

PENINGKATAN NILAI TAMBAH BUAH NANAS MENJADI CEMILAN SEHAT PADA UKM MAWAR MERAH

Susilawati¹⁾, Sri Mulyati²⁾, dan Ketti Andrayani³⁾

¹ Agribisnis, Politeknik Negeri Sambas, Jln. Raya Sejangkung, Sambas, 79460

² Agribisnis, Politeknik Negeri Sambas, Jln. Raya Sejangkung, Sambas, 79460

³ Agribisnis, Politeknik Negeri Sambas, Jln. Raya Sejangkung, Sambas, 79460

E-mail: shecerahceria@gmail.com

Abstract

Efforts to revive business sectors, including SMEs, MSMEs, and SMI, involve various stakeholders such as the government, the private sector, and the public due to their critical role in the national economy. For instance, in Sijang Village, Mawar Merah, an MSME established in 2018, specializes in pineapple dodol production. Pineapple farming is prevalent in this area, resulting in surplus production and lower prices during peak seasons, leading to wastage. Mawar Merah was founded to address this issue by processing pineapple into Si-Jank Pineapple Dodol. This SME lacks awareness in diversifying pineapple products, analyzing them, and understanding packaging's marketing significance. Thus, we must launch community service activities to diversify pineapple products, enhance their value, and prevent consumer fatigue. These community services include information sharing, workshops, mentoring, and assessments, focused on pineapple snacks like sticks and dumplings. As a result of the conducted community service, it is noteworthy that 100% of the participants have experienced an enhancement in their comprehension of diversified processed pineapple products, a notable improvement in their pineapple processing skills, and a heightened awareness of the significance of packaging in marketing processed pineapple products. Consequently, the endeavor has successfully elevated partner empowerment both quantitatively and qualitatively, tailored to address the specific challenges faced by these partners.

Keywords: *added value products, diversification of processed products, pineapple, pineapple dumplings, pineapple sticks.*

Abstrak

Berbagai upaya untuk membangkitkan suatu unit usaha, seperti Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), maupun Industri Kecil dan Menengah (IKM) terus dilakukan oleh semua pihak, seperti pemerintah, swasta, maupun masyarakat umum. Unit usaha tersebut memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung perekonomian nasional. Salah satu UKM di Desa Sijang, Kecamatan Galing, Kabupaten Sambas yang melakukan pengolahan nanas menjadi dodol nanas yang bermerek Dodol Nanas Si-Jank adalah UKM Mawar Merah. UKM ini dibentuk pada tahun 2018. Di Desa Sijang, banyak petani yang memproduksi nanas. Apabila panen raya, nanas menjadi melimpah, harga jual menjadi turun, dan nanas membusuk. Namun, UKM ini belum mengetahui diversifikasi produk olahan nanas lainnya, belum mengetahui analisis usaha produk olahan nanas, dan kurang memahami arti penting kemasan. Oleh karena itu, perlu dilakukan PKM mengenai diversifikasi produk olahan nanas lainnya sehingga dapat meningkatkan nilai tambah produk olahan nanas dan konsumen tidak bosan mengonsumsi nanas maupun produk olahan nanas yang sudah ada. Kegiatan PKM ini dilaksanakan selama 8 bulan, mulai dari bulan April – Desember 2023. PKM ini terdiri dari sosialisasi, workshop mengenai diversifikasi produk olahan nanas, yaitu cemilan sehat dari nanas, berupa stik nanas dan pangsit nanas, pendampingan dan pembinaan, serta evaluasi dan monitoring. Berdasarkan kegiatan PKM tersebut, menunjukkan 100% dari peserta PKM sudah dapat meningkatkan pemahaman diversifikasi produk olahan nanas, keterampilan

mengolah nanas semakin bertambah, dan mitra semakin mengerti arti penting kemasan dalam pemasaran produk olahan nanas. Oleh karena itu, peningkatan level keberdayaan mitra secara kuantitatif dan kualitatif sesuai permasalahan yang dihadapi mitra tercapai.

Kata Kunci: *buah nanas, diversifikasi produk olahan, nilai tambah produk, pangsit nanas, stik nanas.*

PENDAHULUAN

Berbagai upaya untuk membangkitkan suatu unit usaha, seperti Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), maupun Industri Kecil dan Menengah (IKM) terus dilakukan oleh semua pihak, seperti pemerintah, swasta, maupun stakeholder. Berdasarkan data BPS Kabupaten Sambas pada katalog Kabupaten Sambas dalam Angka 2022 (2022), menunjukkan bahwa pada tahun 2021, jumlah unit usaha formal dan tenaga kerja di Kabupaten Sambas pada kelompok industri pangan terus mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Jumlah unit usaha formal pada kelompok industri pangan sebanyak 250 unit, sedangkan tenaga kerja pada kelompok industri pangan berjumlah 887 orang. Hal ini dikarenakan unit usaha tersebut memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung perekonomian daerah Kabupaten Sambas. Oleh karena itu. Berdasarkan data BPS Kabupaten Sambas dalam katalog Kabupaten Sambas dalam Angka 2022 (2022), adanya suatu unit usaha, seperti UKM/UMKM/IKM, maka dapat menyerap tenaga kerja, mengurangi tingkat pengangguran, dan menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat Kabupaten Sambas pada khususnya.

Berdasarkan data BPS pada katalog Kabupaten Sambas dalam Angka 2022 (2022), menunjukkan pada tahun 2021, Kecamatan Galing merupakan kecamatan di Kabupaten Sambas yang paling banyak memproduksi buah nanas, yaitu sebanyak 4.880 kuintal buah nanas. Salah satu desa di kecamatan Galing yang banyak membudidayakan dan memproduksi buah nanas adalah Desa Sijang. Ketika panen raya, produksi buah nanas menjadi banyak sehingga harga jual nanas menjadi turun dari biasanya. Produksi nanas yang banyak dan kurangnya keterampilan dalam mengolah nanas akan mengakibatkan nanas menjadi membusuk sehingga tidak bisa dikonsumsi dan tidak bisa dijual lagi. Oleh karena itu, dibentuklah UKM Mawar Merah pada tanggal 17 Nopember 2018. UKM ini diketuai oleh Ibu Rita dan memiliki 8 orang anggota. Berdasarkan data BPS Kabupaten Sambas pada katalog BPS Kabupaten Sambas dalam Angka 2022 (2022), menunjukkan bahwa jumlah unit usaha formal pada tahun

2021 pada kelompok industri pangan, UKM Mawar Merah merupakan satu-satunya UKM di Desa Sijang yang merupakan industri dodol yaitu melakukan pengolahan buah nanas menjadi dodol nanas yang bermerek dodol nanas Si-Jank.

Produk olahan nanas yang diproduksi oleh UKM Mawar Merah ini hanya dodol nanas dan belum melakukan diversifikasi produk olahan nanas lainnya. Buah nanas dapat dikonsumsi dalam bentuk segar maupun berbagai bentuk olahan nanas lainnya, seperti sebagai bahan baku pada masakan, makanan ringan/cemilan, dan minuman. Adapun produk olahan dari nanas madu, yaitu dodol nanas, manisan, kerupuk, abon, sirup, stik nanas, pangsit nanas, permen, dan sebagainya. Para pelaku usaha yang memproduksi makanan ringan tradisional, akan bersaing ketat dengan pelaku usaha makanan ringan modern, baik makanan ringan yang diproduksi dari dalam negeri maupun makanan ringan produk impor.

Selain produk, kemasan produk juga tidak kalah saing dalam pemasaran suatu produk. Menurut Purwidiani, dkk (2020), Saat ini, sudah ada produk olahan daerah setempat, yang dikenal sebagai makanan ringan, seperti keripik singkong. Namun, pengemasannya masih sederhana, sehingga kalah bersaing dengan produk makanan ringan atau snack yang dikemas lebih modern dan kekinian atau sesuai selera kalangan milenial saat ini. Menurut Wyrwadan (2017), Desain kemasan yang kurang menarik merupakan sebuah kelemahan dalam pengelolaan usaha yang bisa memperlemah daya saing produk dipasaran. Dengan demikian, kemasan produk makanan ringan daerah lebih menarik konsumen, sehingga dapat meningkatkan nilai jual produk, menjaga kualitas produk, dan memperluas lingkungan pemasaran.

Menurut Cenadi (2000), agar suatu produk berhasil, maka penampilan sebuah kemasan harus mempunyai daya tarik. Daya tarik pada kemasan dapat digolongkan menjadi dua, yaitu daya tarik visual (estetika) dan daya tarik praktis (fungsional). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mufreni (2016), bahwa desain produk, bahan kemasan, dan bentuk kemasan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini sesuai dengan pernyataan Cenadi (2000), di mana kemasan harus dapat memberikan impresi spontan yang mempengaruhi tindakan positif konsumen di tempat penjualan. Dijelaskan oleh Widiati (2019), kemasan yang tidak *up to date* akan memberikan kesan produk tersebut ketinggalan zaman, kecuali jika produk tersebut sudah dikenal luas dan memiliki *brand*

awareness yang kuat. Apabila kemasan produk tersebut tidak diperhatikan, maka produk yang diproduksi tidak bisa bersaing dengan produk sejenis, produk makanan ringan modern, maupun produk makanan ringan impor yang kemasannya lebih baik.

Berdasarkan hasil survey awal tersebut, maka mitra PKM mengharapkan adanya kegiatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan pembinaan, serta monitoring dan evaluasi dalam rangka menambah diversifikasi produk olahan nanas yang sudah mereka produksi. Adapun diversifikasi produk olahan nanas yang akan dilakukan oleh tim PKM adalah mengolah buah nanas menjadi cemilan sehat yaitu stik nanas dan pangsit nanas. Hal ini dikarenakan stik nanas dan pangsit nanas merupakan cemilan yang tahan lama sehingga rantai pemasaran produk ini bisa diperluas ke luar daerah Kabupaten Sambas. Adapun kegiatan PKM ini berjudul *Peningkatan Nilai Tambah Produk Olahan Nanas menjadi Cemilan Sehat pada UKM Mawar Merah*. Hal ini bertujuan agar produk olahan nanas beraneka ragam, konsumen tidak bosan untuk mengkonsumsi produk olahan nanas, dapat meningkatkan nilai tambah produk nanas, meningkatkan volume penjualan sehingga dapat meningkatkan keterampilan dan pendapatan bagi anggota UKM Mawar Merah.

METODE

Metode yang dilakukan pada kegiatan PKM ini meliputi :

1. Sosialisasi mengenai diversifikasi produk olahan nanas menjadi cemilan sehat yang lebih tahan lama, yaitu stik nanas dan pangsit nanas, serta arti penting kemasan dalam pemasaran produk olahan. hal ini bertujuan agar dapat memperluas ruang lingkup pemasaran produk tersebut.
2. Adanya pelatihan/workshop pengolahan cemilan stik nanas dan pangsit nanas hingga pengemasan cemilan stik nanas dan pangsit nanas.
3. Pelatihan/workshop analisis usaha cemilan stik nanas dan pangsit nanas sehingga diperoleh harga jual yang layak untuk konsumen.
4. Melakukan pendampingan, pembinaan serta monitoring dan evaluasi mengenai pengolahan cemilan stik nanas dan pangsit nanas tersebut. Hal ini bertujuan agar cita rasa dari stik nanas dan pangsit nanas tetap terjaga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun rangkaian kegiatan PKM ini meliputi :

1. Sosialisasi mengenai diversifikasi produk olahan nanas, berupa stik nanas dan pangsit nanas, serta arti penting kemasan dalam pemasaran produk olahan.

Kegiatan PKM ini diawali dengan sosialisasi diversifikasi produk olahan nanas lainnya. Adapun informasi dari pengetahuan peserta PKM akan diversifikasi produk olahan nanas, dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1

Pengetahuan Peserta PKM mengenai Diversifikasi Produk Olahan Nanas

Uraian	Pengetahuan Peserta PKM		Jumlah
	Tidak Tahu (%)	Tahu (%)	
1. Peserta PKM mengetahui kandungan gizi pada buah nanas segar	6 40%	9 60%	15
2. Pengetahuan peserta PKM mengenai bahan baku yang dapat digunakan untuk pengolahan produk olahan nanas			
a. Daging buah nanas beserta sulur nanas (diolah selain dodol nanas)	12 80%	3 20%	15
b. Kulit, tangkai, tunas nanas	13 87%	2 13%	15
3. Pengetahuan peserta PKM mengenai produk olahan nanas, dari :			
a. Buah nanas beserta sulur nanas diolah menjadi dodol nanas	0 0%	15 100%	15
b. Daging buah nanas diolah menjadi stik nanas	15 100%	0 0%	15
c. Daging buah nanas diolah menjadi pangsit nanas	15 100%	0 0%	15
d. Sulur nanas, kulit, tangkai, tunas nanas diolah menjadi pupuk organik cair (POC), pupuk kompos, bokashi	14 93%	1 7%	15
4. Produk olahan buah nanas yang pernah diproduksi oleh peserta PKM sebelum PKM dilakukan :			
a. Daging buah nanas beserta sulur nanas (bermerk dodol nanas Si-Jank)	0 0%	15 100%	15
b. Sulur nanas, kulit, tangkai, tunas nanas	15	0	15

100%

0%

 Sumber : Data primer, 2023

Tabel 1, menunjukkan bahwa peserta PKM sebelum adanya sosialisasi diversifikasi produk olahan buah nanas, 100% sudah melakukan pengolahan buah nanas yang diolah menjadi dodol nanas. Namun, UKM Mawar Merah belum mengetahui produk olahan buah nanas yang lainnya. Hal ini dapat menarik minat peserta PKM untuk aktif mengikuti kegiatan PKM ini, mulai dari sosialisasi arti penting diversifikasi produk olahan nanas dan memproduksi produk olahan nanas berupa stik nanas dan pangsit nanas hingga pengemasannya. Hal ini bertujuan agar mitra PKM dapat meningkatkan nilai produk olahan dari nanas dan dapat memperpanjang masa simpan produk olahan nanas, sehingga dapat memperluas area pemasaran produk olahan nanas tersebut.

2. Adanya pelatihan/*workshop* pengolahan cemilan stik nanas dan pangsit nanas hingga pengemasan cemilan stik nanas dan pangsit nanas.

Diversifikasi produk olahan dari buah nanas yang akan ditransfer pada mitra PKM berupa cemilan. Bagian buah nanas yang akan dibuat menjadi cemilan adalah daging nanas. Daging buah nanas ini diolah menjadi stik nanas dan pangsit nanas.

Peralatan produksi dan bahan-bahan yang digunakan dalam proses pembuatan stik nanas dan pangsit nanas mudah diperoleh dan pada umumnya ada pada setiap rumah tangga. Peralatan yang digunakan yaitu : pisau, telenan, baskom plastik, panci, kompor, sendok, mangkuk stainless, blender, timbangan digital, ampia, penyangga ampia, tatakan stainless, spatula plastik, kual/wajan, penyaring makanan, dan sodet/pengaduk. Bahan- bahan yang digunakan untuk membuat stik nanas terdiri dari : buah nanas, tepung terigu, tepung tapioka, margarin, garam, gula pasir, minyak goreng, sarung tangan plastik, serbet, dan plastik kemasan *standing pouch* yang ada *ziplock*-nya beserta label kemasannya. Sedangkan bahan-bahan yang digunakan untuk membuat pangsit nanas adalah : buah nanas, air, bawang putih, kaldu bubuk, lada bubuk, garam, tepung tapioka, tepung terigu, soda, margarin, telur ayam, minyak goreng, sarung tangan plastik, serbet, dan plastik kemasan *standing pouch* yang ada *ziplock*-nya beserta label kemasannya. Tekstur dari stik nanas dan pangsit

nanas adalah gurih dan renyah, sehingga digemari oleh siapa saja. Adapun gambar dari stik nanas dan pangsit nanas dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Stik Nanas beserta kemasannya



Gambar 2. Pangsit Nanas beserta kemasannya

3. Pelatihan/workshop analisis usaha cemilan stik nanas dan pangsit nanas sehingga diperoleh harga jual yang layak untuk konsumen.

Berdasarkan hasil analisis usaha produk olahan buah nanas, maka diperoleh, harga jual cemilan stik nanas ini seharga Rp 8.000/bungkus atau Rp 8.000/100 gr. Sedangkan harga jual cemilan pangsit nanas ini seharga Rp 8.000/bungkus atau Rp 8.000/100 gr.

4. Melakukan pendampingan, pembinaan, serta monitoring dan evaluasi mengenai pengolahan cemilan stik nanas dan pangsit nanas tersebut.

Adanya pendampingan, pembinaan serta monitoring dan evaluasi dari pengolahan cemilan stik nanas dan pangsit nanas bertujuan agar cita rasa dari stik nanas dan pangsit nanas tetap terjaga. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi dari kegiatan PKM yang sudah dilakukan, maka target capaian luaran yang diharapkan pada kegiatan ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2
Target Capaian Luaran PKM

Jenis Luaran	Indikator Capaian
a. Luaran Wajib	
1. Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya)	Adanya diversifikasi produk olahan nanas (stik nanas dan pangsit nanas), sehingga adanya nilai tambah produk olahan nanas sehingga dapat meningkatkan daya saing produk.
2. Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen) ⁴⁾	Adanya penguatan modal melalui hibah peralatan produksi sehingga dapat meningkatkan kapasitas produksi dan menghemat waktu kerja. Selain itu, peserta PKM sudah mengetahui analisis usaha dari produk olahan nanas tersebut
3. Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan) ²⁾	Adanya diversifikasi produk olahan nanas yang banyak mengandung nilai gizi berguna untuk menjaga kesehatan tubuh manusia sehingga dapat meningkatkan keinginan masyarakat untuk mengkonsumsi nanas baik dalam bentuk segar maupun dalam bentuk olahan nanas.
b. Luaran Tambahan	
Produk olahan nanas	Bahan baku dari daging nanas diolah menjadi : stik nanas dan pangsit nanas

Berdasarkan Tabel 2, maka pelaksanaan kegiatan PKM ini berlangsung dengan baik. Hal ini dapat diketahui dari target capaian luaran PKM. Hal ini juga didukung oleh peran peserta PKM yang sangat antusias untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan PKM dan aktif bertanya / berdiskusi tentang diversifikasi produk olahan nanas, baik yang sedang disampaikan maupun olahan nanas selain yang sudah dilakukan pada kegiatan PKM ini. Seluruh peserta PKM sangat tertarik untuk terus melakukan usaha pengolahan produk olahan dari nanas ini, karena bahan bakunya berupa buah nanas mudah ditemui di Desa Sijang dan banyak penduduk di Desa Sijang yang membudidayakan buah nanas tersebut. Adanya PKM ini, maka dapat meningkatkan jumlah produksi, kualitas, kuantitas, dan nilai tambah produk olahan

dari buah nanas. Hal ini juga diikuti dengan adanya pengadaan peralatan produksi yang dapat meningkatkan kapasitas produksi dan menghemat waktu produksi. Oleh karena itu, pelaksanaan PKM mengenai diversifikasi produk olahan dari nanas, khususnya berupa cemilan stik nanas dan pangsit nanas, mulai dari produksi hingga pengemasan dan analisis usaha produk tersebut beserta pengetahuan dan pemahaman peserta PKM atau mitra PKM akan diversifikasi produk olahan nanas berupa stik nanas dan pangsit nanas pada kegiatan ini 100% sudah dicapai. Adapun keberlanjutan dari kegiatan PKM ini yaitu : mengenai pemasaran produk-produk tersebut dan melengkapi perizinan usaha yang merupakan salah satu bagian dari atribut pada kemasan dalam pemasaran produk. Hal ini bertujuan untuk menambah loyalitas konsumen terhadap produk stik nanas dan pangsit nanas yang diproduksi oleh mitra PKM tersebut.

SIMPULAN

Simpulan dari pelaksanaan PKM ini, adalah :

1. Peserta PKM sudah memahami, mengerti arti penting dari diversifikasi produk olahan nanas, arti penting kemasan dalam pemasaran produk, dan menganalisis usaha produk olahan nanas, yaitu stik nanas dan pangsit nanas.
2. Adanya peningkatan daya saing dari produk olahan nanas sehingga dapat meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, kuantitas produk, dan nilai tambah dari produk olahan nanas.
3. Adanya peningkatan penerapan iptek pada mitra PKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sambas. (2022). Kabupaten Sambas dalam Angka 2022. Sambas.
- Cenadi, Christine Suharto. (2000). Peranan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran. *Nirmana, Vol.2, No.1, Januari 2000*: Hal. 92-103.
- Mufreni, Alfin NF. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan, dan Bahan Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi. Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen, Vol.2 No.2, November 2016*: Hal. 48-54.
- Purwidiani, Niken., Dwi Kristiatuti., & Choirul Anna Nur A. (2020). Analisis Jenis dan Desain Kemasan Snack Keripik Singkong terhadap Minat Beli Konsumen.

Universitas Negeri Surabaya. Surabaya. *E-Jurnal Tata Boga. Vol.9, No.2. Tahun 2020*: Hal. 701-707.

- Widiati, Ari. (2019). Peranan Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Mas Pack Terminal kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, Volume 8, No. 2*, Hal 67-76. Universitas Tanjungpura. Pontianak.
- Wyrwadan A. Barska. (2017). Packaging as a Source of Information about Food Products. *Procedia Engineering. 7th International Conference on Engineering Project, and Production Management, No. 182*, pp. 770-779.