



PAPER – OPEN ACCESS

Upaya Peningkatan Nilai Ekonomi Manisan Salak Di Kelurahan Karang Joang Km.21 Dengan Re-Product Branding

Author : Anggela dan Hilga Clararissa AS
DOI : 10.32734/anr.v6i1.2465
Electronic ISSN : 2654-7023
Print ISSN : 2654-7015

Volume 6 Issue 1 – 2025 TALENTA Conference Series: Agricultural and Natural Resources (ANR)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



Upaya Peningkatan Nilai Ekonomi Manisan Salak Di Kelurahan Karang Joang Km.21 Dengan Re-Product Branding

Efforts to Increase the Economic Value of Salak Sweets in Karang Joang Subdistrict Km.21 With Re-Product Branding

Anggela*¹, Hilga Clararissa AS²

¹Program Studi Teknologi Pangan, Jurusan Sains, Teknologi Pangan, dan Kemaritiman, Institut Teknologi Kalimantan

²Program Studi Teknik Industri, Jurusan Teknik Industri dan Proses, Institut Teknologi Kalimantan

* anggela@lecturer.itk.ac.id

Abstrak

Salak merupakan produk hortikultura yang melimpah di kota Balikpapan, namun pemanfaatan serta diversifikasi produk salak masih sangat minim. Daerah KM. 21, Kelurahan Karang Joang, Kecamatan Balikpapan Utara merupakan kawasan yang dikenal sebagai daerah yang memiliki banyak lahan pertanian dan perkebunan. Umumnya masyarakat sekitar memanfaatkan buah salak untuk dijual secara langsung dan ini menjadi manisan, asinan, dan keripik buah salak yang dikemas secara konvensional. Hal ini yang menyebabkan daya jual produk dipasaran rendah. Oleh karena itu, dibutuhkan edukasi serta pendampingan kepada masyarakat KM. 21 terkait pendampingan pengolahan produk salak, selain itu juga dibutuhkan pendampingan pembuatan desain logo kemasan dan desain kemasan sesuai dengan standar sehingga dapat secara mandiri mengembangkan produk salak meskipun setelah program telah diselesaikan. Adapun solusi yang diimplementasikan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu memberikan beberapa program kerja seperti pendampingan pengolahan produk yang sesuai dengan standar, demonstrasi desain logo produk kepada masyarakat KM.21, pelatihan dan pendampingan *branding product*, serta mengidentifikasi kandungan nutrisi produk untuk memenuhi persyaratan pengurusan perizinan edar produk. Adapun sasaran pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang dilibatkan adalah ibu rumah tangga di sekitar kawasan KM 21 untuk bisa mengembangkan produk berbasis kearifan lokal sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan.

Kata Kunci: manisan; salak; rebranding product; Balikpapan

Abstract

Salak is a horticultural product that is abundant in the city of Balikpapan, however the utilization and diversification of salak products is still very minimal. KM area. 21, Karang Joang Village, North Balikpapan District is an area known as an area that has a lot of agricultural land and plantations. Generally, local people use salak fruit to sell directly and this becomes sweets, pickles and salak fruit chips which are packaged conventionally. This causes the product's selling power to be low on the market. Therefore, education and assistance is needed for the KM community. 21 regarding assistance in processing snake fruit products, apart from that, assistance is also needed in making packaging logo designs and packaging designs in accordance with standards so that they can independently develop snake fruit products even after the program has been completed. The solutions implemented in this community service activity include providing several work programs such as assistance with product processing in accordance with standards, product logo design demonstrations to the KM.21 community, training and assistance with product branding, as well as identifying product nutritional content to meet management requirements. product distribution permits. The target of developing human resources (HR) involved is housewives around the KM 21 area to be able to develop products based on local wisdom so that they can improve welfare.

Keywords: sweets; snakefruit; product rebranding; Balikpapan

1. Pendahuluan

Menurut BPS Kalimantan Timur tahun pada rentang 2018-2020 bahwa produksi buah-buahan mengalami peningkatan produktivitas. Pada tahun 2020, tercatat produksi tanaman buah-buahan yaitu 2.308.384 ton, khususnya untuk produksi buah salak yaitu 159.436 ton (BPS Kalimantan Timur 2020). Menurut Rukmana, (1999) dalam Rizal, dkk., (2015) menyatakan bahwa Salak merupakan salah satu jenis tanaman buah tropis asli Indonesia. Hal ini dapat terlihat dari berbagai jenis varietas salak yang ditemukan hampir semua Provinsi di wilayah Nusantara. Varietas buah salak bermacam-macam dari yang rasanya manis, yang umumnya dikonsumsi secara langsung maupun yang memiliki rasa asam dan sepat yang umumnya diolah terlebih dahulu menjadi produk-produk olahan. Selain karakteristik visual yang dapat dikenali dari daging buah salak, terdapat kandungan karakteristik kimia buah salak yang diketahui dalam 100 g buah salak mengandung karbohidrat 12.8 g dan serat 3.2 g (Mahmud dkk., 2018). Pengolahan hasil pertanian khususnya komoditas hortikultura buah salak menjadi salah satu alternatif untuk mengantisipasi hasil produksi berlimpah yang tidak dapat dipasarkan karena mutunya rendah. Hasil-hasil pertanian yang ukuran dan bentuknya tidak memenuhi standar mutu, dapat dimanfaatkan menjadi berbagai macam hasil olahan sehingga dapat meningkatkan nilai tambah.

Langkah selanjutnya dalam penanganan produk bertujuan untuk mencegah pemborosan dengan mengolah hasil komoditas. Dengan melakukan proses pengolahan yang beragam, produk dapat memiliki daya tahan yang lebih lama dan mencapai pasar yang lebih luas. Harapannya, petani dapat mengadopsi teknologi pengolahan yang sesuai untuk menghasilkan produk olahan salak yang berkualitas, meningkatkan hasil dan mendorong pembentukan *home industry*. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah dalam mendukung pengembangan komoditas buah salak melalui analisis pengolahan buah salak dan studi usahatani di Kota Balikpapan, Kalimantan Timur.

Salah satu kawasan dengan potensi pengembangan usaha di KM. 21, Kelurahan Karang Joang, Kecamatan Balikpapan Utara. Desa dengan lahan pertanian dan perkebunan yang produktif, terutama perkebunan buah salak. Berdasarkan data hasil survei secara langsung, diperoleh informasi bahwa kebun salak yang ada di Kelurahan Karang Joang ini tepatnya berada di KM. 21 Karang Joang yang memiliki luas 1 Ha dan merupakan kebun salak terluas di Balikpapan. Sejauh ini mayoritas buah salak dijual dalam keadaan segar secara langsung sehingga pada saat hasil panen melimpah menyebabkan banyak buah salak yang busuk dan tidak diolah menjadi produk yang bernilai ekonomi. Masyarakat sekitar sudah mulai mencoba mengolah daging buah salak menjadi beberapa olahan. Menurut Putri, dkk., (2019), bahwa terdapat produk olahan yang pernah dikembangkan di kawasan ini yaitu risol salak, manisan salak, dan kripik salak. Keberlanjutan program ini didukung oleh inovasi produk yang terus dikembangkan dan di diversifikasi dengan fokus pada kualitas rasa olahan buah salak. Produk ini dikemas dengan desain kemasan yang menarik, unik, kreatif, dan inovatif. Namun berdasarkan hasil *survey* dan observasi yang telah dilakukan diperoleh informasi bahwa produk yang masih diminati hingga saat ini adalah produk manisan salak sementara produk olahan salak lainnya tidak mendapatkan perhatian minat konsumen di pasaran, selain itu manisan/asinan salak juga sudah mengalami penurunan omset karena beberapa alasan seperti kemasan yang kurang *upgrade*, perizinan yang sudah kadaluarsa, dan rasa produk yang tidak konsisten. Selain itu faktor lainnya, seperti adanya jalur alternatif kota melalui tol menyebabkan area ini menjadi menurun peminat dan konsumen untuk membeli. Oleh karena ini dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan *re-product branding* seperti perpanjangan perizinan produk, *redesign* kemasan, dan pembuatan SOP produk untuk menghasilkan produk yang lebih konsisten/seragam. Harapannya, pemasaran produk lebih luas yang akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

2. Metode

Survey Awal

Dilakukannya *survey* awal untuk melakukan pemetaan melalui observasi secara langsung untuk melihat potensi terkait potensi sumber daya alam (SDA) yang akan dieksplorasi lebih jauh dan sumber manusia (SDM) dengan potensi untuk diberdayakan secara optimal sehingga diharapkan dapat mendongkrak perekonomian dan kesejahteraan warga masyarakat setempat.

Identifikasi Masalah

Adanya potensi buah salak telah dimanfaatkan dan dikembangkan secara optimal. Melalui teknik wawancara dan observasi dengan warga masyarakat, pemilik kebun salak, dan pelaku usaha rumahan yang secara sederhana mengolah buah salak menjadi beberapa produk. Diperoleh beberapa permasalahan seperti adanya pandemi Covid-19 yang berimbas kepada daya beli masyarakat yang menurun, kemasan tidak *up to dated*, perizinan yang sudah kadaluarsa, dan rasa produk yang tidak konsisten/stabil, serta adanya jalur alternatif kota melalui tol menyebabkan area ini menurun peminat pembeli, serta keterbatasan

pengetahuan pemasaran produk berbasis digital.

Forum Group Discussion (FGD)

Dari beberapa masalah yang sudah disampaikan dan didiskusikan sehingga teridentifikasi sehingga berikan beberapa solusi yaitu dengan mengambil masalah mengenai edukasi terhadap pemasaran produk. Hal ini dikarenakan inovasi dari produk olahan salak oleh warga setempat sebenarnya sudah sangat beragam dan sudah sangat baik, namun karena minimnya pengetahuan akan cara penjualan yang baik, menjadi hambatan yang besar bagi warga setempat untuk menjual ke pasar yang lebih luas. Dan pemasaran produk inovasi olahan salak saat ini hanya dijual ke tempat sekitar saja. Melalui program ini, diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan mengenai pemasaran produk sehingga akan meningkatkan ekonomi masyarakat RT. 41 Kelurahan Karang Joang, Kecamatan Balikpapan Utara.

Demo Desain Logo Kepada Masyarakat

Adapun target sasaran dalam kegiatan pengabdian masyarakat yaitu pelaku usaha yang tinggal di KM. 21 Kelurahan Karang Joang, dimana mayoritas ibu-ibu rumah tangga berusia 30 tahun keatas. Dimana pelaku usaha memiliki desain logo yang terbilang masih minim, monoton dalam hal *branding merk* dan kurangnya pemahaman mengenai bagaimana mendesain logo agar terlihat menarik minat konsumen (*eye catching*). Sebagai akademisi yang dapat mempelajari dan beradaptasi dengan perkembangan pengetahuan dan teknologi berbasis IT sehingga dapat memfasilitasi beberapa program kerja kepada masyarakat terkait *branding product*. Salah satu jenis pelatihan yang akan diadakan adalah pelatihan desain logo dengan memanfaatkan aplikasi yang sederhana yaitu Canva. Kami memilih Canva karena mudah dalam pengoperasiannya dan tidak memerlukan biaya besar untuk aplikasi tersebut.

Pelatihan Penjualan Produk Secara Digital

Penjualan produk masyarakat KM. 21 Kelurahan Karang Joang, masih menggunakan cara tradisional dalam berjualan, yaitu mengandalkan pengunjung karena kampung ini berada di jalan poros Balikpapan-Samarinda, sehingga banyak kendaraan dan pengunjung yang melewati jalan tersebut setiap harinya. Maka dari itu, untuk memperbesar cakupan pemasaran, pemasaran tersebut umumnya hanya di sekitar daerah *home industry*. Dengan potensi yang ada, kami bermaksud melakukan edukasi sederhana mengenai penjualan di *online market* dengan memanfaatkan berbagai platform *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee dan lain sebagainya, selain itu pemasaran dengan memanfaatkan berbagai fitur iklan yang tersedia di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok. *Online market* ini bertujuan untuk mengenalkan kepada khalayak umum dan sekaligus memperluas pangsa pasar dari penjual produk salak.

3. Hasil dan Penelitian

3.1 Sosialisasi Pembukaan pengabdian kepada masyarakat

Adapun rangkaian kegiatan sosialisasi dimulai dari registrasi peserta, sambutan dari dosen pembimbing dan juga mahasiswa, serta pemaparan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa yang berisi penjelasan mengenai program yang akan dilaksanakan, *timeline* kegiatan, dan luaran yang diharapkan dapat tercapai.



Gambar 1. Sosialisasi pembukaan pengabdian kepada masyarakat

Kegiatan diakhiri dengan diskusi mengenai program pengabdian kepada masyarakat serta permohonan izin dan

dukungan untuk melaksanakan kegiatan, kegiatan pembukaan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada Gambar 1. Hasil yang didapatkan dari kegiatan sosialisasi pembukaan pengabdian kepada masyarakat yakni mendapatkan dukungan dari warga KM.21 serta mitra pengabdian kepada masyarakat, dilanjutkan dengan menyusun program pengabdian kepada masyarakat selanjutnya yaitu demonstrasi desain logo kemasan.

2. Demonstrasi Desain Logo

Demonstrasi desain logo merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat KM.21 mengenai cara membuat logo usaha menggunakan aplikasi yang populer dan mudah digunakan yaitu Canva. Canva dapat menjadi alat yang bermanfaat untuk membuat desain logo produk dan promosi usaha, hal ini sangat sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha KM.21 yang masih memiliki keterbatasan dalam membranding produk usahanya. Kegiatan demonstrasi logo dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Demonstrasi desain logo kemasan menggunakan Canva

Kegiatan demonstrasi pembuatan logo kemasan yang menarik dan *eye catching* difasilitasi oleh mitra pengabdian kepada masyarakat berupa tempat diselenggarakannya kegiatan dan keterlibatan warga masyarakat secara aktif dalam kegiatan demonstrasi logo kemasan. Dalam kegiatan ini selain memberikan *insight* kepada warga juga berperan secara aktif dalam mendesain logo yang sesuai dengan produk mereka dimulai dengan menggambar secara manual kemudian diajarkan untuk memvisualisasikan gambar dalam bentuk digital. Hasil yang dicapai pada kegiatan ini adalah rancangan/*prototype* desain logo yang menarik dan kompetitif pada produk manisan salak mitra pengabdian kepada masyarakat.

3. Pelatihan *Branding Product* dan *Digital Marketing*

Pelatihan *branding product* dan *digital marketing* bertujuan untuk memberikan wawasan kepada warga mengenai cara terbaik untuk memasarkan produk dan memperkenalkan *branding product* yang telah sukses sampai masa kini. Terdapat simulasi di akhir materi kepada warga untuk memberikan contoh bagaimana cara memberikan nilai pada suatu usaha yang ingin dibangun, kegiatan simulasi turut didampingi oleh mahasiswa. Pada gambar 3 ditunjukkan kegiatan pelatihan *branding product* dan *digital marketing*.



Gambar 3. Kegiatan *Branding Product* dan *Digital Marketing*

Kegiatan ini diadakan di KM.21, Kelurahan Karang Joang, Kecamatan Balikpapan Utara, dimana pelatihan *product branding* dan *digital marketing* diselenggarakan oleh tim pengabdian kepada masyarakat Institut Teknologi Kalimantan, serta menghadirkan narasumber yang merupakan *Head of Operations* (Indonesia Area) Qwork Malaysia yakni Ibu Astrid Octariza, S.T., M.A.B. selaku pemateri *product branding* dan *digital marketing*. Warga diberikan pengetahuan bagaimana mendesain nama singkatan untuk mewakili kualitas produk, menata letak gambar dan kata-kata yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk mereka. Hasil yang diperoleh dalam kegiatan ini salah satunya setiap warga sudah memiliki nama *brand* dari produknya sehingga diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dan juga daya jual dari produk baik yang dihasilkan saat ini maupun yang akan di kembangkan kemudian.

4. Produk Manisan Salak

Adapun proses yang harus dilakukan untuk membuat salak yakni menyediakan bahan-bahan manisan salak, melakukan sortasi dan *grading* pada buah salak, pengolahan salak menjadi manisan, pengemasan dan penyimpanan manisan salak pada suhu rendah.



Gambar 4. Produk Salak

Adapun tujuan dalam pembuatan manisan salak ini dengan pengukuran dari setiap takaran yang digunakan dan dibuatkan video tutorial terkait pembuatan manisan salak sehingga produk yang akan dihasilkan selalu konsisten. Uji hedonik juga dilakukan untuk menguji penerimaan produk di pasaran, dilakukan dengan cara mengumpulkan panelis sebanyak 25 responden, memberikan instruksi pengujian 3 jenis varian manisan salak dan diberikan lembar uji penilaian hedonik yang berisi parameter rasa, aroma, tingkat kerenyahan dan kemanisan, dan terakhir data dikumpulkan kemudian dianalisis serta diperoleh hasil bahwa tingkat respon responden kearah suka (~4).

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan di wilayah Kelurahan Karang Joang KM 21, Kecamatan Balikpapan Utara, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur ini melakukan sejumlah program kerja seperti edukasi masyarakat, pendampingan terkait pengolahan produk salak, pendampingan pembuatan desain logo kemasan, dan desain *packaging* sesuai dengan standar sehingga meningkatkan nilai produk salak, serta mengidentifikasi kandungan nutrisi produk untuk memenuhi persyaratan pengurusan perizinan edar produk. Adapun sasaran pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang dilibatkan adalah ibu rumah tangga di sekitar kawasan KM 21 untuk bisa mengembangkan produk berbasis kearifan lokal sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Referensi

- [1] BPS Kalimantan Timur. 2013. Kalimantan Timur Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur, Samarinda.
- [2] Mahmud, M. K., N. A. Hermana, I. Zulfianto, R. R Ngadiarti, A. Apriyantono, Hartati, Bernardus, dan Tinexlly. 2018. Tabel Komposisi Pangan Indonesia. PT. Elex Media Komputindo. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [3] Putri, A. P., Winarni, Ghozali, A., Herfandi, D., Prasetyo, A. D., dan Choerunna'im, A. 2019. 21 POINTS (Pusat Oleh-oleh Inovasi Terpadu Salak) :

- Program peningkatan nilai jual dan variasi produk buah salak di KM 21 Balikpapan. *Jurnal Keuangan dan Akuntansi Terapan*. 1(1): 1-7.
- [4] Rizal, M., Purwantiningdyah, D. N., dan Widowati, R. 2015. Kajian pengolahan hasil buah salak serta analisis usaha taninya di Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. *Prosiding Seminar Nasional Masyarakat Biodiversitas Indonesia*. 1(5): 1238-1244.
- [5] Rukmana R. 1999. *Salak Prospek Agribisnis dan Teknik Usaha Tani*. Kanisius. Jakarta.