

ABSTRAK

Proyek tugas akhir ini didasari dengan banyaknya produk manisan kekinian yang berbahan dasar buah-buahan di pasaran. Kulit buah semangka yang biasanya dianggap limbah tidak bisa di olah dengan baik dan tidak memiliki nilai ekonomis, maka dari itu, tim penulis memilih kulit buah semangka sebagai manisan yang kekinian dan strategi promosi manisan kulit buah semangka. Dalam pembuatan tugas akhir ini, membuat 2 rumusan masalah yaitu “ bagaimana cara mengolah kulit buah semangka sebagai manisan, dan bagaimana strategi promosi manisan kulit buah semangka”. Metode pengumpulan data mencakup, observasi, wawancara, dokumentasi, kuisisioner, dan demonstrasi. Observasi dilakukan untuk memahami potensial dari kulit buah semangka sebagai manisan, sementara wawancara dilakukan dengan para ahli untuk mengetahui potensi produk kami di pasaran. Dokumentasi dan kuisisioner digunakan sebagai data tambahan, dan demonstrasi digunakan untuk uji coba produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kulit semangka dapat diolah sebagai manisan yang lezat dan memiliki nilai jual di pasaran. Manisan ini bisa dinikmati sebagai kudapan dan bisa juga disajikan sebagai makanan penutup. Proses pengolahan manisan ini meliputi, pengupasan, pemotongan, perendaman dilarutan gula, merebus dan menjemur, sementara stragtegi promosi yang kami lakukan yaitu menggunakan media sosial, ulasan pelanggan, pameran, dan penawaran pribadi melalui lisan. Implementasi strategi ini diharapkan menciptakan UMKM baru dan meningkatkan ekonomi mikro serta meningkatkan kesadaran masyarakat untuk kreatif dalam mengolah limbah hasil makanan sekitar.

Kata kunci : Manisan, Pemasaran, Strategi Promosi, Kulit Buah Semangka.

ABSTRACT

This final project is based on the abundance of modern fruit-based candied products in the market. Watermelon rind which is usually considered waste and not processes properly, lacks of economic value. Therefore, the research team chose watermelon rind as a modern candied product and focused on the promotional strategy for candied watermelon rind. In the preparation of this final project, two problem statements were formulated: “How to process watermelon rind into candied products?” and “What is the promotional strategy for candied watermelon rind?”. Data collection methods include observation, interviews, documentation, questionnaires, and demonstrations. Observations were conducted to understand the potential of watermelon rind as a candied product, while interviews with experts were conducted to assess the market potential of the product. Documentation and questionnaires were used as supplementary data, and demonstrations were employed for product testing. The research results showed that watermelon rind can be processed into a delicious candied product with market value. This candy can be enjoyed as a snack and can also be served as a dessert. The processing steps include peeling, cutting, soaking in symple syrup, boiling, and drying. Meanwhile, our promotional strategy includes using social media, customer reviews, exhibitions, and personal oral offers. The implementation of this strategy is expected to create new SMEs, boost the micro economy, and raise public awareness to be creative in processing food waste around them.

Keywords: Candy, Marketing, Promotional Strategy, Watermelon Rind