



## Pelatihan pemasaran lada bubuk di Desa Salo Palai, Kabupaten Kutai Kartanegara

Ratna Wulaningrum , Amiril Azizah, Dita Andansari

Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

 [ratna@polnes.ac.id](mailto:ratna@polnes.ac.id)

 <https://doi.org/10.31603/ce.6199>

### Abstrak

Desa Salo Palai adalah salah satu desa yang terdapat di Kabupaten Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur yang memiliki komoditas lada unggulan 'Malonan'. Lahan lada di Desa Salo Palai mencapai 169 ha dengan produktivitas sebanyak 1,9 ton/ha. Hasil panen lada dijual dalam bentuk butiran dengan harga Rp 30.000,00/kg dan belum ada diversifikasi produk, seperti lada bubuk. Hal ini yang membuat tidak ada peningkatan nilai jual dari lada yang sudah dihasilkan oleh petani. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat di bidang pemasaran lada bubuk diharapkan menjadi suatu upaya untuk memberikan pemahaman pentingnya diversifikasi produk sebagai salah satu usaha meningkatkan nilai jual. Metode yang dilakukan adalah ceramah dan pelatihan langsung. Luaran kegiatan ini adalah dihasilkan produk lada bubuk dalam botol kemasan yang telah disertai label yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

**Kata Kunci:** Desain Label; Lada Bubuk; Desa Salo Palai; Harga Jual; Pemasaran

## *Pepper powder marketing training in Salo Palai Village, Muara Badak District, Kutai Kartanegara Regency*

### Abstract

*Salo Palai Village is one of the villages in Kutai Kartanegara Regency, East Kalimantan which has the superior commodity of pepper 'Malonan'. Pepper land in Salo Palai Village reaches 169 ha with a productivity of 1.9 tons/ha. The pepper harvest is sold in granular form at a price of IDR 30,000.00/kg and there is no product diversification, such as pepper powder. This is what makes there is no increase in the selling value of pepper that has been produced by farmers. Community service activities in the marketing of powder pepper are expected to be an effort to provide an understanding of the importance of product diversification as an effort to increase selling value. The methods used are tutoring and training. This activity results the pepper powder products in packaged bottles with labels, which are expected to increase values.*

**Keywords:** *Label design; Pepper powder; Salo Palai Village; Selling price; Marketing*

## 1. Pendahuluan

Desa Salo Palai adalah salah satu desa yang terdapat di Kabupaten Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur. Secara administratif, Desa Salo Palai merupakan bagian dari Kecamatan Muara Badak, Kabupaten Kutai Kartanegara. Terletak  $\pm$  9 km dari pusat Pemerintahan Kecamatan, dan  $\pm$  120 km dari pusat Pemerintahan Kabupaten Kutai Kartanegara. Desa Salo Palai dibentuk pada tahun 1978. Desa ini memiliki luas

wilayah 9.979,80 Ha, yang dihuni oleh  $\pm$  1.670 jiwa yang tersebar di 9 RT dengan suku mayoritas adalah suku Bugis yang merupakan pendatang dari Pulau Sulawesi.

Desa Salo Palai adalah penghasil lada jenis unggul yaitu Malonan. Lahan lada di Desa Salo Palai mencapai 169 ha dengan produktivitas sebanyak 1,9 ton/ha disajikan dalam [Gambar 1](#). Panen lada di Desa Salo Palai setiap enam bulan sekali. Penjualan hasil perkebunan lada dengan cara manual dengan harga Rp 30.000,00/kg. Lada yang dihasilkan oleh petani di Desa Salo Palai dijual kepada tengkulak dalam bentuk butiran dengan harga Rp. 30.000,00/kg nya. Sampai saat ini belum ada usaha untuk mengolah lada menjadi bentuk lain seperti lada bubuk. Hal ini yang membuat tidak ada peningkatan nilai jual dari lada yang sudah dihasilkan oleh petani di Desa Salo Palai selama bertahun-tahun. Kepala desa Salo Palai Bapak Sadaruddin menyampaikan bahwa sangat perlu dikembangkan diversifikasi bentuk dari lada untuk meningkatkan nilai jual bagi petani lada.



[Gambar 1](#). Kebun Lada di Desa Salo Palai

## 2. Metode

---

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan kepada pengurus BumDes setempat. Lada yang dikembangkan menjadi lada bubuk tentunya harus dibarengi dengan kemasan yang sesuai, harga yang menguntungkan dan bagaimana cara memasarkannya sehingga tepat sasaran. Persoalan tersebut membutuhkan pendekatan-pendekatan yang sederhana, efisien dan mudah diterima oleh masyarakat umum. Metode pendekatan yang dilakukan adalah ceramah dan penyuluhan serta pelatihan. Metode ceramah digunakan untuk memberikan pengetahuan tentang bagaimana kemasan lada bubuk yang menarik, menentukan harga jual dan bagaimana cara memasarkannya. Pelatihan dilakukan dengan cara praktik langsung mengemas lada bubuk, menghitung anggaran terutama harga jual.

## 3. Hasil dan Pembahasan

---

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra. Kegiatan meliputi tahap persiapan dan pelatihan. Pada tahap persiapan dilakukan proses desain label kemasan [Gambar 2](#). serta order botol kemasan untuk merica bubuk. Pada pengemasan lada bubuk diperlukan kemasan berupa botol plastik dan label untuk keterangan pada kemasan yang berisi logo, komposisi dan tanggal kadaluarsa. Mitra mengikuti pelaksanaan

kegiatan pelatihan mengemas lada bubuk dalam botol, menghitung harga, serta menentukan pemasaran yang tepat.



Gambar 2. Desain label kemasan

Pada tahap implementasi/pelaksanaan, dilakukan dengan dua cara, yaitu penyampaian materi (melalui ceramah) dan pelatihan langsung. Pada sesi materi, mitra dibekali pengetahuan tentang pentingnya proses persiapan dan pemasaran yang baik guna meningkatkan dan menjaga kestabilan harga produk. Selain itu, hal-hal yang diperlukan saat melakukan pemasaran produk yang baik juga harus diperhatikan oleh mitra, sehingga produk yang akan dijual menarik dan dibeli oleh masyarakat. Desain untuk label kemasan dan pemilihan media pemasaran produk yang tepat merupakan sebagian dari penyampaian materi yang dilakukan oleh tim pelaksana.

Tahap pelatihan langsung dilakukan dengan melaksanakan proses pengemasan lada bubuk ke dalam botol kemasan dan pemberian label seperti yang ditampilkan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Kemasan lada bubuk

Peserta pelatihan diajarkan cara menutup botol kemasan yang baik, agar kualitas bubuk lada yang tersimpan di dalamnya dapat terjaga keawetannya. Tim pelaksana juga memberikan contoh cara memasang label pada botol kemasan. Untuk tahap awal ini, label kemasan masih didesain secara umum, karena untuk mencantumkan informasi-informasi lainnya, berupa izin PRT dan label halal, diperlukan proses perizinan ke instansi terkait yang lain. Untuk memenuhi kebutuhan mitra terkait berbagai perizinan ini, akan dilaksanakan kegiatan lanjutan.

## 4. Kesimpulan

---

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang sangat penting dalam upaya memaksimalkan produk agar dapat terjual dengan baik di masyarakat. Proses pengemasan dan pemberian label yang menarik harus diperhatikan sehingga masyarakat tertarik untuk membeli produk yang dijual. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat skema penugasan ini dilakukan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra. Hasil kegiatan menunjukkan peserta pelatihan dapat mengikuti kegiatan dengan baik. Diharapkan produk yang dihasilkan nantinya dapat terjual dengan baik sehingga mendorong peningkatan kesejahteraan petani lada di Desa Salo Palai.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License

---