



**KREATIVITAS PENGOLAHAN KOLANG-KALING KELOMPOK UKM DUSUN
KALIKESEK KECAMATAN LIMBANGAN KABUPATEN KENDAL**

*Creativity Of Kolang-Kaling Processing SME Group Dusun KalikeseK Limangan District
Kendal District*

**Eti Ferawati, Dian Ratu Ayu Uswatun Khasanah* , Moh. Muzammil, Ronald Jolly
Pongatung**

Universitas Terbuka

Jl Cabe Raya, Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

*Alamat Korespondensi: Dian.khasanah@ecampus.ut.ac.id

(Tanggal Submission: 04 Februari 2024, Tanggal Accepted : 03 April 2024)



Kata Kunci :

*Daya Jual, Daya
Tahan, Kolang-
Kaling,
Kreatifitas*

Abstrak :

Dusun KalikeseK termasuk dataran tinggi, dikelilingi oleh lembah gunung Ungaran yang memiliki sumber mata air yang jernih dan melimpah. Dusun KalikeseK berada di bawah hutan pinus yang terdapat pohon aren dengan jumlah yang cukup banyak di sekeliling desanya. Banyaknya pohon aren ini maka dusun KalikeseK dikenal dengan Arenan KalikeseK. Dengan banyaknya pohon aren ini, maka dusun KalikeseK merupakan sentra penghasil kolang-kaling yang banyak. Melimpahnya kolang-kaling ini justru menjadi permasalahan tersendiri bagi masyarakat setempat. Pengolahan kolang-kaling yang masih sangat sederhana yaitu hanya direbus dan direndam mengakibatkan kolang-kaling ini tidak dapat bertahan lama. Sebagian besar kolang-kaling yang sudah direndam hanya diberikan sebagai pakan hewan ternak saja. Tujuan dari pengabdian ini untuk mendampingi UKM Dusun KalikeseK Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal dalam mengolah kolang-kaling agar menambah nilai jual. Metode pengabdian ini dilakukan 3 tahap yakni persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Hasil dari kegiatan ini menghasilkan bahwa kolang-kaling yang tadinya hanya dapat bertahan dalam 3-7 hari dengan diolah menjadi minuman dalam kemasan dapat bertahan 3-8 bulan. Kolang-kaling yang hanya dijadikan makanan hewan ternak kini diolah menjadi produk yang dapat memiliki daya jual tinggi. Dengan branding NHEZ menjadikan tampilan minuman kolang kaling mudah diingat oleh kosumen dan pasar, tidak hanya kemasan kosong tanpa gambar dan huruf.

Key word :

*Selling Power,
Durability, Back
and forth,
Creativity*

Abstract :

Kalikesek Hamlet is a highland, surrounded by the Ungaran mountain valley which has clear and abundant springs. Kalikesek Hamlet is located under a pine forest where there are quite a lot of sugar palm trees around the village. Due to the large number of palm trees, Kalikesek hamlet is known as Arenan Kalikesek. With so many sugar palm trees, Kalikesek hamlet is a center for producing lots of palm fruit. The abundance of palm fruit has actually become a problem for the local community. The processing of frond frond is still very simple, namely just boiling and soaking, so this fruit frond cannot last long. Most of the soaked palm fruit are only given as feed to livestock. The aim of this service is to assist SMEs in Kalikesek Hamlet, Limbangan District, Kendal Regency in processing fruit and fronds to increase selling value. This service method is carried out in 3 stages, namely preparation, implementation and evaluation. The results of this activity resulted in that palm fruit which previously could only last 3-7 days when processed into packaged drinks could last 3-8 months. Palm fruit which is only used as food for livestock is now processed into products that can have high selling power. With the NHEZ branding, the appearance of kolang kaling drinks is easy for consumers and the market to remember, not just empty packaging without pictures and letters.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Ferawati, E., Khasanah, D. R. A. U., Muzammil, M., & Pongatung, R. J. (2024). Kreativitas Pengolahan Kolang-Kaling Kelompok Ukm Dusun Kalikesek Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. *Jurnal Abdi Insani*, 11(2), 1038-1045. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i2.1438>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pilar ekonomi (Kustanto, 2022). UMKM tidak hanya berperan dalam penyerapan tenaga kerja dan penopang ekonomi bawah saja, namun sebagai pembangun di wilayah (Widjaja et al., 2018). UMKM juga merupakan pilar di tengah krisis dalam sebuah negara (Gustika & Susena, 2022). Para pelaku UMKM juga harus memanfaatkan kemajuan teknologi seperti untuk bisnis online (Buchari & Nurcahya, 2021). Kemajuan UMKM di Indonesia juga sangat pesat, sehingga analisis terhadap UMKM perlu dilakukan (Supriyanto & Hana, 2020).

Di tengah banyaknya UMKM yang berkembang di Indonesia, harus ada sebuah inovasi dalam memasarkan produknya (Hanim et al., 2021). Inovasi dari sebuah UMKM menjadi sebuah daya tarik dan sebagai strategi dalam pemasaran (Saputra et al., 2022). Oleh karena itu, UMKM dianggap penting dalam hal memasarkan produknya baik dari segi pemasaran, packaging, serta cita rasa. Salah satu UMKM yang ada adalah pengolahan kolang-kaling di Dusun Kalikesek Kabupaten Kendal.

Dusun Kalikesek masuk dalam wilayah desa Sriwulan, kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah. Kecamatan Limbangan merupakan satu dari 20 kecamatan di Kabupaten Kendal Propinsi Jawa Tengah. Dusun Kalikesek termasuk dataran tinggi. Dusun Kalikesek berada dibawah hutan pinus yang terdapat pohon aren dengan jumlah yang cukup banyak di sekeliling desanya. Banyaknya pohon aren ini maka dusun Kalikesek dikenal dengan Arenan Kalikesek. Dengan banyaknya pohon aren ini, dusun Kalikesek merupakan sentra penghasil kolang-kaling yang banyak. Sebagian warganya bekerja sebagai pekebun dan beberapa menjadi wirasaha. Ada yang membuat gula aren, membuat kopi, berdagang di tempat wisata, dan ada yang menjual air nira.

Melimpahnya kolang-kaling ini justru menjadi permasalahan tersendiri bagi masyarakat setempat. Pengolahan kolang-kaling yang masih sangat sederhana yaitu hanya direbus dan direndam



mengakibatkan kolang-kaling ini tidak dapat bertahan lama. Sebagian besar kolang-kaling yang sudah direndam hanya diberikan sebagai pakan hewan ternak saja. Hal tersebut disayangkan mengingat kebermanfaatan kolang-kaling yang sangat banyak. Adanya pendampingan dan pelatihan kreatifitas pengolahan kolang-kaling dari kegiatan pengabdian masyarakat menciptakan suatu produk baru dari kolang-kaling. Sehingga memiliki daya tahan lama dan menaikkan daya jual dari kolang-kaling itu sendiri. Dengan keterampilan untuk membuat kreatifitas dari bahan baku kolang-kaling ini juga bisa memberdayakan masyarakat sekitar. Sehingga bisa terbentuk masyarakat dengan kemandirian perekonomian. Seperti yang diungkapkan oleh Craig dan Mayo dalam (Tahir, 2019) bahwa konsep pemberdayaan termasuk dalam pengembangan masyarakat dan terkait dengan konsep-konsep kemandirian (*selfhelp*), partisipasi (*participation*), jaringan kerja (*networking*) dan pemerataan (*equity*). Upaya memberdayakan masyarakat dapat dilihat dari tiga sisi, yaitu: 1) Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi Masyarakat berkembang (*enabling*). 2) Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat (*empowering*). 3) Memberdayakan mengandung pula arti melindungi (*advokasi*) (Lomboan et al., 2021). Maksudnya, dalam proses pemberdayaan harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah karena kekurangberdayaan dalam menghadapi yang kuat.

Dari analisis situasi di atas mendasari tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari dosen dan mahasiswa memutuskan untuk membantu permasalahan mitra. Dengan kreatifitas kolang kaling yang berlimpah bisa lebih enak dinikmati dan tahan lama. Lalu bisa dikemas dan dibranding yang bagus. Hal tersebut bisa menarik minat konsumen, sehingga dikemudian hari akan memperluas pemasaran. Sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh (Lenti et al., 2020), bahwa konsumen akan tertarik membeli suatu produk apabila kemasan menarik. Dengan banyaknya konsumen, maka secara tidak langsung akan meningkatkan perekonomian masyarakat. Pengolahan kolang-kaling yang baik akan bisa juga meningkatkan kualitas serta pendapatan masyarakat. Hal tersebut sesuai pendapat (Badri et al., 2022) yang menyatakan bahwa UMKM akan meningkat pendapatannya apabila memiliki daya tarik sendiri.

Pengabdian ini dilakukan di Kelompok UKM Dusun Kalikesek Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. Adapun kegiatan pengabdian ini secara khusus bertujuan untuk mendampingi UKM Dusun Kalikesek Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal dalam mengolah kolang-kaling agar menambah nilai jual.

METODE KEGIATAN

Metode yang dilaksanakan merupakan perpaduan antara teori dan praktik. Metode yang diberikan bertujuan untuk membantu menyelesaikan permasalahan di dusun Kalikesek tentang kreatifitas pengolahan kolang-kaling. Berdasarkan tujuan kegiatan pelatihan ini, maka metode pelaksanaan yang akan dilakukan adalah dengan metode Demonstrasi dan Contoh, yaitu suatu demonstrasi menunjukkan dan merencanakan bagaimana suatu pekerjaan atau bagaimana sesuatu itu dikerjakan (Rivai, 2005).

Kegiatan yang dilakukan dibagi menjadi 3 tahap: **Persiapan**: tahap persiapan terdiri dari survei ke lokasi perijinan dilakukan melalui pendekatan, baik secara individual maupun kelompok. **Pelaksanaan**: diukur dengan penguasaan/ peningtkan keterampilannya. Maka target luaran yang dapat dicapai adalah perubahan perilaku dan sikap Masyarakat. **Evaluasi**: melihat perkembangan hasil kegiatan yang diberikan kepada warga berupa wawancara dan melihat lapangan secara langsung (Khasanah, 2021). Dari konsep tersebut, maka kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam 3 tahapan, yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Persiapan

Tahap yang pertama adalah persiapan, dimana kami melakukan survey lokasi ke tempat dimana terdapat sumber permasalahan. Permasalahannya yaitu adalah berlimpahnya kolang-kaling yang ada di daerah Dusun Kalikesek yang hanya dibuang dan diberikan sebagai pakan ternak saja. Kolang-kaling sisa yang dibawa ke pasar maupun diambil pengepul tidak bisa

bertahan lama dan mudah membusuk. Target pelatihan ini yakni kelompok UKM di Dusun Kalikesek Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal.



Gambar 1. Potensi sumberdaya kolang-kaling

2. Pelaksanaan

Pada pelaksanaan lebih menekankan proses praktik secara langsung guna menciptakan pengembangan kreatifitas pengolahan kolang-kaling. Hal ini diharapkan dapat menaikkan nilai jual dan daya simpan yang lebih lama. Dalam pelaksanaannya, kolang-kaling yang sudah dibersihkan secara bersih tersebut dipilih untuk dapat di proses.

Pelaksanaan dibagi menjadi 3 tahap yaitu:

- a. Melakukan sosialisasi dan penyuluhan kreatifitas pengolahan buah kolang-kaling
- b. Mendampingi proses pengolahan buah kolang-kaling
- c. Mendampingi proses pembuatan branding yang sesuai

3. Evaluasi

Setiap kegiatan harus ada evaluasi. Pada akhir pelatihan maupun akhir seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat ada yang namanya evaluasi. Tim melakukan wawancara, pengamatan, dan angket tentang pelaksanaan pengabdian masyarakat ini. Tujuan dari evaluasi ini juga sebagai dasar tim melaksanakan langkah selanjutnya untuk membuat kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pelaksanaan kami lebih menekankan pada proses praktik secara langsung guna menciptakan pengembangan kreatifitas pengolahan kolang-kaling. Hal ini diharapkan dapat menaikkan nilai jual dan daya simpan yang lebih lama.

Pelaksanaan dibagi menjadi 3 tahap yaitu:

- a. Sosialisasi dan penyuluhan kreatifitas pengolahan buah kolang-kaling.

Sebelum melakukan praktik, tim memberikan sosialisasi dan penyuluhan bagaimana cara agar dapat menciptakan kreatifitas pengolahan buah kolang-kaling. Tidak hanya kolang-kaling, tetapi ditekankan untuk menjadikan keberlimpahan sumber daya alam sekitar menjadi barang bernilai ekonomi. Kegiatan ini diikuti oleh mitra dan juga masyarakat sekitar dusun Kalikesek

- b. Mendampingi proses pengolahan buah kolang-kaling.

Setelah mendapat pemahaman secara mendetail tentang pemanfaatan barang-barang untuk menjadi bernilai ekonomi, maka kegiatan dilanjutkan dengan praktik secara langsung. Kolang-kaling

yang biasa hanya dijual per-kilogram setelah direbus, kini dikemas menjadi minuman dalam kemasan yang lebih higienis dan tahan lama. Menjadi sejenis manisan yang dikemas.



Gambar 2. Proses mendampingi pengolahan kolang-kaling

c. Mendampingi proses pembuatan branding yang sesuai

Proses selanjutnya adalah membuat branding agar ketika dijual dipasaran dapat menarik konsumen. Nama NHEZ kolang-kaling dipilih dari kebiasaan orang-orang dusun Kalikesek yang menyebut bagus dengan kata NHEZ diadopsi dari kata Nice (Bahasa Inggris). Hal ini sekaligus menjadi merk dan label yang mengangkat kearifan lokal dan dikenal oleh masyarakat. Selain nama, juga ada gambar pohon aren atau kolang kaling sebagai identitas dusun Kalikesek.



Gambar 3. Hasil Produk Kolang-Kaling

Dengan diadakannya kegiatan pengabdian ini sangat berdampak positif bagi masyarakat dusun Kalikesek terutama dalam pengolahan buah kolang-kaling. Di bawah ini akan diuraikan perbandingan sebelum dan sesudah dilaksanakan pengabdian untuk mengolah kolang kaling.

Pendampingan dan Pelatihan Pengembangan Kreatifitas Pengolahan Kolang-kaling dan Branding Kelompok UKM di Dusun Kalikesek Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal:

Tabel 1. Perbandingan dampak positif sebelum dan sesudah diadakannya PkM

	Sebelum PkM	Sesudah PkM
Buah kolang-kaling	Dibuang/dibuat makanan ternak	Dimanfaatkan menjadi minuman kemasan
Income/pendapatan warga	Dijual perkilo Rp 10.000/kg	Dijual kemasan Rp 2000/cup , 1 kg bisa jadi 30 cup yaitu Rp 60.000/kg
Kadaluarsa buah kolang-kaling	Paling lama 7 hari dengan cara direndam	3-6 bulan setelah dikemas
Wadah kolang-kaling	Dengan kantong palstik/kurang menarik	Dengan cup plastic dan memiliki brand/ merk NHEZ

Dari tabel 1 tersebut dapat dilihat bahwa banyak dampak positif yang didapat dari kegiatan pengabdian ini. Tidak adanya kreatifitas pengolahan mengakibatkan banyak dari buah ini dibuang dan bahkan dijadikan makanan ternak. Hal tersebut cukup disayangkan mengingat buah kolang -kaling kaya akan manfaat bagi kesehatan. Kolang-kaling yang hanya direbus dan dijual secara kiloan di pasar

kini dikemas menjadi produk baru yang lebih menarik dan berdaya jual tinggi. Kolang-kaling dimasukkan pada wadah cup plastic berukuran 120ml dan diberi warna agar menarik, dicampur dengan air dan gula.

Dari hasil penjualan, buah kolang-kaling yang dijual secara kiloan dengan harga Rp 10,000/ kg, kini menjadi Rp 60.000 /kg setelah dijual dalam bentuk kemasan siap minum. Sehingga berdampak menaikkan pendapatan masyarakat.

Dengan pengolahan ini daya simpan atau masa kadaluarsa dari buah kolang-kaling pun menjadi lebih lama. Kolang-kaling rebus hanya dapat bertahan satu minggu dalam keadaan direndam dengan air dingin. Sedangkan kolang-kaling dalam kemasan dapat bertahan selama 3-6 bulan. Jika dilihat dari wadahnya kolang-kaling rebusan hanya di wadah dengan kantong plastic perkilonya. Sedangkan kolang-kaling kemasan cup, dalam pemasarannya dikemas secara menarik dengan brand dan logo yang dapat menarik minat konsumen untuk membelinya. Kemasan brand yang menarik akan menarik minat konsumen untuk membeli (Maulani et al., 2021).



Gambar 3. Pelaksanaan pengabdian masyarakat, Pendampingan dan Pelatihan Pengembangan Kreatifitas Pengolahan Kolang-kaling dan Branding Kelompok UKM di Dusun Kalikesek Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam pengabdian masyarakat ini mitra mengolah buah kolang-kaling dengan lebih menarik dan dapat menciptakan produk baru yang bernilai jual tinggi. Hal ini akan menambah penghasilan masyarakat yang tadinya hanya sedikit menjadi 6x lipat. Produk kolang-kaling dalam kemasan juga memiliki daya simpan yang lebih lama sehingga dapat dijual ke luar kota. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat selalu mengedukasi mitra dan Masyarakat. Selain itu dapat menambah pengetahuan serta keterampilan mitra dan Masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347-353.
- Buchari, R. A., & Nurcahya, E. (2021). Pengembangan Strategi Pemasaran Melalui Digitalisasi Pada Era New Normal Di Kelurahan Kebon Baru Kota Cirebon. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 2(1), 56-60.
- Gustika, S., & Susena, K. C. (2022, December). UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA. In *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* (pp. 101-108).

- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 2, No. 1, pp. 30-39).
- Khasanah, D. R. A. U., Indriasih, A., Haryati, Y., Nuryandari, E., & Prayitno, E. (2021). Pemanfaatan Pekarangan Sebagai Rumah Pangan Lestari Di RT 05 Desa Prambatan Lor Kabupaten Kudus. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Terbuka* (Vol. 1).
- Kustanto, A. (2022). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai: Pilar Ekonomi Kerakyatan Dalam Dimensi Politik Hukum Integratif. *QISTIE*, 15(1), 17-31.
- Lenti, M., Beni, S., & Sadewo, Y. D. (2020). Strategi Diferensiasi Produk Line Untuk Menarik Minat Konsumen. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 2(2), 9-19.
- Lomboan, D. V. Y., Ruru, J., & Londa, V. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir Di Desa Kumu Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(109).
- Maulani, A. N., Fetrianggi, R., & Prana, I. S. (2021). Analisis pengaruh desain kemasan dan brand image kopi Good Day pada minat beli konsumen. *Finder: Journal of Visual Communication Design*, 1(1).
- Nurlaily, F., Asmoro, P. S., & Aini, E. K. (2021). Pelatihan teknik foto produk menggunakan smartphone untuk meningkatkan visual branding usaha rintisan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 347-356.
- Rivai, V. (2009). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan: Dari teori ke praktik*. Depok: Rajawali Pers.
- Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 199-216.
- Tahir, M. I., & Sasmi, Y. R. D. (2019). Kinerja Pendamping Desa Dalam Meningkatkan Pembangunan Desa di Desa Sido Rukun dan Desa Lubuk Bumbun Kecamatan Margo Tabir Kabupaten Merangin Provinsi Jambi. *Jurnal Dharma Praja*, 12(1).
- Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Perguruan Tinggi.
- Widjadja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukanjie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).