

J-LAN (JELLY SIWALAN KHAS TUBAN) KEKAYAAN LOKAL BUMI WALI**Ike Krisnawati¹, Jazimatul A.², Muhammad Agus³, Susanti Dhini A⁴**^{1,2,3, 4}Universitas PGRI Ronggolawe^{1*}ikekrisnavati25@gmail.com**ABSTRAK**

Produksi buah siwalan dikota tuban melimpah, keberadaan buah siwalan hanya dijual dalam bentuk buah segar yang penjualannya masih terbatas dan belum ada inovasi produk olahan siwalan dikota Tuban. Oleh karena itu J-Lan dibuat sebagai inovasi olahan buah siwalan yang sehat, murah, dan higienis, dengan berbasis kearifan local guna meningkatkan perekonomian masyarakat. Jelly siwalan dibuat dari pencampuran bahan buah siwalan asli dengan tambahan bubuk jelly dan susu yang sangat menyehatkan dan menarik. Proses pembuatannya sederhana hanya butuh waktu kurang lebih 15 menit dan bahannya cukup murah. Produk kami dikemas dengan kemasan yang menarik guna meningkatkan minat masyarakat dalam membelinya. Produksi J-lan dalam satu bulan mencapai 1200 cup dengan harga jual Rp.3000. Produk J-lan kami pasarkan di 5 lokasi yaitu rest area, pantai BOOM, Sunan Bonang, KOPMA dan kantin sekolah. Penjualan paling besar yaitu di lokasi sunan bonang karena lokasi ini banyak dikunjungi wisatawan.

Kata Kunci: *J-Lan (Jelly Siwalan), Bumi wali Tuban, PKM-K, Inovasi Produk Potensi Lokal*

PENDAHULUAN

Kabupaten Tuban merupakan daerah dengan letak geografis berdekatan dengan pantai utara dan berbatasan tepat dengan laut jawa. Adanya kondisi tersebut yang membuat Tuban beriklim panas sehingga banyak terdapat pohon siwalan yang tumbuh subur disana. Tuban merupakan sentra penghasil buah siwalan di pulau jawa dengan rata-rata menghasilkan 5.477 ton per tahun [1]. Keberadaan buah siwalan yang melimpah tersebut sehingga buah siwalan dijuluki sebagai buah khas kota Tuban dan menjadi ikon di kota bumi wali tersebut.

Siwalan merupakan buah yang nikmat, segar, dan menyehatkan [2]. Oleh karena itu tak heran sebagian besar masyarakat menaruh minat yang tinggi pada buah tersebut. Buah siwalan bukan hanya memiliki rasa yang nikmat tetapi juga memiliki kandungan gizi yang tinggi, sehingga mengkonsumsi buah siwalan tentunya akan sangat baik bagi tubuh.

Sebagian besar masyarakat mengkonsumsi buah siwalan secara langsung atau dalam kata lain masih jarang pengonsumsian buah siwalan dengan cara melakukan pengolahan tertentu. Hal tersebut disebabkan oleh buah siwalan itu sendiri yang pada dasarnya sudah terasa sangat nikmat walaupun tanpa melakukan pengolahan apapun, namun bagaimanapun juga keterbatasan pengetahuan masyarakat tentang variasi pengolahan siwalan turut berkontribusi atas adanya permasalahan cara pengonsumsian buah siwalan tersebut.

Dalam Program Kreativitas ini kami ingin memperkenalkan olahan siwalan yang unik dan berbeda daripada biasanya. Buah siwalan yang bertekstur lembut dan nikmat akan kami kreasikan dalam bentuk olahan berupa jelly sehingga diharapkan dapat lebih menarik minat masyarakat dalam mengkonsumsi buah siwalan [3].

Dengan adanya olahan Jelly Siwalan kami menargetkan konsumen bukan hanya dari kalangan dewasa saja tetapi juga anak-anak, sehingga dapat terwujud suatu kreasi olahan yang nikmat dan menyehatkan yang dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini adalah metode kuantitatif dan kualitatif difokuskan aspek produksi pada proses pembuatan Jelly Siwalan mulai dari awal proses pembuatan hingga Strategi Produksi dan pemasarannya.

Alat dan bahan

Bahan-bahan yang diperlukan dalam pembuatan produk J-Lan adalah: Siwalan, Bubuk jelly, Gula, Air, Pewarna makanan, Tepung maizena, dan Susu. Sedangkan Peralatan yang dibutuhkan adalah: Kompor, LPG, Pisau, Mangkok, Panci, Blender, Sendok, Cup Plastik, Sendok plastik,

Langkah kerja

Prosedur pembuatan J-Lan dilakukan dalam enam tahap meliputi: a) menyiapkan 6 buah siwalan muda dan ambil dagingnya. b) Daging buah sebagian dipotong kecil-kecil dan sisanya di hancurkan. c) Tuang bubuk jelly 1 sachet 10 gram, gula pasir 200 gram, siwalan halus 4 buah maizena 2 sendok, susu 3 sendok, dan air 1500 ml ke dalam panci kemudian masak hingga mendidih sambil diaduk. d) Tuangkan bahan pada langkah ke 3 kedalam cetakan. e) Kemudian, campurkan pewarna dan siwalan yang sudah dipotong kecil-kecil Diamkan hingga 10 menit. f) Setelah selesai di kemas, produk siap untuk dipasarkan

Metode Pemasaran

Dalam pemasaran produk Jelly siwalan, strategi yang dilakukan adalah dengan membuat suatu produk dengan harga yang terjangkau, yaitu Rp 3000 agar dapat menarik minat masyarakat dalam membeli produk Jelly siwalan. Selain itu strategi pemasaran J-Lan adalah dengan melakukan penjualan secara langsung, melalui media cetak (seperti: leaflet, pamflet, Banner, X benner), maupun media social (seperti: instagram, whatsapp, facebook). Penjualan J-Lan juga dilakukan saat ada event tertentu, seperti Bazaar yang diselenggarakan di kampus, serta melakukan penitipan di berbagai lokasi pemasaran J-Lan, yaitu: Kopma Unirow, Sunan Bonang, Sekolah SD, Pantai Boom, dan Rest area. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan produk J-Lan dan mampu mengenalkan produk J-lan ke Masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk J-lan merupakan jelly yang berbahan dasar siwalan dengan cita rasa khas buah siwalan dari bumi wali Tuban. Produk J-lan dikemas menarik dan dijual dengan harga yang terjangkau sehingga dapat dinikmati semua kalangan masyarakat. J-lan dibuat menjadi produk makanan yang khas dengan penggunaan bahan yang berkualitas, sehat dan bernutrisi. Sehingga aman dikonsumsi masyarakat dan sangat baik di jual sebagai oleh-oleh khas bumi wali dengan ketahanan 5 hari.

Dalam menarik minat masyarakat terhadap produk J-Lan, maka Jelly siwalan dibuat dengan memiliki beberapa variasi warna. Tujuan dari strategi tersebut adalah agar J-Lan

mampu menarik minat masyarakat dari segala kalangan usia, Sehingga dapat tercapai hasil seperti yang diharapkan. Beberapa Variasi produk J-Lan adalah warna biru, merah, hijau, kuning, dan original.



Gambar 1. Variasi J-Lan dengan warna kuning

Lokasi Pemasaran

Pemasaran Produk J-Lan berada di 5 lokasi yaitu Sunan Bonang, Kopma, Sekolah, Pantai Boom, Rest Area.

Sunan Bonang

Sunan Bonang merupakan wisata religi di Tuban yang memiliki banyak pengunjung. Dalam satu bulan pengunjung dapat mencapai 150000 orang. Kondisi tersebut menjadi alasan untuk melakukan pemasaran J-Lan di wisata tersebut. Penjualan J-Lan di Sunan Bonang sangat memuaskan. Dalam Satu hari J-Lan diproduksi sebanyak 100 pcs untuk didistribusikan di 5 lokasi. Sunan Bonang merupakan target utama pemasaran karena penjualan J-Lan di tempat tersebut selama ini belum pernah ada sisa. Rata-rata pendistribusian J-Lan di Sunan Bonang adalah sekitar 30 hingga 40 pcs



Gambar 2. Pemasaran J-Lan di Sunan Bonang

Kopma

Penjualan di Kopma selama ini cukup baik karena dari kalangan mahasiswa banyak yang menjadi peminat J-Lan. Dalam satu hari jumlah J-Lan yang didistribusikan dapat mencapai 30 pcs

Sekolah

Penjualan di sekolah memberikan hasil yang baik karena banyak dari kalangan anak-anak yang menjadi peminat J-Lan. Penjualan J-Lan di sekolah dilakukan dengan cara penitipan kepada ibu kantin. Pendistribusian J-Lan di sekolah rata-rata adalah 20 pcs/hari.



Gambar 3. Penjualan di kantin sekolah

Pantai Boom

Penjualan di pantai Boom menghasilkan seperti yang diharapkan. Keberadaan J-Lan sebagai oleh-oleh khas Tuban dapat diterima baik oleh masyarakat. Distribusi J-Lan di Pantai Boom sebanyak 20 pcs/hari.



Gambar 4. Penjualan di Pantai Boom

Rest Area

Penjualan J-Lan juga meliputi di Rest Area, di rest area J-Lan adalah sebagai oleh-oleh khas Tuban yang diharapkan dapat menjadi produk yang nikmat serta menyehatkan. Distribusi penjualan J-Lan di rest area adalah sebanyak 15pcs/hari

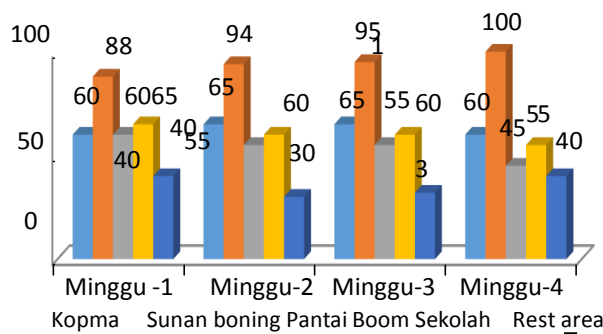


Gambar 5. Penjualan di Rest Area

Strategi pemasaran produk Jelly siwalan kami adalah dengan melakukan penjualan secara langsung di beberapa sekolah, melakukan penjualan di tempat wisata Tuban sebagai produk oleh-oleh khas Tuban, selain itu kami juga melakukan penjualan melalui media online.

Berdasarkan pemasaran produk yang telah dilakukan, kami melihat bahwa respon masyarakat terhadap produk Jelly siwalan dapat dikatakan sangat bagus. Hal tersebut dapat terlihat dari hasil penjualan secara langsung yang dilakukan serta respon. J-Lan kami pasarkan di lima lokasi yaitu, kopma, sunan bonang, pantai BOOM, sekolah SD dan Rest area. Penjualan produk kami lakukan selama 4 minggu ditunjukkan pada gambar 6. Penjualan paling besar di lokasi sunan bonang, karena lokasi tersebut banyak wisatawan yang berkunjung ke makan sunan bonang. Yang kedua Kopma unirow banyak mahasiswa yang mengkonsumsi J-Lan dalam kondisi dingin dan memesan untuk Acara kemahasiswaan. Penjualan di rest area sedikit karena tempat tersebut tidak banyak pengunjung, hanya sebagai tempat singgah saat perjalanan sehingga hasil penjualan disana lebih sedikit daripada ditempat lain. Masyarakat umum terhadap J-Lan Secara singkat J-Lan merupakan produk yang nikmat, menarik serta laris di pasaran Berikut adalah penjualan J-Lan dalam 1 bulan yang kami tunjukkan pada Gambar 6.

Penjualan Produk J-Lan



Gambar 6. Penjualan produk J-Lan periode 10 mei-9 Juni 2019

Produk J-lan merupakan jelly yang berbahan dasar siwalan dengan cita rasa khas buah siwalan dari bumi wali Tuban. Produk J-lan dikemas menarik dan dijual dengan harga yang terjangkau sehingga dapat dinikmati semua kalangan masyarakat. Masyarakat cenderung lebih tertarik dengan produk berharga miring. Oleh karena itu, J-LAN kami pasarkan dengan harga ekonomis yaitu Rp 3000. Penjualan produk J-lan paling banyak yaitu di lokasi Sunan bonang Hal ini dmungkinkan karena lokasi ini banyak dikunjungi wisatawan dari luar. Dan lokasi penjualan paling sedikit yaitu rest area karena lokasi ini cukup sepi dan jarang ada anak-anak direst area.

Produk J-LAN kami pasarkan melalui media social, (seperti: instagram, whatsapp, facebook), melalui leaflet, pamflet, Banner, X benner, serta melalui promosi secara langsung dari orang ke orang, bahkan kami juga melakukan penjualan secara langsung di event tertentu, selain itu kami juga melakukan penitipan di koperasi mahasiswa unirow, toko stand di sunan bonang, pantai Boom, kantin SD dan rest area.

Dalam menjalankan kreativitas ini, kami memilih distribusi secara langsung dan sistem penitipan bagi hasil. Dengan cara tersebut, diharapkan produk ini dapat dikenal oleh banyak masyarakat luas. Biaya produksi yang digunakan untuk memproduksi J-lan/ 20 Cup. Setiap satu kali produksi kami bisa menghasilkan 20 pc cup Biaya yang diperlukan untuk satu kali produksi adalah Rp 30.000, sehingga biaya produksi yang diperlukan untuk memproduksi J-Lan per pc adalah 1500,00 , sehingga harga yang kami jual adalah Rp 3000.

Tabel 1. Modal Produksi dalam 1 bulan

Uraian	Jumlah Produksi	Harga satuan (modal)	Jumlah modal produksi
Produksi J-LAN selama 1 Bulan	1200 cup	Rp.1500	1.800.000

Tabel 2. Penjualan produk

Uraian	Jumlah Produksi jual	Harga	Jumlah penjualan	Laba
Produksi J-LAN selama 1 Bulan	1200 cup	Rp.3000	3.600.000	1800.000

Hasil penelitian dan pembahasan tuliskan di sini. Untuk rumus matematika diberi penomoran apabila akan diacu. Apabila ada tabel dan grafik, judul tabel dituliskan di atasnya, keterangan grafik / gambar dituliskan dibawahnya. Gambar dan tabel sebaiknya dirujuk dalam makalah.

KESIMPULAN

J-LAN merupakan inovasi olahan makanan berbahan dasar siwalan. Proses pembuatan J-LAN sangat sederhana serta membutuhkan bahan yang mudah didapatkan. Olahan berupa Jelly Siwalan merupakan inovasi yang belum pernah ada sebelumnya karena selama ini siwalan hanya dijual dalam bentuk buah segar. J-LAN dijual dengan harga yang ekonomis serta dikemas dengan penampilan yang menarik sehingga diharapkan dapat menjadi makanan sekaligus oleh-oleh yang nikmat, menarik, dan menyehatkan. Penjualan J-Lan sangat memuaskan, J-Lan hampir setiap hari habis terjual. Pemasaran J-Lan berada di 5 lokasi yaitu Sunan Bonang, Kopma, Sekolah, Pantai Boom, dan Rest Area. Penjualan terbanyak terdapat di Sunan Bonang karena wisata religi tersebut memiliki banyak pengunjung.

Saran

J-Lan perlu dilakukan penambahan jumlah produksi dan perluasan distribusi pemasaran.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Badan Pusat Statistik Tuban. 2018. *Produksi buah Siwalan Kabupaten Tuban tahun 2018*.
- [2] Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 1991. *Penelitian gizi dan makanan. Pusat penelitian dan pengembangan gizi. Jawa Barat*.
- [3] Aiman U. 2001. *Potensi nira siwalan sebagai sumber bahan baku industri untuk peningkatan Pendapatan di daerah*
- [4] Amalo. P. 2008. *Multiguna dari akar hingga nira. Media indonesia 21 November 2008*