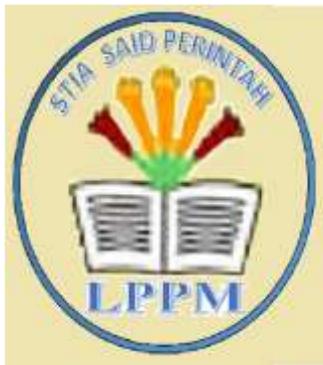


Olyvia Ririmasse<sup>1)</sup>  
Dessy Balik<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Universitas Kristen Indonesia Maluku  
[olyvia5678@gmail.com](mailto:olyvia5678@gmail.com)



LPPM STIA Said Perintah

Volume 4, No. 2, September 2023

<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>

Received; 2023 - 07 - 11

Accepted; 2023 - 08 - 02

Published; 2023 - 08 - 06

**Abstract**

*The absence of market and product innovation of buah salak merah are important problems faced by the farming community in Riring Village. Moreover, there has been no government attention in empowering this local product. For this reason, the research was conducted to design a development model and branding strategy of buah salak merah. Data were analyzed using a qualitative approach which consisted of three activities that occurred simultaneously, namely: reducing data, presenting data and conclusions. Data were obtained from experts, namely farmers and government. The implication of this research is to produce the elaboration model between farmers and the government to increase the innovation of development and Branding Strategy based on Local Wisdom. The result indicates Farmers need knowledge, skills, processing equipment, market and the attention of the Riring Village Government and SBB District Government to develop buah salak merah.*

*Keywords : Local Superior Product, Branding Strategy; Development Model; Salak Merah*

## Pendahuluan

Buah salak merah merupakan salah satu produk unggulan daerah di Kecamatan Taniwel Kabupaten Seram Bagian Barat Provinsi Maluku. Salak merah merupakan tanaman khas dari Desa Riring yang telah dibudidayakan sejak tahun 1963. Sebagai salah satu komoditas unggulan, Salak Merah mendapat penghargaan berupa Sertifikat Menteri Pertanian RI Nomor; 454/KPTS/PD.210/9/2003 pada tanggal 15 September 2003. Salak Merah ditetapkan sebagai salah satu varietas unggul nasional sebab memiliki sifat khas secara botanis dan nilai ekonomis tinggi (Orun, 2017).

Salak merah merupakan sumber daya lokal Desa Riring bahkan di Kabupaten Seram Bagian Barat (SBB). Sumber daya lokal ini dapat menggerakkan potensi ekonomi masyarakat sehingga meningkatkan kesejahteraan hidup (Abubakar et al., 2021). Apalagi kandungan antioksidan dan vitamin C yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh (Sesca Elly et al., 2022). Namun kenyataannya pengembangan sumber daya lokal oleh masyarakat setempat dan atau kelompok usaha, senantiasa dihadapkan dengan beberapa tantangan antara lain; kualitas sumberdaya manusia, permodalan dan keterjangkauan pasar (Suyatno & Suryani, 2022). Lebih lanjut dikatakan oleh Suyatno & Suryani, (2022) bahwa untuk menjaga kelangsungan sumberdaya lokal ini maka perlu dilakukan *assessment* dan pengembangan potensi serta pemberdayaan sumberdaya manusia, budaya, pengetahuan, kreativitas dan sumberdaya lokal lainnya.

Hasil wawancara dengan petani menunjukkan buah salak merah hanya bertumbuh di Desa Riring dengan rata-rata panen besar pada bulan November s.d. Pebruari adalah 491 kg. Musim panen sedang adalah 367 kg dan saat musim kecil rata-rata panen mencapai 238 kg. Rata-rata buah salak merah dalam satu tahun panen adalah 1096 kg. Kondisi ini menunjukkan hasil panen buah salak merah di Desa Riring melimpah. Namun sayangnya berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan petani salak merah serta Pemerintah Desa Riring dan Pemerintah Kabupaten SBB, hingga saat ini buah salak merah belum dikelola secara terpadu. Hasil kajian (Ayu, 2021); (Lubis, 2018); (Ritonga, 2022) menyebutkan bahwa novasi pengembangan buah salak bukan hanya ditentukan oleh aspek produksi yaitu; pengetahuan, peralatan, modal dan pendampingan. Namun aspek manajemen meliputi strategi bisnis untuk kelangsungan usaha dan penciptaan keuntungan jangka panjang. Mendasari beberapa

kajian tersebut maka penelitian ini sangat penting untuk menghasilkan model pengembangan dan strategi *branding* buah salak merah.

Model pengembangan dan penerapan strategi *branding* yang ditawarkan dalam penelitian ini adalah hasil olahan buah salak merah berupa jus. Produk ini dikemas dalam kemasan yang aman dan terlindung serta diberikan pelabelan atau *brand* produk tersebut. Produk yang diberikan kemasan akan lebih tahan lama dan awet. Penerapan strategi *branding* selanjutnya adalah memberikan merek dagang atas produk olahan salak merah. Penamaan ini yang menjadi identitas daerah penghasil salak merah dalam hal ini Desa Riring. Manfaat dari pemberian merek atas produk selain meningkatkan volume penjualan tetapi sekaligus dapat memperkenalkan daerah penghasil buah salak merah. Model pengembangan yang ditawarkan dalam penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani dan kesejahteraan masyarakat desa. Selain itu model pemberdayaan yang selama ini dilakukan pemerintah kabupaten dan pemerintah desa yaitu pembelian dan pembagian anakan salak merah kepada masyarakat dapat diubah menjadi program pemberdayaan yang lebih produktif. Dengan demikian melalui penelitian dapat dihasilkan model pengembangan serta strategi *branding* yang baik sehingga dapat berdampak terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Riring.

### **Kerangka Teoritis**

Pengembangan produk unggulan suatu daerah merupakan salah satu strategi pengembangan perekonomian di daerah tersebut. Damanik et al., (2019); Tabrani & Wisman Indra Angkasa, (2021) menyebutkan bahwa produk unggulan daerah menggambarkan kemampuan daerah menghasilkan produk, menciptakan nilai, memanfaatkan sumber daya secara nyata, memberi kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Sebuah produk dikatakan unggul jika memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkal produk pesaing di pasar domestik dan/atau menembus pasar ekspor.

Lebih lanjut dikatakan oleh Tabrani & Wisman Indra Angkasa, (2021) bahwa kegiatan pengembangan produk unggulan merupakan tanggung jawab pemerintah dan

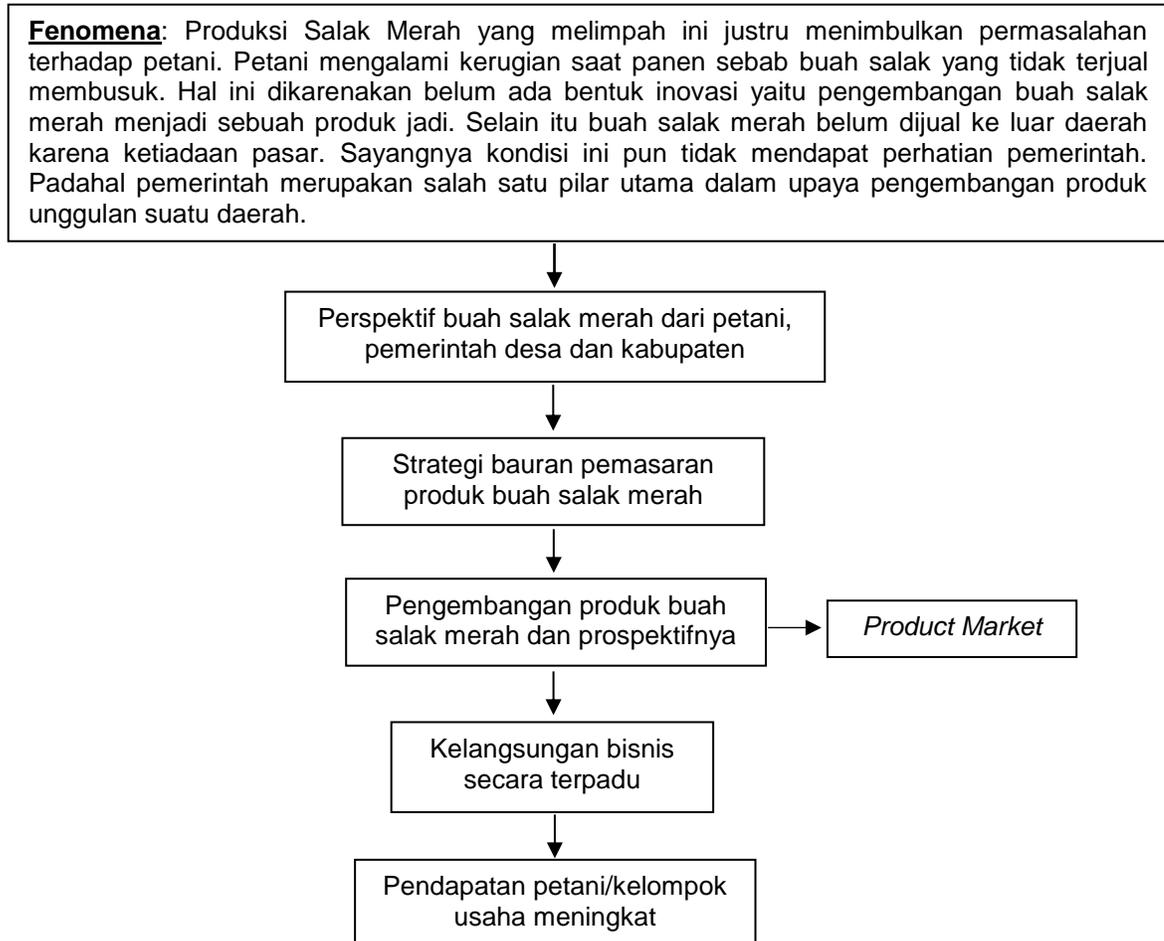
masyarakat melalui suatu perencanaan, pengorganisasian, pembiayaan, pengawasan, pengendalian dan evaluasi. Untuk itu pengembangan produk baru, apalagi produk unggulan mestinya menjadi skala prioritas pemerintah, masyarakat dan *stakeholder*. Malau, (2018) menyatakan bahwa pengembangan produk baru adalah proses pencarian gagasan inovasi untuk menambah nilai terhadap barang lama dengan mengkonversikannya ke dalam produk tersebut. Waluyo, Eko. Perdana, Angga Wira. Yahya. Ma'rifat, Tian Nur. Andriani, Ria Dewi. Sabarisman, (2021) menjelaskan bahwa pengembangan produk adalah usaha yang dilakukan perusahaan melalui pengenalan peluang pasar, perbaikan pada aspek teknis produksi dengan adanya inovasi yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Pengembangan produk sebaiknya disertai strategi *branding* yang baik. Menurut Kotler, Philip. Keller, (2021) *brand* adalah nama, istilah, tanda, simbol atau desain atau kombinasi dari semuanya yang mengidentifikasi pembuat atau penjual produk atau layanan. *Brand* menggambarkan nilai yang ditawarkan dan mempunyai peranan penting bagi konsumen dalam menetapkan pilihannya. Menurut Rowley, (2008) dalam Setiawati et al., (2019) *brand* yang sukses dapat menjadi penghambat munculnya *brand* baru yang mewakili produk pesaing, menjadi pembeda dengan produk lainnya dan sebagai alat bagi perusahaan untuk mencapai nilai ekonomis. Sejatinya *brand* adalah asset perusahaan yang jika dikelola dengan baik, maka perusahaan dapat *survive* di tengah realita bisnis yang sangat kompetitif. Dalam kondisi ini, Nastain, (2017) menyatakan kekuatan *brand* mengikat loyalitas pelanggan sehingga menghantarkan keberhasilan bisnis, ketangguhan dan produk yang bersaing (Sepri & Hidayat, 2020).

Pengembangan produk dan strategi *branding* yang baik merupakan bagian dari penciptaan keunggulan bersaing suatu bisnis. W. A. Lestari et al., (2020) menyebutkan bahwa keunggulan bersaing menggambarkan suatu perusahaan dapat bertindak lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain walaupun dalam lingkungan industri yang sama melalui penawaran produk dengan harga lebih murah dan strategi diferensiasi produk. Suatu bisnis atau harus mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal, menetralkan ancaman dan memanfaatkan peluang bisnis (Hadj et al., 2020). Lebih lanjut dikatakan oleh Ochara, Nixon Muganda. Nawa, Eva-Lisa Nawa. Fidorov, Igor. Lebedev, Sergey. Sotnikov, Alexander. Telnovl, Yuri. Kadyamatimba, (2018)

menyatakan bahwa proses adaptasi dapat dilakukan dengan memperbaiki sumber daya internal perusahaan secara berkesinambungan. Jika demikian maka dengan keunggulan kompetitif tersebut, suatu bisnis dapat *survive* dalam realita persaingan saat ini. Dalam dasar pemikiran tersebut maka alur pikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.

### Kerangka Alur Penelitian



### Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian dilakukan di Desa Riring, Kecamatan Taniwel, Kabupaten Seram Bagian Barat Maluku. Desa Riring merupakan salah satu desa pegunungan yang berbatasan sebelah timur dengan Desa Lohia Sapalewa dan Desa Buria. Sebelah Barat dengan Desa Rumahsoal dan sebelah selatan

dan utara masing-masing dengan Desa Manussa serta Desa Patahue dan Wakolo. Luas wilayah desa Riring adalah 20.54 km<sup>2</sup> yang terdiri dari permukiman, lahan pertanian dan hutan. Desa ini mempunyai topografi tidak datar sampai dengan berbukit, ketinggian antara 0-750 dpl dengan jumlah penduduk sebesar 1037 jiwa (217 KK).

Sumber penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan tiga informan kunci, data hasil observasi langsung di lokasi penelitian dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder yaitu data yang telah diolah dan disajikan oleh pihak eksternal, yaitu data yang relevan dengan kajian dan hasil penelitian terdahulu. Data diperoleh melalui *in depth interview* dengan tiga informan yaitu petani salak merah, pemerintah desa dan pemerintah kabupaten.

Tahapan pengolahan data dalam penelitian ini adalah *editing* (pemeriksaan data) dan *coding* (pengkodean). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses *editing* terhadap hasil data observasi, wawancara dan dokumentasi terkait produk salak merah. Selanjutnya tahap pengkodean yaitu pemilahan sesuai butir-butir pertanyaan yang diajukan kepada informan. Data dianalisis dengan pendekatan kualitatif. Menurut Miles dan Huberman, (1984) dalam Anggito, Albi. Setiawan, (2018) bahwa analisis data melalui tiga alur kegiatan secara bersama-sama yaitu: reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Laporan lapangan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokok yang relevan dengan kajian penelitian. Data tersebut disajikan dalam bentuk tabel sehingga informasi tersebut mudah dipahami. Selanjutnya dilakukan kesimpulan/verifikasi yaitu peninjauan ulang data yang disajikan.

Dalam melakukan penelitian, peneliti dihadapkan dengan kondisi masyarakat Desa Riring dan informan yang tertutup. Kondisi ini menyebabkan kebutuhan data tidak mudah diperoleh. Untuk itu peneliti melakukan pendekatan secara emosional dan kontekstual. Peneliti melibatkan beberapa anggota masyarakat sebagai pengumpul data. Selain itu peneliti mengedukasi masyarakat melalui cerita sukses daerah lain dalam pengembangan produk unggulan daerah

## Pembahasan Hasil Penelitian

### Gambaran Umum Satuan Pengamatan

Riring merupakan salah satu desa pegunungan di Kecamatan Taniwel Kabupaten Seram Bagian Barat. Desa ini berbatasan sebelah timur dengan Desa Lohia Sapalewa dan Desa Buria. Sebelah Barat dengan Desa Rumahsoal dan sebelah selatan dan utara masing-masing dengan Desa Manussa serta Desa Patahue dan Wakolo. Luas wilayah desa Riring adalah 20.54 km<sup>2</sup> yang terdiri dari permukiman, lahan pertanian dan hutan. Desa ini mempunyai topografi tidak datar sampai dengan berbukit, ketinggian antara 0-750 dpl. Jumlah penduduk sebesar 1037 jiwa dengan 217 KK. Penduduk diuraikan berdasarkan karakteristik jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan.

#### Karakteristik Penduduk Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin

No	Umur	Jenis Kelamin		Jumlah (n)	Persentase (%)
		Laki – laki	Perempuan		
1	0 – 12 Bulan	3	4	7	0,68
2	1 – 4 Tahun	30	30	60	5,79
3	5 – 9 Tahun	50	50	100	9,64
4	10 – 14 Tahun	29	29	58	5,59
5	15 – 19 Tahun	35	35	70	6,75
6	20 – 24 Tahun	100	50	150	14,47
7	25 – 29 Tahun	80	60	140	13,50
8	30 – 34 Tahun	110	60	170	16,40
9	35 – 39 Tahun	50	50	100	9,64
10	40 – 44 Tahun	20	10	30	2,89
11	45 – 49 Tahun	13	13	26	2,51
12	50 – 54 Tahun	40	15	55	5,30
13	55 – 59 Tahun	15	15	30	2,89
14	60 – 64 Tahun	11	11	22	2,12
15	> 65 Tahun	10	9	19	1,83
<b>Total</b>		<b>596</b>	<b>441</b>	<b>1.037</b>	<b>100,00</b>

Sumber; Kantor Desa Riring, (2022)

Tabel diatas menunjukkan jumlah penduduk usia produktif memiliki presentase yang lebih tinggi dibanding dengan kelompok usia lainnya.

### Karakteristik Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	53	5,11
2	SMP	180	17,36
3	SMA	631	60,85
4	PT (Perguruan Tinggi)	37	3,57
5	Putus Sekolah	91	8,78
6	Tidak/Belum Sekolah	45	4,33
<b>Jumlah</b>		<b>1037</b>	<b>100,00</b>

Sumber; Kantor Desa Riring, (2022)

Tabel diatas menunjukkan realita pendidikan memprihatinkan. Masyarakat belum menyadari pentingnya pendidikan bagi kesejahteraan yang berkelanjutan. Kondisi ini berbanding terbalik dengan usia produktif masyarakat sangat besar.

### Karakteristik Penduduk Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Petani	702	67.70
2	PNS	17	1.64
3	Pensiunan	6	0.58
4	Wirausaha	12	1.16
5	Belum bekerja	300	28.92
<b>Total</b>		<b>1037</b>	<b>100,00</b>

Sumber; Kantor Desa Riring, (2022)

Tabel diatas menunjukkan sebagian besar penduduk desa adalah petani. Bahkan penduduk yang belum bekerja sebesar 28.92%. Kondisi ini sejalan dengan banyaknya penduduk yang berusia produktif dan banyaknya penduduk yang tingkat pendidikan rendah bahkan putus sekolah.

### Analisis Data

Data yang direduksi, disajikan dan disimpulkan menjadi dua bagian yaitu; inovasi pengembangan buah salak merah dan strategi *branding* buah salak merah berbasis kearifan lokal. Penyajian data diuraikan adalah sebagai berikut.

### Inovasi Pengembangan Buah Salak Merah

No	Informan Kunci	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1	Ibu Hana Lumananay	Kendala apa saja yang membuat bpk/ibu belum mengolah buah salak merah menjadi produk yang siap dikonsumsi oleh masyarakat?	Selama ini salak merah belum dikembangkan karena kami sebagai petani salak merah belum mampu untuk mengolah Buah salak merah dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang bagaimana mengolah buah salak merah dan juga keterampilan.
		Apakah selama ini sudah ada penyuluhan tentang bagaimana cara mengolah buah salak merah menjadi produk olahan yang siap dikonsumsi masyarakat?	Selama ini belum ada sosialisasi terkait dengan pengembangan buah salak merah (3 Agustus 2022).
2	Bapak Mely Makaruku dan Bpk Marthen Lumaesan	Mengapa bpk/ibu membudidayakan tanaman salak merah?	Kami sebagai masyarakat harus membudidayakan tanaman salak merah, sebab salak merah merupakan tanaman langka yang harus dibudidayakan oleh kami masyarakat Riring mengingat tanaman salak merah hanya 50-100 anakan untuk beberapa keluarga belum semua keluarga tani memiliki tanaman salak merah, namun kami masih membudidayakan tanaman salak merah dengan cara-cara tradisional (4 Agustus 2022).
		Berapa hektar lahan salak merah bapak/ibu?	
3	Bapak Abdon Supulatu	Kendala apa saja yang membuat bpk/ibu belum mengolah buah salak merah menjadi produk yang siap dikonsumsi oleh masyarakat?	Untuk mengembangkan buah salak merah menjadi produk yang siap dikonsumsi, kami juga membutuhkan alat untuk mengelola, sebab alat yang diperlukan sangat sukar untuk kami dapatkan seperti alat untuk membuat kemasan (15 Agustus 2022).

#### Kesimpulan

1	Buah salak merah hanya terdapat di Desa Riring, sehingga pembudidayaan buah salak merah sangat diperlukan.
2	Terdapat keterbatasan SDM yaitu pengetahuan masyarakat tentang pengolahan salak merah .
3	Pemerintah belum pernah melakukan sosialisasi untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat untuk mengelola buah salak merah menjadi produk jadi.
4	Masyarakat mengharapkan Pemerintah Kabupaten SBB melaksanakan sosialisasi tentang budidaya dan pengelolaan buah salak merah secara modern. Seperti pemupukan, jarak tanaman, penentuan umur salak dan, proses budidaya dari perendaman biji salak merah di dalam air, penanaman bibit tanaman salak merah pada bedeng, dan proses pemindahan anakan salak merah ke lahan pertanian dapat dilakukan dengan pengetahuan pertanian yang baik dan benar.
5	Adanya keinginan petani untuk berinovasi dalam mengembangkan buah salak merah menjadi produk jadi. Namun terkendala keterbatasan pengetahuan dan peralatan atau mesin pengolahannya.

Sumber; Hasil Wawancara, (2022)

### Strategi *Branding* Buah Salak Merah Berbasis Kearifan Lokal

No	Informan Kunci	Pertanyaan	Hasil Wawancara
<b>Petani</b>			
1	Ibu Dolfina Supulatu	Apakah selama ini pemerintah desa dan pemerintah kabupaten berperan penting dalam membantu masyarakat mengembangkan dan menjual buah salak merah?	Selama ini pemerintah desa dan pemerintah kabupaten belum membantu masyarakat dalam proses penjualan maupun pengembangan buah salak merah. Pemerintah hanya membantu masyarakat lewat pembelian biji salak merah. Masyarakat memanen sebanyak 3 kali dalam 1 tahun dengan harga Rp. 5000/1 biji salak merah (5 Agustus 2022).
2	Bapak Nus Makulua	Apakah buah salak merah merupakan penghasilan bagi kebutuhan bpk/ibu?	Salak merah merupakan penghasilan bagi kebutuhan hidup kami masyarakat Desa Riring. Karena selain dijual dalam bentuk buah kepada konsumen (penjual ikan yang datang ke Desa Riring). Juga dijual per karung biji salak merah kepada pemerintah Desa Riring.
		Apakah hasil buah salak merah yang dipanen hanya untuk dimakan?	Sejauh ini buah salak merah dipanen kebanyakan hanya untuk dimakan dan ditanam kembali (4 Agustus 2022).
3	Bapak Abdon dan Bapak Yunus Touwely	Apakah selama ini buah salak merah sudah dijual atau belum?	Selama ini kami sebagai petani belum mampu untuk menjual buah salak merah ke luar daerah karena kami belum mendapatkan pasaran tetap. Saat panen kami sebagai petani merasa rugi sebab buah salak merah tidak dapat dijual ke luar daerah (5 Agustus 2022).
4	Ibu Yospina, Bapak Mely Makaruku dan Bapak Marten Lumaesan	Apakah selama ini sudah ada konsumen yang datang ke Desa Riring untuk membeli buah salak merah?	Buah salak merah dijual saat ada orang datang membeli kebutuhan mereka. Jika tidak maka buah salak merah hanya untuk dimakan saja bahkan sampai ada yang membusuk di pohon karena kami tidak memanennya (04 Agustus 2022).
<b>Pemerintah Desa Riring</b>			
5	Bapak Penuel dan Bapak Poly Touwely (Pemerintah Desa)	Apa tujuan utama dari pemerintah membeli biji salak merah?	Kami sebagai pemerintah desa membeli biji salak merah dari masyarakat untuk membantu penghasilan masyarakat dan juga untuk disemai kemudian anakan salak merah itu kami Pemerintah Desa membagikannya kepada masyarakat sebanyak 25 anakan/keluarga agar dapat dibudidayakan (11 Agustus 2022).
		Manfaat apa yang didapat oleh pemerintah desa saat membeli biji salak merah?	Kami sebagai Pemerintah Desa Riring dapat merealisasikan Program Pemberdayaan melalui kegiatan pembelian biji salak merah.

No	Informan Kunci	Pertanyaan	Hasil Wawancara
		Adakah strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa untuk mengembangkan buah salak merah?	Kami pernah bekerjasama dengan Jemaat GPM Riring Rumasoal untuk mengolah buah salak merah menjadi produk minuman jus. Kegiatan ini merupakan bentuk pengabdian UKIM yang telah dilakukan beberapa waktu lalu. Namun sayangnya kegiatan ini tidak berkelanjutan hingga saat ini, bahkan jus yang dihasilkan saat ini hanya untuk dikonsumsi saja (11 Agustus 2022).

#### Pemerintah Kabupaten SBB (Dinas Pertanian)

6	Bapak Abd. M. Putuhena, SP., M.Sc (Sekretaris Dinas Pertanian SBB)	Apakah selama ini sudah ada upaya dari pemerintah untuk membantu masyarakat dalam membudidayakan salak merah?	Kami Pemerintah Kabupaten selama ini belum membantu masyarakat Desa Riring dalam proses pembudidayaan tanaman salak merah. Seperti membagikan pupuk dan melakukan sosialisasikan tentang penanaman salak merah yang baik dan benar. Hal ini dikarenakan pemerintah kabupaten hanya memfokuskan pada pemberdayaan cabai dan bawang. Pemberdayaan Buah salak merah belum dilaksanakan (24 Agustus 2022).
---	--	---	--

#### Kesimpulan

1	Belum dilakukan penjualan buah salak merah ke luar dari Desa Riring. Artinya belum ada segmen pasar.
2	Pernah dilakukan pengembangan buah salak merah sebagai jus salak merah oleh Pemerintah Desa Riring dengan Jemaat Riring Rumasoal, namun kegiatan tersebut hanya terjadi pada saat itu tetapi untuk pengolahan berkelanjutan belum ada sampai saat ini.
3	Buah salak merah kebanyakan dipanen untuk dimakan dan di jual kepada konsumen yang datang di Desa Riring. Selain itu, biji salak merah di jual kepada Pemerintah Desa Riring.
4	Terdapat dua hal yang sangat kontradiktif yaitu Petani mengharapkan Pemerintah Desa dan Pemerintah Kabupaten SBB membantu masyarakat tani dalam meningkatkan pengetahuan tentang budidaya dan pengelolaan buah salak merah serta pemasarannya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan pendapatan petani. Namun Pemerintah Desa beranggapan bahwa pendapatan petani dapat meningkat dengan membeli biji salak merah
5	Masyarakat tani di Desa Riring membutuhkan intervensi pemerintah, baik dalam bentuk penyediaan anggaran dan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani. Dengan begitu masyarakat dapat mengelola buah salak merah menjadi produk lain yang bernilai jual. Selain itu pemerintah diminta merancang strategi pemasaran yang baik bahkan penciptaan <i>branding</i> bagi Buah salak merah.

Sumber: Hasil Wawancara, (2022)

## Pembahasan

### Inovasi Produk Hasil Pengolahan Buah Salak Merah

Hasil penelitian menunjukkan inovasi buah salak merah menjadi produk yang bernilai jual pernah dilakukan Pemerintah Desa Riring. Kegiatan yang dilakukan dengan

Jemaat GPM Riring Rumasoal mengolah buah salak merah menjadi produk minuman jus. Namun sayangnya kegiatan pengolahan buah salah merah menjadi jus tersebut tidak dilanjutkan hingga saat ini (hanya produk jus yang dikonsumsi saja). Selain itu masyarakat tidak dibekali penguatan strategi bisnis dari inovasi produk buah salah merah tersebut. Padahal masyarakat tani di Desa Riring sangat membutuhkan intervensi pemerintah dan *stakeholders*. Intervensi ini berupa biaya, program pelatihan dan pengembangan serta *branding* dan strategi pemasaran. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani sehingga mampu menciptakan berbagai inovasi produk yang memiliki nilai jual. Selain itu produk yang dihasilkan bukan hanya memiliki segmen pasar, namun memiliki superior *value* sehingga unggul dibanding produk pesaing.

### **Ketidakterediaan Segmen Pasar Buah Salak Merah**

Buah salak merah tidak memiliki segmen pasar. Selama ini Buah salak merah hanya dijual kepada konsumen yang datang (kebanyakan penjual ikan). Selain itu petani menjual biji salak merah kepada Pemerintah Desa Riring seharga Rp 5000,- per biji. Sekali jual sebanyak 1 karung 10 kg. Para petani enggan melakukan penjualan buah salak merah ke luar daerah karena ketidakterediaan pasar. Tekstur buah salak merah yang cepat membusuk menyebabkan petani tidak berani mengambil resiko untuk mendistribusikan buah salak merah keluar dari Desa Riring, apalagi belum tersedia pasar. Hasil penjualan ini hanya cukup untuk membiayai kebutuhan hidup. Kondisi ini menunjukkan penguatan *marketing mix* mutlak dibutuhkan sebelum melakukan segmentasi. Penentuan segmentasi pasar yang efektif mesti didahului dengan strategi penciptaan produk olahan buah salak merah melebihi produk pesaing.

### **Perhatian Pemerintah Dalam Mengembangkan Buah Salak Merah**

Selama ini Pemerintah Desa Riring dan Pemerintah Kabupaten SBB belum memberikan perhatian terhadap eksistensi Buah salak merah. Perhatian ini berupa pemberian bantuan peralatan cocok tanam, pupuk, pengetahuan tentang cocok tanam yang baik, bahkan hingga tahapan pemasaran buah salak merah. Selain itu pemerintah belum memikirkan tentang inovasi dan pengembangan produk dari buah salak merah yang sebenarnya merupakan sebuah peluang bisnis. Jika dikembangkan secara terpadu maka dapat meningkatkan ekonomi keluarga secara mandiri.

Hasil wawancara dengan salah satu pejabat pada Dinas Pertanian Kabupaten SBB menunjukkan bahwa selama ini Pemkab hanya memfokuskan pada program pembudidayaan cabai dan bawang. Sementara pembudidayaan buah termasuk buah salak merah belum dilaksanakan. Hal ini disebabkan karena peluang pasar yang sangat terjangkau, kebutuhan masyarakat setiap hari dan juga menghasilkan keuntungan yang memadai, meskipun harga pasar sering naik turun. Sementara salah satu program Pemerintah Desa Riring yaitu Pemberdayaan masyarakat dengan kegiatan "Pengembangan Ekonomi Masyarakat". Salah satu implementasi kegiatan adalah pembelian biji salak merah dari masyarakat tani. Pemerintah desa membeli dengan harga Rp 5000,-per biji sejak tahun 2017, 2018 dan 2020. Biji tersebut disemai dan kembali dibagikan anakan tanaman salak merah ke masyarakat sebanyak 25 anakan per keluarga. Bukan tidak mungkin petani yang telah menjual biji salak merah kembali menerima anakan yang dibagikan pemerintah desa. Padahal proses menyemai biji mudah dan dapat dilakukan petani.

Sejauh pengamatan penelitian, petani telah menyemai biji salak merah tanpa menunggu anakan yang dibagikan pemerintah. Sejauh ini program pemberdayaan melalui kegiatan pengembangan ekonomi masyarakat yaitu pembelian biji salak merah masih dilakukan pemerintah Desa Riring. Indikator pengukuran keberhasilan kegiatan ini adalah terealisasinya salah satu program Pemerintah Desa Riring yaitu pemberdayaan masyarakat tahap pertama melalui pembelian biji salak merah. Program ini sudah selesai tahun 2020 lalu berdasarkan indikator penilaian yaitu seluruh masyarakat tani di Desa Riring sudah memiliki tanaman salak merah.

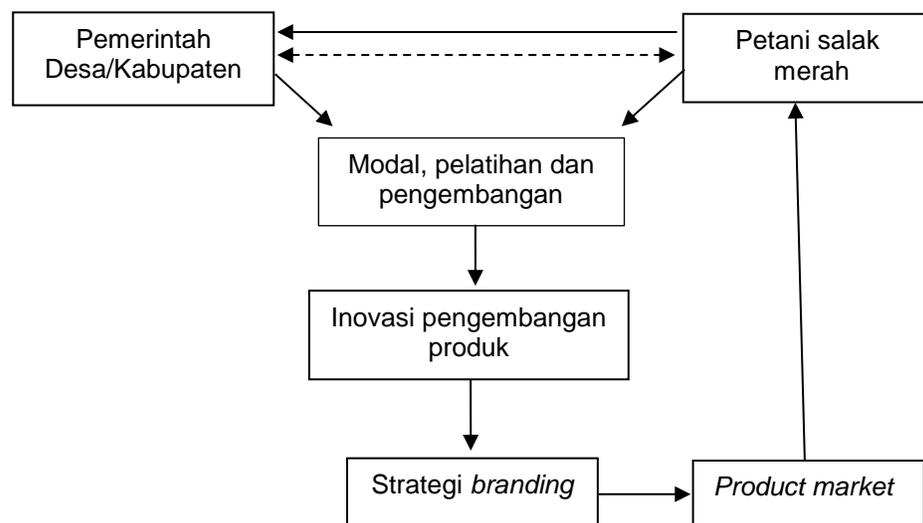
Selanjutnya program pemberdayaan tahap kedua yaitu pengadaan alat pengolahan dan pengemasan produk olahan buah salak merah, seperti dodol, jus dan manisan. Rencana pengadaan alat ini telah dibahas saat Musrembang Desa sampai pada Musrembang Kabupaten yang hingga saat ini masih dalam proses oleh pemerintah. Menurut masyarakat tani kegiatan pemberdayaan yang menurut pemerintah desa dapat meningkatkan ekonomi keluarga secara mandiri, ternyata tidak berdampak apa pun. Pendapatan dari penjualan biji salak merah hanya dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Padahal masyarakat petani mengharapkan perhatian pemerintah dalam meningkatkan pendapatan melalui inovasi pengembangan berkelanjutan terhadap

Buah salak merah.

### Model Pengembangan Buah Salak Merah

Sebagaimana fokus penelitian ini terkait dengan Inovasi pengembangan dan strategi *branding* buah salak merah maka diharapkan oleh penulis bahwa penelitian ini berimplikasi pada adanya elaborasi kepentingan antara petani buah salak merah dengan pemerintah Desa maupun Pemerintah Kabupaten Seram bagian Barat untuk menciptakan sebuah model pengembangan yang dapat digambarkan sebagai berikut;

**Gambar Model Pengembangan Buah Salak Merah**



Sumber; Hasil Penelitian, (2022)

Gambar diatas menunjukkan model pengembangan buah salak merah berdasarkan koordinasi petani dan pemerintah desa/kabupaten. Masyarakat Desa Riring memiliki sumber daya buah salak merah yang sangat melimpah. Keterlibatan pemerintah sebagai lembaga pendonor berupa modal usaha, pelatihan peningkatan skill usaha serta menyusun strategi *branding* dan pengembangan produk yang berorinetasi ke konsumen. Kondisi ini berdampak terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat secara komprehensif.

### Strategi *Branding* Inovasi Produk Buah Salak Merah

Proses pengembangan bisnis tahap pemula diarahkan untuk pengolahan buah salak merah menjadi produk minuman jus. Hal ini disebabkan karena proses pengolahan ini pernah dilakukan beberapa waktu lalu. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk

memulai *branding*, antara lain:

Nama Brand; Merupakan identitas sebuah *brand* yang merepresentasikan bisnis. Nama *brand* orisinil dengan penggunaan kata yang mudah diingat dan dibaca oleh target market. Nama dengan pelafalan yang tidak familiar cenderung menciptakan kebingungan. Berdasarkan hasil penelitian, maka nama *brand* yang dapat digunakan untuk produk jus salak merah adalah "Jus Riring". Riring adalah nama desa asal salak merah di Kecamatan Taniwel Kabupaten SBB. Salak merah hanya terdapat di desa ini. Penggunaan nama desa sebagai *brand* bertujuan untuk mengdongkrak pengenalan konsumen terhadap produk jus salak merah melalui nama desa yang sudah diketahui orang.

Tagline; merupakan slogan yang berfungsi mendeskripsikan *brand* secara singkat. Untuk itu *tagline* sebaiknya menggunakan kata-kata yang mudah diingat dan dapat mendefinisikan *brand* dan produk tersebut. Kata-kata bukan hanya slogan namun merepresentasikan janji perusahaan tentang manfaat produk yang dapat diperoleh konsumen. Hasil penelitian menunjukkan *tagline* yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk minuman jus ini adalah "Sehat dan Segar". Dua kata yang mudah diingat bahkan maknanya dimengerti oleh konsumen dari berbagai kalangan, yaitu dari anak kecil sampai orang dewasa. *Tagline* ini menjanjikan manfaat yang baik bagi kesehatan tubuh karena selain menyegarkan, namun minuman jus ini memiliki kandungan mineral dan vitamin yang menyehatkan tubuh.

Logo; Merupakan tampilan visual untuk memberikan identitas suatu produk. Untuk itu logo suatu produk adalah orisinil dan tidak mirip dengan logo produk lain. Hal ini disebabkan karena tidak menciptakan identitas, malah dapat menyebabkan kebingungan bagi konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang terangkum, maka logo produk "Jus Riring" dapat ditunjukkan pada gambar berikut.

### Logo Produk Jus Riring



Sumber; Hasil Olahan, (2022)

*Jingle*: Merupakan nada atau melodi yang dapat mengingatkan konsumen terhadap sebuah *brand*. Jingle dapat dijadikan sebagai bahasa universal yang mudah diterima berbagai kalangan. Bahkan jika terkendala bahasa, konsumen tetap menyukai jingle tersebut. Secara tidak langsung, *jingle* dapat memposisikan produk dengan *brand* tertentu di benak konsumen. *Jingle* ini dapat disematkan pada iklan, *company profile*, maupun acara tertentu. Contohnya *jingle* es krim walls. Dengan mendengar *jingle* tersebut, benak konsumen langsung terarah pada produk es krim tersebut. Untuk itu sebaiknya *jingle* dengan melodi singkat, nada semangat dan *playful*.

### Penutup

Potensi buah salak merah yang melimpah di Desa Riring tidak didukung pengetahuan dan keterampilan masyarakat untuk mengelola buah tersebut menjadi produk jadi. Bahkan hingga saat ini program pemberdayaan yang dilakukan pemerintah tidak berdampak signifikan terhadap perbaikan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu melalui penelitian ini ditawarkan model pengembangan buah salak merah sebagai bentuk kolaborasi antara pemerintah dan petani. Pemerintah Desa Riring dan pemerintah Kabupaten Seram Bagian Bagian semestinya melakukan sinkronisasi program yang ditetapkan lewat Musrembang Desa. Hal ini dilakukan agar program-program strategis yang termuat dalam Musrembang Desa dapat dilakukan subsidi silang proses pendanaan. Untuk itu melalui kolaborasi ini, petani memperoleh modal serta pelatihan dan pengembangan, sehingga dapat menghasilkan produk-produk inovatif salak merah. Selanjutnya dilakukan strategi *branding* untuk memperkuat produk tersebut di pasar.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai catatan rekomendasi untuk penelitian mendatang, antara lain: (1) Informan kunci yaitu petani sangat tertutup dalam memberikan informasi yang dibutuhkan dalam proses *indept interview*. Untuk itu sebaiknya melibatkan warga setempat sebagai pembantu peneliti untuk memudahkan perolehan data, (2) Model ini sebaiknya ditindaklanjuti dengan memaksimalkan peran pemerintah dan *stakeholder* untuk menyediakan modal dan peralatan serta pendampingan bagi petani dan kelompok usaha mikro kecil untuk meningkatkan pengetahuan tentang inovasi pengembangan buah salak merah dan berwirausaha dengan strategi bisnis yang baik.

### Daftar Pustaka

- Abubakar, H., Palisuri, P., Hernita, Syarifuddin, Syamsuddin, I., & Herman, R. (2021). Keberlanjutan Usaha Mikro dan Kecil Pedesaan Melalui Pemberdayaan Sumberdaya Lokal. *Prosiding 5th Seminar Nasional Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat 2021*, 480–485, <http://jurnal.poliupg.ac.id/index.php/snp2m/article/view/3130/2666>.
- Anggito, Albi. Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (E. D. Lestari (ed.)). CV. Jejak.
- Awwad, A. S., Khattab, A. A. Al, & Anchor, J. R. (2013). Competitive Priorities and Competitive Advantage in Jordanian Manufacturing. *Journal of Service Science and Management*, 06(01), 69–79. <https://doi.org/10.4236/jssm.2013.61008>.
- Damanik, S., Supriadi, J., & Lase, S. (2019). Seminar Nasional Sains & Teknologi Informasi (SENSASI) Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Produk Unggulan Daerah Menggunakan Metode ROC dan WASPAS. *Sensasi*, 604–608. <http://prosiding.seminar-id.com/index.php/sensasi/issue/archivePage%7C604>.
- Hadj, T. B., Omri, A., & Al-Tit, A. (2020). Mediation Role of Responsible Innovation Between CSR Strategy and Competitive Advantage: Empirical Evidence for the Case of Saudi Arabia Enterprises. *Management Science Letters*, 10(4), 747–762. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.10.022>.
- Kotler, Philip. Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th ed.,). Pearson Education.
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya).

- Busines Management and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 38–48, <https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/2451/3142>.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Ochara, Nixon Muganda. Nawa, Eva-Lisa Nawa. Fiodorov, Igor. Lebedev, Sergey. Sotnikov, Alexander. Telnovl, Yuri. Kadyamatimba, A. (2018). Digital Transformation of Enterproses: A Transition Using Process Modelling Antecedents. *Digital Transformation of Enterproses: A Transition Using Process Modelling Antecedents*, 325–331. <https://doi.org/10.1109/OI.2018.8535735>
- Orun, S. (2017). *Salak Merah asal Seram Bagian Barat Merupakan Varietas Unggul Nasional*. Sbbkab.Go.Id. <https://v0.sbbkab.go.id/salak-merah-asal-seram-bagian-barat-merupakan-varietas-unggul-nasional/>
- Sepri, D., & Hidayat, D. (2020). *Branding Produk Memasuki Masa New Normal*. *Journal of Digital Communication and Design*, 1(1), 13–21, <https://osf.io/y9wjb/>.
- Sesca Elly, S., Smith, A., Mahulette Pengaruh Umur Panen Salak, F., Elly, S., & Mahulette, F. (2022). Pengaruh Umur Panen Salak Terhadap Kadar Vitamin C Buah Salak Merah (*Salacca Edulis Reinw*) dari Desa Riring Kecamatan Taniwel Kabupaten Seram Bagian Barat. *Biopendix*, 9(1), 24–29, <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/biopendix/article/view/6838/4695>.
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Fitriawati, D. (2019). Strategi Membangun *Branding* bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(Februari), 125–136. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Suyatno, S.-, & Suryani, D. A. (2022). Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Lokal Dalam Mendorong Perekonomian di Desa Girikerto,. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 108–118. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i2.16821>
- Tabrani, M. ., & Wisman Indra Angkasa. (2021). *Pengembangan Produk Unggulan Daerah* (Oktober 20). Nas Media Pustaka.
- Waluyo, Eko. Perdana, Angga Wira. Yahya. Ma'rifat, Tian Nur. Andriani, Ria Dewi. Sabarisman, I. (2021). *Inovasi dan Pengembangan Produk Pangan* (1st ed.). UB Press.