Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
p-ISSN 2716-4861, e-ISSN 2716-3997
Volume: 3 Nomor: 1 Edisi Januari 2022

MENINGKATKAN CITRA BUAH KESEMEK MENJADI BUAH LAYAK SUPERMARKET

Peter R.Y Pasla[1*], Stefanus Yufra M. Taneo[2], Chatief Kunjaya[3], Soetam Rizky Wicaksono[4]

[1,2,3)] Manajemen, Universitas Ma Chung
[4)] Sistem Informasi, Universitas Ma Chung

Article history
Received : 2 Desember 2021
Revised : 23 Desember 2021
Accepted : 10 Januari 2022

***Corresponding author**
Peter R.Y. Pasla
Email : peter.pasla@machung.ac.id

Abstrak

Buah kesemek memiliki kandungan gizi yang tinggi serta kaya akan vitamin dan zat-zat lain yang bermanfaat bagi kesehatan. Rasa buah kesemek yang matang sebenarnya manis sekali, lebih manis dari apel, namun buah ini getahnya terasa lengket dan sangat mengganggu di mulut. Untuk menetralkan getah kesemek, para petani di Desa Tamansatriyan, Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang memeramnya di dalam air kapur selama beberapa hari. Ketika diangkat dari air kapur, sisa kapur mengering di kulit buah membuat kesemek nampak seperti dilapisi bedak putih. Karena bedaknya itu, kesemek terkesan kotor sehingga dijual dengan harga murah di pasar tradisional dan sulit menembus pasar modern untuk dijual dengan harga yang lebih mahal. Program ini memberikan pelatihan pemeraman kepada para petani kesemek menggunakan *dry ice* (CO2) sebagai ganti air kapur untuk menghasilkan buah kesemek yang layak supermarket. Selain itu sebagai tindak lanjut juga dilakukan pendampingan upaya pemasaran ke beberapa supermarket di Kota Malang. Pemeraman dengan CO2 oleh para petani sukses menghasilkan buah kesemek yang bersih dengan tampilan luar yang menarik dan memenuhi standar kualitas buah supermarket. Kegiatan pengabdian masyarakat ini kemudian ditindak-lanjuti dengan melakukan uji pemasaran di 4 (empat) lokasi supermarket di kota Malang dengan menerapkan strategi penjualan yang berbeda-beda dengan tujuan untuk mengidentifikasi cara pemasaran yang paling efektif menjual buah kesemek tampilan baru ini di supermarket. Hasilnya adalah penjualan buah kesemek dengan tampilan baru ini di supermarket paling efektif bila disertai dengan aktivitas *personal selling* dan promosi *Point of Purchase* (POP).

Kata Kunci: Air kapur, Kesemek, CO2, Supermarket

Abstract

Persimmon fruit has a high nutritional content and is rich in vitamins and other beneficial substances. The taste of ripe persimmons is delightful, sweeter than apples, but this fruit has a sticky sap that is very annoying in the mouth. Farmers in Tamansatriyan Village, Tirtoyudo District, Malang Regency, soak it in lime water for several days to neutralize the persimmon sap. When removed from the lime water, the remaining lime dries on the fruit's skin, making the persimmons look like they have been coated with white powder. Because of the powder, persimmons seem dirty, so they are sold at low prices in traditional markets, and it is not easy to penetrate modern markets to sell at higher prices. This program provides ripening training for persimmon farmers using dry ice (CO2) instead of lime water to produce persimmons suitable for supermarkets. In addition, as a follow-up, assistance was also carried out in marketing efforts to several supermarkets in Malang City. Harvesting with CO2 by farmers has succeeded in producing clean persimmons with an attractive appearance and meeting supermarket fruit quality standards. This community service activity was then followed up by conducting a marketing test in 4 (four) supermarket locations in Malang by applying different sales strategies to identify the most effective marketing method for selling this new look persimmon in supermarkets. The result is that selling persimmons with this new look in supermarkets is most effective when accompanied by personal selling activities and Point of Purchase (POP) promotions.

Keywords: Chalk, CO2, Lime water, Persimmon, Supermarket

Copyright © 2022 Peter R.Y Pasla, Stefanus Yufra M. Taneo, Chatief Kunjaya & Soetam Rizky Wicaksono

© 2022 Segala bentuk plagiarisme dan penyalahgunaan hak kekayaan intelektual akibat diterbitkannya paper pengabdian masyarakat ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

DOI: https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i1.1605

PENDAHULUAN

Buah Kesemek yang nama ilmiahnya *Diospyros*, tumbuh di beberapa lokasi di Indonesia dan juga di berbagai negara, dengan berbagai varietasnya, misalnya kesemek Jepang (*Diospyros Kaki*), kesemek Amerika (*Diospyros Virginiana*) dan lain-lain (Rozana & Tantalu, 2019). Di Jepang, buah ini bernama Kaki, di Amerika bernama Persimmon. Buah ini merupakan buah musiman, di Indonesia musim kesemek adalah sekitar Mei sampai Juli, sedangkan di negara-negara empat musim, seperti Jepang, Korea dan Tiongkok, musim kesemek adalah pada musim gugur yaitu antara September hingga November.

Buah kesemek memiliki kandungan gizi yang istimewa. Dalam sajian 350 gram kesemek, terdapat kandungan 127 kalori. Kesemek adalah buah yang cocok menjadi sumber energi. Mengkonsumsi buah kesemek dalam porsi yang seimbang akan membuat kenyang lebih lama. Tak hanya menjadi sumber energi, buah kesemek juga kaya kandungan vitamin C. Dalam 350 gram buah kesemek terdapat 66 miligram vitamin C. Vitamin C berperan penting dalam menjaga sistem kekebalan tubuh dan mengangkal efek radikal bebas. Kulit sehat alami tak lagi jadi hal mustahil bila mengonsumsi vitamin C dalam jumlah yang cukup setiap hari (Pitojo & Puspita, 2007).

Kesemek juga mengandung zat-zat yang bermanfaat untuk kesehatan antara lain serat, vitamin A, beta carotene, vitamin B1, B2, B3, B6, vitamin K, catechin, tannin dan lain-lain (Ishaq & Noch, 2006). Selain itu beberapa referensi menyebutkan bahwa kesemek mempunyai zat anti kanker dan penurun tekanan darah. Buah kesemek masuk dalam buah prospektif yaitu buah yang masih memiliki harapan dan kemungkinan untuk dapat menjadi buah unggulan (Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia, 2009).

Menurut Ridwan & Ishaq, (2005) buah kesemek dapat diklasifikasikan ke dalam dua tipe (kategori) umum, yaitu tipe Astrinjen (*Astringent Variety*) dan Nonastrinjen (*Nonastringent Variety*). Tipe astrinjen, artinya buah yang dihasilkan tidak dapat langsung dikonsumsi karena terdapat kandungan tannin yang tinggi dicirikan dengan rasa kesat, oleh karena itu untuk dapat dikonsumsi. diperlukan perlakuan pemeraman (Ishaq & Noch, 2006). Jenis kesemek yang tumbuh di Indonesia adalah jenis kesemek bergetah (*Astringent Variety*) (Daulay et al., 2018; Sobarna, 2018), sehingga tidak dapat dimakan langsung setelah dipetik dari pohon.

Salah satu desa penghasil kesemek di Indonesia adalah Taman Satriyan, Kecamatan Tirtoyudho, Kabupaten Malang. Jenis kesemek yang tumbuh di desa ini, sama seperti yang tumbuh di daerah lain di Indonesia adalah jenis kesemek bergetah (*Astringent Variety*), sehingga tidak dapat dimakan langsung setelah dipetik dari pohon. Untuk menetralkan getah kesemek, para petani di desa ini memeram buah kesemek di dalam air kapur selama beberapa hari sehingga ketika diangkat dari air kapur, sisa kapur mengering di kulit buah membuat kesemek nampak seperti dilapisi bedak putih, sehingga banyak yang menjuluki kesemek sebagai buah genit karena berbedak. Karena bedaknya itu, kesemek terkesan kotor sehingga ketika ada yang mencoba memasarkannya di supermarket, tidak banyak pembelanja yang berminat, sehingga sangat jarang menemukan buah ini di supermarket. Di Indonesia buah kesemek dapat banyak ditemui di pasar-pasar tradisional, dan dijual dengan harga murah. Di Jepang, Korea dan Tiongkok, kesemek dapat ditemukan di supermarket-supermarket pada musim gugur, dengan harga yang sebanding dengan harga buah apel. Buah kesemek disukai karena rasanya yang manis dan lezat apabila sudah tidak bergetah. Akan tetapi karena sudah terlanjur tertanam stigma bahwa kesemek berbedak, maka wajar apabila banyak pembelanja di Indonesia yang tidak tertarik untuk membeli buah kesemek, apabila dipajang di rak-rak supermarket. Oleh karena itu pengunjung supermarket perlu diperkenalkan dengan rasa buah kesemek yang enak dan dengan penampilan luar yang menawan. Dengan penampilannya yang tampak kotor, buah kesemek banyak di jual di pasar tradisonal dengan harga yang sangat murah.

Kegiatan ini bertujuan meningkatkan citra buah kesemek dari buah pasar tradisional menjadi buah layak supermarket dengan cara menghapuskan kesan kotor buah kesemek karena penggunaan kapur menjadi bersih dengan menggunakan teknologi *dry ice* (Gas CO2) (Rauf et al., 2017). Dengan berkembangnya

DOI: https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i1.1605

penerapan teknologi pengolahan buah kesemek produksi buah kesemek dapat menghasilkan rasa maupun bentuk buah yang menarik hati konsumen sehingga dapat bersaing dengan buah-buah lainnya. Dengan demikian akan tersedia peluang pasar yang lebih luas tidak hanya di pasar-pasar tradisional tetapi juga supermarket-supermarket. Setelah melakukan edukasi cara memproduksi buah kesemek yang layak supermarket langkah selanjutnya adalah melakukan pendampingan, pemasaran dan penjualan di supermarket untuk mengindentifikasi cara yang paling efektif memperkenalkan dan memasarkan buah kesemek dengan tampilan yang baru ini kepada para pengunjung supermarket.

(a) **(b)**

Gambar 1. Kesemek di Jepang (a) Kesemek di Indonesia (b)

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan secara keseluruhan yang akan diterapkan oleh tim berdasarkan situasi kondisi permasalahan dan solusi yang ditawarkan dapat dijabarkan dalam tahap-tahap sebagai berikut:

Tahap Persiapan.

Kegiatan abdimas diawali dengan melakukan survei awal di wilayah desa Taman Satryan, Kecamatan Tirthoyudho, Kabupaten Malang. Hal-hal yang disurvey meliputi tingkat kepadatan penduduk, luas lahan terbuka, respons dan antusiasme masyarakat terhadap program pengembangan pengolahan dan pemasaran buah kesemek. Survei dilakukan dengan tujuan untuk melihat dan mendata kondisi lingkungan di lokasi pengabdian kepada masayarakat. Pada tahap ini juga dibahas bagaimana mekanisme pelaksanaan dan penunjukan kelompok kerja dari mitra yang akan melaksanakan eksperimen penerapan teknologi baru pengolahan buah kesemek.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan sesuai dengan mekanisme dan waktu yang telah disepakati bersama dengan materi sebagai berikut:

a. Penyuluhan dan sosialisasi kepada kelompok petani kesemek tentang penanganan buah paska panen dan Penerapan teknologi menghilangkan getah kesemek dengan *dry ice*
b. Pelatihan penggunaan teknologi *dry ice* kepada petani sebagai pengganti penggunaan kapur
c. Pendampingan kepada petani ketika mereka melaksanakan eksperimen dengan teknologi baru tersebut
d. Pendampingan kepada petani dalam memasarkan kesemek di supermarket-supermarket sekitar Malang Raya. Pemasaran dilaksanakan selama 1 bulan di 4 gerai supermarket yang ada di kota Malang dengan kontrak dan strategi penjualan dan yang berbeda.

Tahap Monitoring Dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dalam kegiatan ini dilakukan selama program dilaksanakan dan hingga selesainya kegiatan. Monitoring dilakukan dengan mengamati proses penerapan teknologi *dry ice* dalam

DOI: https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i1.1605

pengolahan buah kesemek dan juga upaya membuka dan membangun akses ke berbagai super-market di wilayah Malang Raya untuk memastikan produksi terjaga kuantitas maupun kualitasnya

HASIL PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

Persiapan dilakukan dengan membentuk tim yang terdiri dari para dosen dan mahasiswa universitas Ma Chung, Malang. Tim dosen bertugas sebagai narasumber dan mahasiswa bertugas membantu dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pemasaran di supermarket. Tim dosen dari 3 (tiga) orang dengan peran sebagai berikut :

1. Peter Remy Yosy Pasla, SE, MBus
   Dosen Program Studi Manajemen Universitas Ma Chung yang menjadi narasumber pelatihan dan pendampingan mitra terutama di bidang manajemen dan pemasaran buah
2. Dr. Ir. Stefanus Yufra MT, MSc
   Dosen kesemek Program Studi Manajemen Universitas Ma Chung yang mempunyai kepakaran dan keahlian dalam agribisnis, studi dan pengembangan wilayah menjadi narasumber pelatihan dan pendampingan terutama pada penyuluhan dan pendampingan paska panen dan pemasaran buah
3. Dr. Chatief Kunjaya, MSc
   Dosen Institut Teknologi Bandung yang sudah berpengalaman dalam menerapkan teknologi pemeraman kesemek menggunakan teknologi *dry ice* di perkebunan kesemek wilayah Garut, Jawa Barat menjadi narasumber pelatihan pemeraman buah kesemek dengan menggunakan teknologi *dry ice*.

Tim mahasiswa terdiri atas 18 (delapan belas) mahasiswa Universitas Ma Chung semester 6 bertugas membantu tim dosen dalam kegiatan pelatihan pemeraman, pengemasan, pengangkutan buah kesemek ke supermarket dan penjualannya di supermarket yang ditentukan.

Dari survei yang dilakukan pada tahap persiapan ini diperoleh informasi bahwa Desa Tamansatryan memiliki 4 Dusun terdiri dari 36 RT (Rukun Tetangga) dan keseluruhan jumlah penduduknya sebesar 6.274 jiwa. Dari jumlah keseluruhan penduduk Desa Taman Satriyan terdapat 467 jiwa yang memiliki lahan buah kesemek dan terdapat 251.250 pohon buah kesemek. Luas wilayah Desa Tamansatriyan 1.205 ha sedangkan luas wilayah yang dijadikan lahan kesemek sebesar 402 ha, sehingga 33,3 % lahan yang ada di Desa Tamansatriyan merupakan lahan buah kesemek milik penduduk desa. Jumlah panen buah kesemek rata-rata pertahun sebesar 3.350 ton. Setiap petani dalam satu hari dapat memanen buah kesemek sebesar 59,7 ton atau 60 ton yang dapat diangkut 1 truk untuk dijual kepada pengepul. Pohon kesemek di wilayah ini tidak dirawat dan dipupuk, sehingga tidak membutuhkan tenaga kerja selama masa hidup pohon kesemek kecuali waktu panen, sehingga petani tidak merasa cukup puas mempunyai pohon kesemek meskipun harga buah kesemek sangat murah (Desa Tamansatriyan, 2016). Para petani menjual hasil panen kesemek kepada para pengepul buah seharga Rp. 2.000 – Rp. 5.000 per kilogram (Kg). Pada masa puncak panen bahkan banyak buah yang tidak terjual dan terbuang sia-sia karena tidak dapat terserap oleh pasar yang ada. Para pengepul biasanya menjual buah kesemek ke pasar-pasar tradisional di daerah Malang Raya dan kota-kota sekitarnya dengan harga sampai Rp. 10.000 per kg.

Para petani menyambut dengan antusias rencana kegiatan pelatihan pemeraman buah kesemek dengan teknologi *dry ice* yang belum mereka kenal sebelumnya maupun pendampingan upaya pemasaran ke beberapa supermarket di Kota Malang. 2 (dua) kelompok tani yaitu Kelompok Tani Mulyo dan kelompok Tani Maju ditunjuk sebagai perwakilan petani buah kesemek untuk menjadi mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan sepanjang bulan Juni–Juli 2019 diawali dengan penyuluhan paska panen dan sosialisasi kepada perwakilan kelompok petani kesemek pada awal bulan Juni 2019 dengan

DOI: https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i1.1605

menyampaikan pentingnya memilah buah kesemek yang baik untuk dijadikan obyek eksperimen pemeraman dengan menggunakan teknologi *dry ice* (CO2).

Gambar 2. Pemetikan, Penyortiran dan Pengemasan Paska Panen

Selanjutnya pada pertengahan bulan Juni 2019 dilakukan penyuluhan dan pendampingan terhadap para petani untuk melakukan eksperimen memeram buah kesemek dengan teknologi *dry ice*. Buah kesemek sebanyak 200 kg dimasukkan ke dalam kantong plastik masing-masing berisi 10 kg buah kesemek. Di dalam setiap plastik dimasukkan dry ice (CO2) seberat 250 gram. Kantong plastik kemudian diikat kuat untuk mencegah CO2 menguap keluar. Buah kesemek di dalam kantung plastik dibiarkan selama 4 hari di ruang tertutup dari sinar matahari agar proses penetralan getah dapat berlangsung sempurna.

Gambar 3. Penyuluhan dan pendampingan pemeraman kesemek menggunakan *dry ice*

Setelah 4 hari seluruh kantong kesemek dibuka dan dipilah kembali agar didapatkan buah dengan kualitas standar supermarket. Buah kesemek yang layak supermarket tersebut dipasarkan selama pertengahan bulan Juni 2109 sampai pertengahan bulan Juli 2019, ke-4 (empat) supermarket di Kota Malang yaitu, Hypermart, Transmart, Lai-Lai, dan Carefour dengan perlakuan pemasaran yang berbeda-beda. Di setiap minggu, penjualan dilakukan selama 3 (tiga) hari yaitu di hari Jum'at–Minggu. Harga buah kesemek ditetapkan sebesar Rp. 20.000 per Kg. Di Hypermarket sebanyak 100 kg buah dijual di gerai tersendiri dan dijaga secara bergiliran oleh 12 (dua belas) orang mahasiswa yang secara aktif memperkenalkan dan mempromosikan buah kesemek tersebut kepada para pengunjung.

Metode ini tim pengabdi sebut metode pemasaran aktif dengan menerapkan taktik pemasaran *personal selling* dan POP (*point of purchase promotion*). Di Transmart, 50 kg buah kesemek ditempatkan di lokasi penjualan buah bersanding dengan berbagai jenis buah lainnya. Disini juga ditempatkan 6 (enam) orang mahasiswa yang secara bergantian, 1 mahasiswa per hari memasarkan secara pasif dan hanya melayani pengunjung supermarket yang tertarik. Metode ini disebut metode pemasaran semi aktif. Di Lai-Lai ditempatkan 20 Kg buah dan dijual dengan sistem konsinyasi sementara di Carefour ditempatkan 10 Kg buah dijual dengan sistem beli putus. Di kedua supermarket ini tim pengabdi tidak terlibat langsung dalam proses penjualan dan promosi buah. Metode ini disebut metode pemasaran pasif.

DOI: https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i1.1605

Gambar 4. Pemasaran di Supermarket

Eksperimen pemeraman dengan menggunakan *dry ice* sukses menghasilkan buah kesemek yang segar, bersih dan berkualitas standar supermarket dengan tingkat keberhasilan 80–90 % artinya dari setiap 100 kg buah yang diperam ada potensi 10-20% yang tidak sesuai standar bergantung dari proses penanganan paska panen (pemetikan dan penyortiran). Bila pemetikan dan penyortiran buah dilakukan dengan baik, maka tingkat ketidakberhasilan pemeraman juga akan menurun.

Buah kesemek yang dipasarkan di Hypermart dengan metode pemasaran aktif berhasil menjual habis 100 kg kesemek selama masa 6 hari penjualan. Buah kesemek yang dipasarkan di Transmart dengan metode semi aktif menyisakan 20 kg buah kesemek yang tidak terjual dengan masa hari penjualan yang sama. Buah kesemek yang dipasarkan dengan metode pemasaran pasif di Lai-Lai dan Carefour terjual sangat minimal (0-1 Kg).

Tahap Monitoring dan Evaluasi

Eksperimen pemeraman buah kesemek dengan *dry ice* menggantikan kapur sukses menghasilkan buah kesemek yang bersih, segar dan memenuhi standar supermarket sehingga dapat dipasarkan dengan harga jual yang lebih tinggi dari biasanya. Bila teknologi pemeraman ini dapat diterapkan secara luas di desa lokasi pengabdian maka akan tersedia peluang pasar yang lebih luas untuk buah kesemek dipasarkan tidak hanya di pasar-pasar tradisional tetapi juga supermarket-supermarket sehingga pendapatan petani dapat ditingkatkan.

Buah kesemek hasil pemeraman dengan metode *dry ice* perlu diperkenalkan dan dipromosikan kepada para pengunjung supermarket secara aktif dan gencar untuk membangun ketertarikan dan kesukaan terhadap buah kesemek. Bila pengunjung sudah tidak asing lagi dengan buah kesemek yang bersih dan eksotis maka potensi buah kesemek untuk menjadi primadona buah-buahan di supermarket akan tercapai sehingga pada gilirannya para petani kesemek di Desa Tamansatriyan akan memiliki alternatif sasaran penjualan yang lebih menguntungkan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tamansatriyan, Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang berhasil memperkenalkan dan mengedukasi para petani untuk memperhatikan penanganan buah paska panen dan penerapan teknologi pemeraman menggunakan *dry ice* yang menghasilkan buah kesemek yang bersih dan memenuhi standar buah supermarket. Buah kesemek dengan tampilan yang baru telah dipasarkan di 4 (empat) supermarket di Kota Malang dengan strategi penjualan yang menghasilkan tingkat

penjualan yang berbeda. Untuk secara efektif dikenal dan diminati oleh pengunjung supermarket penjualan buah kesemek tampilan baru memerlukan strategi pemasaran aktif menggunakan taktik pemasaran *personal selling* dan promosi *Point of Purchase* (POP).

Dari kegiatan pengabdian ada beberapa hal yang masih dapat dilakukan selanjutnya untuk membuat potensi buah kesemek menjadi lebih besar lagi. Ketika masa panen mencapai puncaknya akan ada banyak buah kesemek yang tidak terpasarkan dan membusuk begitu saja. Perlu dipikirkan upaya untuk memanfaatkan kandungan gizi dalam buah kesemek untuk tidak terbuang dengan mengolah buah-buah kesemek yang tidak terpasarkan menjadi bahan baku sabun dan produk kosmetik lain. Penanaman, pemeliharaan dan perawatan pohon kesemek dilakukan masih dengan cara sederhana dan tradisional. Panen buah kesemek juga baru dapat dilakukan 1 kali setahun yaitu pada masa bulan April–Juni, sehingga pasokan ke pasar hanya tersedia pada bulan-bulan tersebut. Perlu pembinaan dan pendampingan lebih lanjut kepada petani terkait cara bercocok tanam yang menggunakan teknologi modern yang dapat menghasilkan produksi buah kesemek yang dapat bersaing di pasar ekspor dan dengan masa panen sepanjang tahun

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih untuk para petani yang tergabung dalam kelompok tani Tani Mulyo dan Tani Maju, Desa Tamansatryan, Kecamatan Tirtoyudho, Kabupaten Malang yang telah bersedia untuk bekerja-sama dalam kegiatan pengabdian ini. Secara khusus kepada Bapak Edy Sucipto selaku Kepala Desa. Kepada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Ma Chung yang telah membantu tim dari proses pemeraman, pengankutan ke supermarket dan penjualan di supermarket

PUSTAKA

Daulay, M. I., Daulay, N., & Gultom, T. (2018). KARAKTERISASI MORFOLOGIKESEMEK (Diospyros kaki L.) DI KABUPATEN KARO SUMATERA UTARA. *Prosiding Seminar Nasional Biologi Dan Pembelajarannya*, 1–9.

DIREKTORAT JENDERAL INDUSTRI AGRO DAN KIMIA. (2009). *ROADMAP INDUSTRI PENGOLAHAN BUAH*.

Ishaq, I., & Noch, M. (2006). Buah Kesemek: Potensi Sumberdaya Genetik Kabupaten Garut Jawa Barat. *Prosiding Lokakarya Nasional Pengelolaan Dan Perlindungan Sumber Daya Genetik Di Indonesia*, 109.

Pitojo, S., & Puspita, H. N. (2007). *Kesemek*. Kanisius.

Rauf, R. F., Purwanto, Y. A., & , S. (2017). Perlakuan Pascapanen Buah Kesemek Reundeu (Diosphyros kaki L.) Menggunakan Gas Karbon Dioksida. *Comm. Horticulturae Journal*, *1*(1), 14. https://doi.org/10.29244/chj.1.1.14-19

Ridwan, H., & Ishaq, I. (2005). 94 Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian Vol. 8, No.1, Maret 2005 : 94-110 KAJIAN SISTEM USAHATANI BUAH KESEMEK (Diosphyros kaki L.f) DAN PERMASALAHANNYA DI KABUPATEN GARUT ± JAWA BARAT. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, *8*(1), 94–110.

Rozana, R., & Tantalu, L. (2019). PRODUKSI KESEMEK NON-ASTRIGENSI DENGAN PERLAKUAN HOT WATER TREATMENT DAN APLIKASI KOH. *Journal of Food Technology and Agroindustry*, *1*(1), 26–35. https://doi.org/10.24929/jfta.v1i1.688

Sobarna, D. S. (2018). PEMANFAATAN TANAMAN KESEMEK DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI DESA CIJAMBU TANJUNGSARI SUMEDANG. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(12), 1017–1020.

Format Sitasi: Pasla, P.R.Y., Taneo, S.Y.M., Kunjaya, C & Wicaksono, S.R. (2022). Meningkatkan Citra Buah Kesemek Menjadi Buah Layak Supermarket. *Reswara. J. Pengabdi. Kpd. Masy*. 3(1): 163-170. DOI: https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i1.1605

Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommerciaL ShareAlike 4.0 (CC-BY-NC-SA)