tersebut dibuat menarik dan terdapat nilai budaya khas Betawi untuk menarik minat masyarakat.

##### b. Display data

Nilai budaya yang melekat pada jasa, seperti pada pelayanan yang tidak membedakan status dengan konsumen, keramahan maupun kekeluargaan yang terbentuk antara karyawan dengan konsumen sehingga yang datang akan merasa nyaman dan aman.

##### c. Conclusion

Dapat disimpulkan jasa pada penjualan dodol di dodol Betawi bpk. Marno telah melekatkan nilai-nilai budaya Betawi seperti halnya pada pelayanan.

## Lampiran 8. Keterangan bimbingan SIBAK

Data dari sibak diunduh pada 12-07-2023

Nama: PUTRI RIZKY  
NIM: 1901085019

Tanggal	Judul	Deskripsi	Catatan	Status
2023-07-12 08:24:59	Bimbingan 1 - 13 maret	Revisi sempro dan arahan bikin kisi-kisi	bikin arahan kisi-kisi	Diajukan
2023-07-12 08:31:11	Bimbingan 2 - 4 mei	bikin borang wawancara	cek borang dan melengkapi	Diajukan
2023-07-12 08:32:25	Bimbingan 3 - 17 mei	arahan penelitian dan membuat outline	mengirimkan borang wawancara melalui email	Diajukan
2023-07-12 08:33:26	Bimbingan 4 - 19 mei	revisi borang wawancara	sudah mendapatkan acc turun penelitian	Diajukan
2023-07-12 08:37:24	Bimbingan 5 - 26 mei	arahan bikin lampiran penelitian	membuat protokol catatan lapangan	Diajukan
2023-07-12 08:37:07	Bimbingan 6 - 14 juni	arahan membuat olah data	membuat protokol wod	Diajukan
2023-07-12 08:36:46	Bimbingan 7 - 21 juni	melanjutkan mengolah data	membuat triangulasi	Diajukan
2023-07-12 08:38:04	Bimbingan 8 - 23 juni	membuat olah data	melanjuti olah data RDC	Diajukan
2023-07-12 08:38:48	Bimbingan 9 - 24 juni	BIMTER	mengecek lampiran bersama dospem	Diajukan
2023-07-12 08:39:58	Bimbingan 10 - 05 Juli	bertemu dospem untuk cek lampiran	melengkapi lampiran yang diarahkan	Diajukan
2023-07-12 08:40:59	Bimbingan 11 - 07 juli	Bimbingan mengerjakan lampiran	melengkapi lampiran untuk verifikasi prodi	Diajukan
2023-07-12 08:41:54	Bimbingan 12 - 12 Juli	Bimbingan mengecek artikel	meminta TTD Persetujuan untuk verifikasi prodi	Diajukan

Lampiran 9. Surat keterangan izin penelitian



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Kampus B : Jl. Tanah Merdeka No.20, RT.11/RW.2, Rambutan, Kecamatan Ciasas, Kota Jakarta Timur,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13830 Telp. (021) 8400341, 8403683, Fax. (021) 8411531  
Website : [www/fkip.uhamka.ac.id](http://www/fkip.uhamka.ac.id) Home page : [www.uhamka.ac.id](http://www.uhamka.ac.id)

Nomor : 02 /A.30.01/2023  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Penelitian

Jakarta, 6 Mei 2023

Yang terhormat,  
**Pengusaha Dodol Betawi Kp. Ceger (Bpk. Marno)**  
Jl. Ceger No.111, Sukajaya, Kec. Cibitung,  
Kab. Bekasi, Jawa Barat 17520

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,*

Pimpinan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu kiranya berkenan untuk menerima dan memberikan izin kepada mahasiswa kami tersebut di bawah ini :

Nama Lengkap : **PUTRI RIZKY**  
Nomor Induk Mahasiswa : 1901085019  
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 18 Maret 2001  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi  
Semester : VIII Tahun Akademik 2022/2023  
Nomor Telepon : 088296725866  
Alamat Lengkap : Kp. Rawa Kalong Jl. Mawar I No. 309 RT. 001/005  
Ds. Karang Satria Kec. Tambun Utara Bekasi Timur

Untuk mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **"Ekonomi Ungu : Eksistensi Ekonomi Berbasis Budaya"** guna memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana Pendidikan. Hasil penelitian ini tidak akan dipublikasikan, melainkan semata-mata hanya untuk kepentingan ilmiah.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

*Nasrun minallah wa fathun qarib.*  
*Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

W. N. Bekan  
Wakil Dekan I,  
  
Dr. Hj. Sri Astuti, M.Pd.

Lampiran 10. Surat keterangan melaksanakan penelitian



**DODOL BETAWI DEWA RASA**

Kp. Ceger, Desa Sukajaya, Cikarang, Bekasi  
Telp.: 085714758587

**SURAT KETERANGAN**

**No. : 4/DEWARASA/D/VI/2023**

Yang bertanda tangan dibawah ini yakni Pemilik Dodol Betawi Bpk. Marno atau Dodol Betawi Dewa Rasa, menerangkan bahwa :

Nama : Putri Rizky  
NIM : 1901085019  
Universitas : Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka  
Jurusan : Pendidikan Ekonomi  
Judul Skripsi : Ekonomi Ungu : Eksistensi Ekonomi Berbasis Budaya

Yang bersangkutan diatas telah melakukan penelitian di Dodol Betawi Dewa Rasa Cikarang dari tanggal 22 Mei 2023 s.d. 08 Juni 2023.

Surat Keterangan ini diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cikarang, 08 Juni 2023

  
**Piska Rona**  
Pengolah

## Lampiran 11. Tangkapan layar dalam laman SINTA

The screenshot shows the SINTA profile page for the journal AL-KHARAJ. The page features a header with the SINTA logo and navigation links. The main content area includes the journal title, affiliation, ISSN numbers, and key performance indicators. Below these are links to external platforms and a history of accreditation.

**AL-KHARAJ: JURNAL EKONOMI, KEUANGAN & BISNIS SYARIAH**  
PUSAT RISET DAN KAJIAN STRATEGIS (PRKS) FAKULTAS SYARIAH IAI NASIONAL LAO ROIBA  
P-ISSN : 26562871 <> E-ISSN : 26564351

**1.02823**  
Impact Factor

**1716**  
Google Citations

**Sinta 4**  
Current Accreditation

[Google Scholar](#) [Garuda](#) [Website](#) [Editor URL](#)

History Accreditation

Year	Accreditation Status
2019	Accredited
2020	Accredited
2021	Accredited
2022	Accredited
2023	Accredited
2024	Accredited
2025	Accredited
2026	Accredited
2027	Accredited
2028	Accredited

Lampiran 12. Sertifikat Akreditasi Jurnal



**SERTIFIKAT**

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi  
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia

Kutipan dari Keputusan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi  
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia

Nomor 225/E/KPT/2022  
Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah periode III Tahun 2022

Nama Jurnal Ilmiah  
**Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah**  
E-ISSN: 26564351

Penerbit: Pusat Riset dan Kajian Strategis (PRKS) Fakultas Syariah IAI Nasional Laa Roiba

Ditetapkan Sebagai Jurnal Ilmiah

**TERAKREDITASI PERINGKAT 4**

Akreditasi Berlaku selama 5 (lima) Tahun, yaitu  
Volume 5 Nomor 2 Tahun 2023 sampai Volume 10 Nomor 1 Tahun 2028  
Jakarta, 07 December 2022  
Plt. Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi,  
Riset, dan Teknologi

Halaman 1 / 1

Prof. Ir. Nizam, M.Sc., DIC, Ph.D., IPU, ASEAN Eng  
NIP. 196107061987101001

# Lampiran 13. Bukti Peer Review Jurnal

The screenshot shows a web browser window displaying the submission management interface for the journal 'Al-Kharaj'. The browser's address bar shows the URL: `journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj/workflow/index/4688/1`. The page title is 'Ekonomi Ungu: Eksistensi Ekonomi Berbasis Budaya Studi Kasus Dodol Betawi' by Putri Rizky, Onny Fitriana Sitorus. The interface includes a navigation menu on the left with options like 'Submissions', 'Issues', 'Settings', 'Users & Roles', 'Tools', and 'Administration'. The main content area has tabs for 'Submission', 'Review', 'Copyediting', and 'Production'. Under the 'Submission' tab, there is a 'Submission Files' section with a table listing a file named '1901085019\_Putri Rizky-DRAFT Artikel Template Al-kharaj.docx (4)'. Below this is a 'Pre-Review Discussions' section which is currently empty. On the right side, there are sections for 'Participants' (with an 'Assign' button) and 'Author' (listing 'Putri Rizky'). The bottom of the page features a footer with the text 'Platform & workflow by OJS / PKP' and a system tray at the very bottom showing the date '17/07/2023' and time '17:15'.

Lampiran 15. Dokumentasi Penelitian

