



“21 POINTS” (PUSAT OLEH-OLEH INOVASI TERPADU SALAK) : PROGRAM PENINGKATAN NILAI JUAL DAN VARIASI PRODUK BUAH SALAK DI KM 21 BALIKPAPAN

Arum Prastiyo Putri¹, Winarni²,
Achmad Ghozali³, Diky Herfandi⁴,
Aprian Dwi Prasetyo⁵, Achmad
Choerunna'im⁶

- 1). Teknik Sipil, Institut Teknologi Kalimantan
- 2). Matematika, Institut Teknologi Kalimantan
- 3). Perencanaan Wilayah dan kota, Institut Teknologi Kalimantan
- 4). Teknik Mesin, Institut Teknologi Kalimantan
- 5). Teknik Mesin, Institut Teknologi Kalimantan
- 6). Teknik Mesin, Institut Teknologi Kalimantan

Email :
winarni@itk.ac.id
07151005@itk.ac.id

Abstraksi

21 POINTS (Pusat Oleh-oleh dan Inovasi Terpadu Salak) adalah suatu program peningkatan nilai jual dan variasi produk buah salak di KM 21 Karang Joang Balikpapan. Tujuan program 21 POINTS adalah untuk meningkatkan perekonomian masyarakat KM 21 dilakukan dengan meningkatkan nilai jual buah salak, mengedukasi masyarakat dengan pelatihan berbagai pengolahan variasi produk buah salak serta menjadikan KM 21 sebagai pusat oleh-oleh yang khas dan menjadi ikon ekonomi kreatif di Balikpapan yang menghasilkan berbagai variasi produk olahan salak. Program “21 POINTS” yang direncanakan merupakan upaya menciptakan masyarakat yang kreatif, unggul dan mandiri untuk masyarakat di KM 21. Output program 21 POINTS ini adalah teraksananya sosialisasi dengan masyarakat sasaran, sosialisasi dan kerjasama dengan stakeholder terkait, terbentuknya komunitas masyarakat 21 POINTS, pelatihan pengolahan risols salak, rolls salak, manisan salak, asinan salak dan keripik salak serta packaging, pendampingan produksi pengolahan produk buah salak, publikasi kegiatan 21 POINTS melalui website, artikel, news, video profil dan media sosial (line dan Instagram), dan pemasaran produk 21 POINTS di 21 POINTS Store di KM 21 dan pemasaran keluar dari KM 21. Produk hasil olahan 21 POINTS adalah risols salak, rolls salak, manisan salak, asinan salak, dan keripik salak. Keberlanjutan program 21 POINTS berdasarkan dari segi inovasi produk yang terus dikembangkan dan divariasikan dengan tetap mementingkan rasa dari olahan buah salak. Olahan buah salak dikemas dengan packaging yang menarik, unik, kreatif dan inovatif. Potensi keberlanjutan program 21 POINTS adalah menjadikan KM 21 sebagai pusat oleh-oleh yang menjadi ciri khas di Kota Balikpapan dengan potensi dijadikan desa wisata buah salak sebagai desa wisata dan edukasi mengenai buah salak.

Kata Kunci: 21 POINTS, Salak, Oleh-oleh, Balikpapan

Abstract

21 POINTS (Zalacca Integrated Souvenirs and Innovation Center) is a program to increase the sale value and variety of zalacca fruit products in KM 21 Karang Joang Balikpapan. The objective of the 21 POINTS program is to improve the economy of KM 21 communities by increasing the sale value of zalacca fruit, educating the communities by training various processing of variations of zalacca fruit products and make KM 21 as a center of distinctive souvenirs and an icon of creative economy in Balikpapan that produces various variations of processed zalacca products. The planned “21 POINTS” program is an effort to create a creative, superior and independent community for the community in KM 21. The output of the 21 POINTS program is the implementation of socialization with the target community, socialization and collaboration with relevant stakeholders, the formation of a community of 21 POINTS, processing training zalacca risols, zalacca rolls, zalacca compote, zalacca pickled and zalacca chips and training packaging, mentoring the processing of zalacca fruit products, publication of 21 POINTS activities through websites, articles, news, profile videos and social media (line and Instagram), and product marketing 21 POINTS at 21 POINTS Store at KM 21 and collaborate to expand market. The processed products of 21 POINTS are zalacca risols, zalacca rolls, zalacca compote, zalacca pickled, and zalacca chips. The continuation of the 21 POINTS program is based on product innovation that will continue to be developed and varied while still emphasizing the taste of zalacca fruit. Processed fruits packed with attractive, unique, creative and innovative packaging. The sustainability potential of the 21 POINTS program is to make Km 21 the center of souvenirs that are characteristic of Balikpapan City with the potential to become a tourist village for zalacca fruit and education on zalacca fruit.

Keywords: 21 POINTS, Zalacca, Souvenirs, Balikpapan

PENDAHULUAN

Kelurahan Karang Joang di Balikpapan merupakan kelurahan potensial dengan adanya beberapa desa pertanian dan perkebunan yang produktif. Sesuai dengan RTRW Kota Balikpapan tahun 2012, dimana menyatakan bahwa Kelurahan Karang Joang diperuntukkan sebagai kawasan industri kecil atau mikro. Industri kecil/ mikro yang ada di Kelurahan Karang Joang merupakan industri pengolahan hasil pertanian dan perkebunan. Berdasarkan data kelompok tani Dinas Pertanian Provinsi Kalimantan Timur tahun 2013, terdapat kurang lebih 40 kelompok tani dengan jumlah anggota mencapai 1500 orang di kawasan Kelurahan Karang Joang. Kelurahan ini memiliki banyak potensi hasil pertanian yang dapat dikembangkan oleh masyarakat sekitar, salah satunya adalah buah salak. Berdasarkan data primer yang diperoleh kebun salak yang ada di Kelurahan Karang Joang ini tepatnya berada di KM 21 Karang Joang yang memiliki luas ± 80 Ha dan merupakan kebun salak terluas di Balikpapan.

Salak merupakan salah satu tanaman buah asli dari Indonesia yang tumbuh subur di daerah tropis. Buah salak tersebut tidak hanya tumbuh di Indonesia, tetapi juga menyebar di negara lainnya meliputi negara Malaysia, Filipina, Brunei, dan Thailand (Widyastuti, 1996). Salak merupakan salah satu buah yang mengandung antioksidan tertinggi dibandingkan dengan jenis buah tropis lainnya (Aralas dkk, 2009). Selain kandungan antioksidan yang tinggi, menurut Hartanto dkk (2000) salak buah pada kondisi segar juga banyak memiliki kandungan sukrosa kemudian diikuti glukosa dan fruktosa.

Masa panen buah salak dalam jumlah besar terjadi 4 kali musiman dalam satu tahun. Meskipun demikian, setiap minggunya dapat terus dipanen walaupun tidak sebanyak ketika musim panen yang mencapai 1 ton dari hasil ± 2 Ha luas lahan perkebunan salak. Berdasarkan data primer yang diperoleh pemasaran buah salak hasil panen petani salak KM 21 dijual mandiri disepanjang jalan KM 21 dengan harga Rp. 10.000,00 /kg dan dijual ke tengkulak hanya dengan harga Rp. 3.000,00 / kg. Berikut adalah gambar 1 yang menjelaskan daerah perkebunan dan kios salak masyarakat.



Gambar 1. Kios penjualan buah salak KM 21 pada (a) dan Daerah perkebunan salak KM 21 pada (b).

Dengan harga salak yang cenderung rendah

karena produk yang dihasilkan hanya berupa buah salak atau hanya diolah menjadi manisan. Pemasaran manisan salak tersebut umumnya hanya disekitar daerah *home industry* petani salak KM 21, ataupun menerima pesanan acara pernikahan disekitar RT 41, ataupun acara resmi di hotel dan lain-lain yang intensitas pemesanan tidak terlalu sering. Kurangnya minat konsumen terhadap salak dikarenakan oleh belum adanya produk olahan baru atau produk turunan lain dari buah salak yang lebih kreatif dan bervariasi.

Cukup rendahnya nilai jual buah salak dan pemasaran serta pengolahan yang kurang baik oleh petani salak KM 21, maka akan berdampak terhadap kondisi perekonomian petani KM 21 yang banyak mengalami kesulitan. Hasil panen buah salak yang melimpah di KM 21 ini belum mendapat perhatian penuh dari Pemerintah Kota Balikpapan, sehingga Kelurahan Karang Joang kurang menunjukan citranya sebagai kelurahan dengan penghasil buah salak terbesar di Balikpapan.

Yang menjadi salah satu sumber penghasilan bagi masyarakat RT 41 Karang Joang. *Home industry* tersebut pengelolaannya masih dilakukan oleh masing-masing individu yang memiliki mutu, karakteristik, bentuk, ukuran, serta cita rasa manisan salak yang cukup baik. Produk manisan salak ini dikemas dengan menggunakan plastik bening berukuran kecil. Pemasaran manisan salak tersebut umumnya hanya disekitar daerah *home industry* kelompok tani "Mekar Bakti. Faktanya, ciri khas dan identitas KM 21 sebagai kampung salak masih belum diketahui oleh khalayak umum.

Letak geografis KM 21 sangat strategis untuk dijadikan sebagai pusat oleh-oleh karena berada di jalan poros Balikpapan-Samarinda, sehingga banyak kendaraan dan pengunjung yang melewati jalan tersebut setiap harinya. Melihat permasalahan diatas dan potensi tersebut, sebagai civitas akademika Institut Teknologi Kalimantan yang tergabung dalam tim Institut Teknologi Kalimantan 2017 harus memiliki peran dalam pengembangan wilayah berbasis ekonomi kreatif. Program "21 POINTS" (Pusat Oleh-oleh Inovasi Terpadu Salak) sebagai sentra atau pusat oleh-oleh buah salak khas Kota Balikpapan dengan berbagai variasi produk buah salak demi meningkatnya nilai jual produk buah salak. Program ini dapat menjadi awalan peningkatan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat Kota Balikpapan khususnya di kawasan KM 21 Balikpapan.

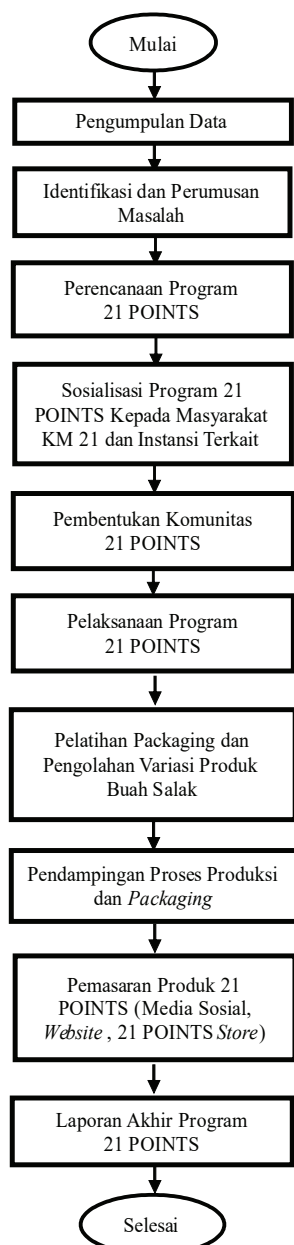
Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang akan diselesaikan dalam program ini adalah bagaimana cara meningkatkan perekonomian masyarakat KM 21 khususnya para petani buah salak melalui variasi pengolahan buah salak, dan bagaimana program "21 POINTS" yang dicanangkan dapat menjadikan KM 21 sebagai salah satu pusat oleh-oleh dan ikon ekonomi kreatif

di Balikpapan.

Tujuan kegiatan "21 POINTS" (Pusat Oleh-oleh Inovasi Terpadu Salak) di KM 21 Kelurahan Karang Joang, Balikpapan adalah meningkatnya perekonomian masyarakat KM 21 dilakukan dengan meningkatkan nilai jual buah salak dengan program "21 POINTS" (Pusat Oleh-oleh Inovasi Terpadu Salak), kemudian agar KM 21 dapat menjadi salah satu pusat oleh-oleh yang khas dan menjadi ikon ekonomi kreatif di Balikpapan dengan program "21 POINTS" yang dihasilkan berbagai variasi produk olahan salak.

METODOLOGI

Metode yang digunakan pada pelaksanaan program 21 POINTS, dapat dilihat pada gambar 2 sebagai berikut.



Gambar 2. Diagram alir pelaksanaan program 21 POINTS

Adapun penjelasan dari alur metodologi pelaksanaan program 21 POINTS, adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahap awal untuk mendapatkan data awal dan fakta produksi perkebunan buah salak. Pada pengumpulan data didapatkan informasi berupa luas lahan 2 Ha, hasil panen 1 ton per sekali panen, pendapatan dari penjualan buah salak segar adalah sebesar Rp. 10.000/kg. Data-data tersebut didapatkan dari hasil survey pengamatan wilayah binaan serta hasil wawancara.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Proses identifikasi dan perumusan masalah merupakan proses pengolahan data menjadi topik pembahasan yang lebih terfokus. Masalah yang timbul berupa belum optimalnya penjualan salak segar, sehingga dibutuhkan inovasi variasi olahan buah salak.

3. Perencanaan Program 21 POINTS

Pada tahap ini dilakukan kegiatan penyusunan program 21 POINTS sesuai dengan gagasan inovasi sebagai solusi yang memfasilitasi pengolahan potensi buah salak. Kegiatan yang direncanakan pada program meliputi kegiatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan pemasaran produk olahan buah salak. Kegiatan tersebut berlangsung selama 5 bulan.

4. Sosialisasi Program Kepada Masyarakat dan Instansi Terkait

Pada tahap ini dilakukan kegiatan sosialisasi program terkait pemaparan ide atau gagasan program 21 POINTS yang akan diterapkan pada masyarakat baik dari jenis pelatihan olahan buah salak sampai dengan kegiatan produksi dan pemasaran. Sosialisasi tidak hanya kepada masyarakat sasaran, tetapi juga di instansi lainnya yang bertujuan untuk menjalin kerjasama dengan pihak instansi pemerintahan Kota Balikpapan meliputi Dinas Pertanian, Disperindakop, dan Dinas Kesehatan, serta pihak-pihak pendukung seperti pakar yang ahli dalam pengolahan produk buah salak. Adapun kegiatan sosialisasi dapat dilihat pada gambar 3 dan 4 sebagai berikut.



Gambar 3. Sosialisasi program kepada masyarakat



Gambar 4. Sosialisasi program kepada instansi pemerintahan Kota Balikpapan

5. Pembentukan Komunitas 21 POINTS

Pada tahap ini yaitu pembentukan komunitas 21 POINTS dilakukan dengan tujuan untuk membentuk wadah bagi masyarakat sasaran untuk memudahkan dalam manajemen pelaksanaan kegiatan masyarakat pada pengolahan dan pemasaran produk 21 POINTS. Pada hasil musyawarah bersama masyarakat, maka terbentuk organigram komunitas masyarakat 21 POINTS dan diketuai oleh salah satu warga KM 21 yaitu Ibu Suin. Adapun logo dari komunitas 21 POINTS dapat dilihat pada gambar 5 sebagai berikut



Gambar 5. Logo Komunitas 21 POINTS

6. Pelaksanaan Program 21 POINTS

Pada pelaksanaan program 21 POINTS terbagi dalam kegiatan pelatihan, pendampingan, produksi olahan buah salak, *packaging*, hingga pemasaran, kegiatan juga dilengkapi dengan buku panduan pelatihan Berikut adalah penjelasan dari program 21 POINTS.

a. Pelatihan olahan buah salak

Kegiatan pelatihan tersebut berisi tentang pemberian materi dasar terkait olahan buah salak menjadi risols salak, rolls salak, manisan salak, asinan salak, dan keripik salak. Pada pelatihan tersebut di jelaskan oleh stakeholder yang ahli dalam mengolah variasi produk buah salak. Modul pelatihan dibuat sebagai referensi dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan. Adapun kegiatan pelatihan olahan buah salak



Gambar 6. Kegiatan pelatihan olahan buah salak

b. Pelatihan *Packaging*

Pada pelatihan tersebut berisi pemberian materi terkait standar yang digunakan pada pengemasan variasi produk 21 POINTS.

c. Pelatihan Pemasaran

Pada tahap ini, dilaksanakan pelatihan terkait pemasaran. Adapun materi yang disampaikan adalah tentang dasar-dasar maupun strategi dalam melakukan pemasaran variasi produk 21 POINTS. Pada kegiatan perlu diperhatikan analisa awal pada kegiatan pemasaran, analisa yang digunakan adalah model *canvas*.

7. Pendampingan Proses Produksi dan *Packaging*

Tahap ini merupakan kegiatan dari pengaplikasian pelatihan serta pembuatan olahan variasi produk salak. Pengolahan pembuatan olahan variasi produk salak dilakukan oleh anggota komunitas masyarakat 21 POINTS, meliputi risols salak, rolls salak, manisan salak, asinan salak dan keripik salak, yang nantinya akan diberikan *packaging* sehingga siap untuk dipasarkan. Masing- masing produk telah mendapatkan izin pangan industri rumah tangga (pirt) dari dinas kesehatan Kota Balikpapan. Lumpia salak no.pirt 3066471031609-23, keripik salak no.pirt 5146471011609-23, manisan dan asinan salak no.pirt 2146471021609-23. Dalam kegiatan produksi variasi produk olahan buah salak, digunakan beberapa teknologi yang menunjang pembuatan produk meliputi mesin *vacuum frying*, alat peniris minyak *spinner*, serta *continuous sealer*.

8. Pemasaran Produk 21 POINTS

Kegiatan penjualan produk yang dihasilkan "21 POINTS", dilakukan melalui media sosial dan 21 POINTS Store. Media sosial dan website sebagai salah satu bentuk publikasi dan pemasaran produk variasi buah salak ke publik. Segala bentuk kegiatan program 21 POINTS akan di upload dalam media sosial 21 POINTS baik di OA Instagram dan OA Line. Website 21 POINTS sebagai sarana publikasi dan berita seputar informasi menarik terhadap program 21 POINTS. Pemasaran via online dilakukan dengan menggunakan media social berupa Instagram dan Line. Video profil sebagai pengenalan dalam bentuk video dokumentasi kegiatan yang dilakukan pada program 21 POINTS, adapun media sosial tersebut meliputi instagram (@21points.store), OA Line (@slo8002t).

Pemasaran utama dilaksanakan dengan dibangunnya 21 POINTS store sebagai sarana tools yang menjual berbagai variasi produk olahan buah salak di KM 21 Karang Joang Balikpapan. 21 POINTS nantinya akan menjadi pusat oleh-oleh yang menjadi ciri khas di Kota Balikpapan yang menjual berbagai variasi produk buah salak yang unik, kreatif, dan inovatif. 21 POINTS store sebagai ikon unik di KM 21. Gambar media penjualan produk dapat dilihat pada gambar 7, dan gambar 8 dibawah ini.



Gambar 7. 21 POINTS store



Gambar 8. Pemasaran online 21 POINTS

9. Laporan Akhir Program 21 POINTS

Tahap terakhir adalah menyusun hasil kerja

produk dengan menulis laporan dalam bentuk lembar kerja. Laporan berisi hasil seluruh evaluasi yang disusun berdasarkan kegiatan, hambatan, serta kesuksesan dalam penjualan produk olahan "21 POINTS".

PEMBAHASAN

Adapun pembahasan dari program "21 POINTS", dengan produk olahan buah salak serta komunitas yang terbentuk pada masyarakat km 21 yang dilatih dengan metode *learning by doing*. Metode tersebut melatih masyarakat dengan memberikan materi terkait olahan buah salak, *packaging*, hingga pemasaran, yang langsung dilaksanakan oleh masyarakat melalui praktik langsung pada saat kegiatan pelatihan, produksi, dan pemasaran.. Berikut adalah hasil produk olahan buah salak dari komunitas 21 POINTS dapat dilihat pada gambar dibawah ini



Gambar 9. Risol dan Rolls Salak



Gambar 10. Manisan dan Asinan Salak



Gambar 11. Keripik Salak

Dalam kegiatan produksi variasi produk olahan buah salak, digunakan beberapa teknologi yang

menunjang pembuatan produk, yang didapatkan dari hasil penggunaan anggaran Program Hibah Bina Desa "PHBD" oleh Kemenristekdikti. Alat penunjang produksi tersebut meliputi mesin *vacuum frying*, alat peniris minyak *spinner*, serta *continuous sealer*. Berikut adalah gambar 12 berupa alat yang digunakan pada proses produksi.



Gambar 12. Alat produksi olahan salak hibah dana PHBD Kemenristekdikti

(*vacuum frying*, *spinner*, serta *continuous sealer*)

Dengan adanya peralatan penunjang produksi, dan menghasilkan olahan buah salak yang dilaksanakan oleh komunitas 21 POINTS, maka dilakukan kegiatan pemasaran yang dilakukan baik menggunakan media sosial, maupun 21 POINTS store.

Setelah dilakukan kegiatan pemasaran maka dilakukan Analisa keuangan hasil penjualan dan pemasaran. Berikut adalah hasil analisa keuangan.

1. Keuangan (Biaya)

a. Pertumbuhan Pendapatan

Kondisi pasar untuk produk 21 POINTS terus meningkat karena banyaknya minat masyarakat terhadap oleh-oleh khas Balikpapan. Meningkatnya permintaan dari pasar membutuhkan biaya-biaya dalam mengembangkan produk dan meningkatkan kualitas produk. Rencana pendanaan kedepan diharapkan dapat meningkatkan kualitas maupun kuantitas baik dari segi produk yang diberikan atau ditawarkan maupun dan SDM yang diperoleh. Hal ini bertujuan agar pendapatan yang diperoleh sebelumnya akan meningkat seiring dengan naiknya tingkatan dari produk itu sendiri.

b. Efektifitas dan Efisiensi Biaya Operasional

Investasi yang diperlukan (kebutuhan modal disertai kebutuhannya). Tabel 1 menunjukkan total biaya yang diperlukan selama 1 tahun

Tabel 1 Total biaya operasional per 1 tahun

Jenis	Biaya (Rp)
Peralatan dan Investasi	9.077.000
Biaya Tetap	6.360.000
Biaya Variabel	24.375.000
Total	39.812.000

c. Laporan Keuangan

Produk yang akan dijual dari olahan variasi buah salak adalah lumpia salak, keripik salak, dan manisan asinan salak. Usaha ini dengan kapasitas 117 kg/bulan dapat menghasilkan lumpia salak sebanyak 750 buah/bulan, keripik salak sebanyak 100 kemasan/bulan dan manisa asinan salak sebanyak 150 kemasan/bulan. Dalam memproduksi olahan variasi buah salak tersebut diperoleh harga pokok penjualan sebesar Rp 2.561.250,00. Harga pokok penjualan itu sendiri merupakan biaya operasional per bulan.

d. Rencana Neraca Awal dan Neraca Akhir Tahun

Tabel 2 menunjukkan neraca awal tahun usaha, sedangkan Tabel 3 menunjukkan neraca akhir tahun usaha.

Tabel 2. Neraca awal tahun

Akun	Saldo (Rp)	Akun	Saldo (Rp)
Peralatan	9.077.000		
Biaya Operasional Bulan ke-1	2.561.250		
Sisa Biaya Operasional	28.173.750	Modal Usaha	39.812.000
Jumlah	39.812.000	Jumlah	39.812.000

Tabel 3. Neraca akhir tahun

Akun	Saldo	Akun	Saldo
Biaya Operasional Bulan ke-12	2.561.250		
		Modal Usaha	2.561.250
Jumlah	2.561.250	Jumlah	2.561.250

e. Pertumbuhan Kemampuan Laba Bisnis

1. Gross Profit Margin

$GPM = \text{Laba Kotor} / \text{Penjualan} = 41.275.000 / 72.010.000 = 57,31 \%$. Setiap Rp. 1 (satu rupiah) penjualan mampu menghasilkan laba kotor sebesar Rp. 0,5731

2. Net Profit Margin

$NPM = \text{Laba Bersih} / \text{Penjualan} = 6.743.000 / 72.010.000 = 37,13 \%$

3. Return On Investment

$ROI = \text{Laba Bersih} / \text{Total Aktiva} = 26.743.000 / 39.812.000 = 67,17 \%$

Kemampuan usaha untuk menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan, berarti dengan Rp. 1000,00 aktiva akan menghasilkan laba bersih setelah pajak Rp.671,70 atau dengan Rp 1 menghasilkan laba bersih Rp 0,6717.

KESIMPULAN

Setelah dilaksanakan Program Hibah Bina Desa (PHBD) 21 POINTS dapat disimpulkan :

1. Program PHBD 21 POINTS menjadi solusi dalam mengedukasi, menambah wawasan dan pengetahuan melalui pelatihan kepada anggota masyarakat kelompok tani Mekar Bakti dalam mengolah berbagai variasi produk buah salak yaitu lumpia salak, manisan salak, asinan salak, dan keripik salak.
2. Program 21 POINTS akan membina masyarakat komunitas 21 POINTS untuk mengembangkan produk olahan buah salak dan menjadikan KM 21 sebagai pusat oleh-oleh dengan berbagai variasi produk buah salak yang ciri khas di kota Balikpapan yang terpadu, kreatif, unik dan inovatif.
3. Pengolahan variasi produk buah salak akan meningkatkan nilai jual dari buah salak sehingga perekonomian masyarakat komunitas 21 POINTS dapat meningkat, dengan kemampuan usaha untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak Rp.671,70 dari aktiva yang dipergunakan.
4. Potensi KM 21 nantinya dapat dijadikan sebagai desa wisata edukasi dan rekreasi buah salak dengan pusat oleh-oleh yang menjual berbagai olahan buah salak

SARAN

Adapun saran untuk pelaksanaan program 21 POINTS ini adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan olahan buah salak harus terus dilakukan untuk meningkatkan esistensi produk dipasaran dengan selalu berinovasi baik dari packaging maupun rasa produk olahan salak.
2. Pembinaan kepada masyarakat harus sabar dan tidak terburu-buru, dan mengikuti alur atau aspirasi yang disampaikan oleh masyarakat sasaran.
3. Melaksanakan pembinaan kepada masyarakat harus dilakukan secara berkelanjutan dan intensif agar komunikasi dan kerja sama di komunitas/kelompok tani dapat berjalan dengan baik guna mencapai tujuan yang diinginkan.
4. Kualitas produk olahan buah salak yang dihasilkan harus memiliki mutu, kesehatan dan

kualitas produk yang baik sehingga dapat bersaing di pasar.

PUSTAKA

- Dinas Pertanian Provinsi Kalimantan Timur. 2013. Data Kelompok Tani Tahun 2013. Pertanian Provinsi Kalimantan Timur. Kalimantan Timur.
- Hartanto,R.Raharjo, B dan Suhardi. 2000. Model Perubahan Gula Buah Salak Pondoh (*Salacca edulis* REINW cultivar Pondoh) Pada Kondisi Atmosfer Termodifikasi. *Agritech* Vol 20 (1).Hlm 10-13
- Ralas, S., Maryati , M., dan Mohd, B.A.F. 2009. Antioxidant properties of selected salak (*Salacca zalacca*) varieties in Sabah, Malaysia. *Nutrition and Food Science Journal* Vol 39 (3). Halaman. 243-250.
- Walikota Balikpapan, 2012, Peraturan Daerah Kota Balikpapan Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Balikpapan Tahun 2012-2032, Balikpapan, Indonesia.
- Widyastuti, Y.E. 1996. Mengenal Buah Unggul Indonesia. Penebar Swadaya, Jakarta.