

**Inovasi Briket Durian untuk Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Desa Blimbing
Kabupaten Kediri dengan Berbasis *Digital Marketing***

***Durian Briquette Innovation for Economic Empowerment of Blimbing Village, Kediri
Regency, Based on Digital Marketing***

**Tri Esti Rahayuningtyas^{1*}, Mahadika Pradipta Himawan², Wana Pramudyawardana
Kusuma Negara³, Alek Zain Madany⁴, Uswatun Kasanah⁵**

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro, Indonesia

*Penulis Korespondensi: tri.esti.rahayuningtyas@dsn.dinus.ac.id ¹

Article History:

Naskah Masuk: 09 September, 2025;

Revisi: 20 September, 2025;

Diterima: 07 Oktober, 2025;

Terbit: 11 Oktober, 2025.

Keywords: Charcoal

Briquettes; Digital Marketing;

Durian Waste Management;

Karang Taruna; Local

Entrepreneurship.

Abstract: Blimbing Village, located in Mojo District, Kediri Regency, possesses superior horticultural potential in the form of durian. However, its utilization is still limited, which prevents it from generating a significant economic impact for the community. One of the main problems is the suboptimal management of the abundant durian peel waste after harvest, which leads to environmental issues. In reality, this waste has economic potential to be processed into environmentally friendly charcoal briquettes with broad market prospects. On the other hand, the limited use of digital technology prevents the marketing of local products from reaching a wider consumer base. This community service program aims to enhance the capacity of the Blimbing Village Youth Organization (Karang Taruna) in two main aspects: (1) production of charcoal briquettes based on durian peel waste, and (2) product marketing through a digital marketing strategy. The methods used include socialization, technical training on briquette production, entrepreneurship and digital marketing training (Instagram, TikTok, and Shopee), and implementation assistance in the field. The results of the activity show a significant increase in production skills, evidenced by the briquette quality being denser, more uniform, and having a longer burn time compared to wood charcoal. From a marketing perspective, the Youth Organization successfully created digital business accounts, uploaded educational content, and began marketing the product via Shopee. Overall, this program successfully integrated innovation based on local potential with a digital marketing strategy, thereby increasing the community's knowledge, skills, and entrepreneurial spirit.

Abstrak

Desa Blimbing, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri, memiliki potensi hortikultura unggulan berupa durian, namun pemanfaatannya masih terbatas sehingga tidak memberikan dampak ekonomi signifikan bagi masyarakat. Salah satu permasalahan utama adalah belum optimalnya pengelolaan limbah kulit durian yang melimpah pascapanen dan menimbulkan masalah lingkungan. Padahal, limbah tersebut memiliki potensi ekonomis untuk diolah menjadi briket arang ramah lingkungan dengan prospek pasar yang luas. Di sisi lain, keterbatasan pemanfaatan teknologi digital menyebabkan pemasaran produk lokal tidak mampu menjangkau konsumen secara lebih luas. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas Karang Taruna Desa Blimbing dalam dua aspek utama: (1) produksi briket arang berbasis limbah kulit durian, dan (2) pemasaran produk melalui strategi digital marketing. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan teknis pembuatan briket, pelatihan kewirausahaan dan digital marketing (Instagram, TikTok, dan Shopee), serta pendampingan implementasi di lapangan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada keterampilan produksi, terbukti dari kualitas briket yang lebih padat, seragam, dan memiliki daya bakar lebih lama dibanding arang kayu. Dari sisi pemasaran, Karang Taruna berhasil membuat akun bisnis digital, mengunggah konten edukatif, serta mulai memasarkan produk melalui Shopee. Secara keseluruhan, program ini berhasil mengintegrasikan inovasi berbasis potensi lokal dengan strategi pemasaran digital, sehingga mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan semangat kewirausahaan masyarakat.

Kata Kunci: Briket Arang; Karang Taruna; Kewirausahaan Lokal; Pemasaran Digital; Pengelolaan Limbah Durian.

1. PENDAHULUAN

Berisi Desa Blimbing, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, mencakup area seluas 7,16 km² dengan populasi 3.789 jiwa. Secara geografis, lokasi desa ini berada di lereng Gunung Wilis, sehingga sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani dan peternak. Komoditas pertanian utama mencakup padi, jagung, tebu, karet, cengkeh, rambutan, serta durian montong yang menjadi produk hortikultura unggulan. Namun, potensi ekonomi desa menghadapi tantangan signifikan, terutama karena tingkat pendidikan masyarakat yang relatif rendah. Data dari pemerintah kelurahan tahun 2024 menunjukkan bahwa 64% penduduk hanya menamatkan pendidikan di tingkat sekolah dasar (SD), 17% di tingkat sekolah menengah pertama (SMP), 6% di tingkat sekolah menengah atas (SMA), sementara hanya 4% yang memiliki kualifikasi sarjana. Kondisi ini secara langsung berkorelasi dengan rendahnya inovasi, peningkatan keterampilan, dan produktivitas ekonomi.

Dalam upaya meningkatkan perekonomian lokal, pemerintah desa telah mengembangkan objek wisata Agrowisata Bukit Duraemont yang memanfaatkan potensi hasil pohon durian. Meskipun demikian, destinasi ini belum mampu menarik jumlah kunjungan wisatawan yang signifikan, dan partisipasi masyarakat terbatas pada peran sebagai pedagang produk kuliner. Di sisi lain, limbah kulit durian yang melimpah pascapanen belum dimanfaatkan secara optimal dan menimbulkan permasalahan lingkungan. Padahal, limbah ini memiliki potensi transformatif menjadi briket arang, suatu produk bernilai ekonomi tinggi, ramah lingkungan, dan memiliki prospek ekspor.

Masalah utama yang dihadapi oleh masyarakat, khususnya kelompok Karang Taruna, adalah keterbatasan dalam mengolah sumber daya alam lokal secara kreatif serta minimnya pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran. Akibatnya, produktivitas dan pendapatan masyarakat tetap stagnan, yang berujung pada tingkat kemiskinan yang relatif tinggi. Berdasarkan kondisi tersebut, perumusan masalah dalam kegiatan pengabdian ini mencakup dua aspek fundamental: (1) bagaimana meningkatkan kapabilitas produksi masyarakat dalam mengolah limbah kulit durian menjadi briket arang berkualitas, dan (2) bagaimana mengoptimalkan strategi pemasaran produk melalui implementasi digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar.

Tujuan dari program ini adalah untuk memberikan pelatihan dan pendampingan terstruktur kepada Karang Taruna Desa Blimbing, berfokus pada teknik produksi dan pemasaran briket arang. Diharapkan, melalui intervensi ini, dapat tercipta lapangan kerja baru, mendorong lahirnya jiwa kewirausahaan, dan secara berkelanjutan meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat. Program ini selaras dengan tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs),

terutama pada poin Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi serta Industri, Inovasi, dan Infrastruktur.

Inovasi berbasis pemanfaatan limbah menjadi produk bernilai tambah telah terbukti efektif dalam meningkatkan kesejahteraan. Sudiadnyani et al. (2023) berhasil membuktikan bahwa pengolahan limbah minyak kelapa murni (VCO) menjadi briket arang menyediakan alternatif energi terbarukan dengan biaya produksi yang efisien. Penelitian oleh Hafid dan Arifuddin (2023) juga menunjukkan keberhasilan serupa dalam meningkatkan pendapatan desa melalui pemanfaatan bonggol jagung sebagai bahan baku briket. Sejalan dengan hal tersebut, Saparin dan Wijayanti (2018) menekankan pentingnya pengolahan limbah organik dalam upaya mengurangi ketergantungan pada sumber energi fosil. Dari perspektif pemasaran, studi oleh Negara et al. (2025) mengungkapkan bahwa strategi pemasaran digital yang mengedepankan interaksi dan personalisasi konten di media sosial secara signifikan dapat meningkatkan minat beli pada produk UMKM. Hal ini memperkuat premis bahwa integrasi antara inovasi produksi dan strategi pemasaran digital merupakan pendekatan yang relevan dan efektif untuk pemberdayaan ekonomi kreatif di tingkat desa.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memberdayakan Karang Taruna Desa Blimbing agar mampu menciptakan inovasi berbasis potensi lokal, meningkatkan daya saing produk, dan mewujudkan kemandirian ekonomi melalui pemanfaatan teknologi tepat guna dan digitalisasi pemasaran.

2. KAJIAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Kewirausahaan secara etimologis berasal dari dua kata, yaitu "wira" yang berarti pejuang atau manusia unggul, dan "usaha" yang berarti sebuah pekerjaan atau aktivitas untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, kewirausahaan dapat diartikan sebagai semangat untuk berusaha secara kreatif dan inovatif dalam menghadapi perubahan, tantangan, serta dalam memperoleh peluang usaha (Rahayuningtyas, dkk., 2024; Rahayuningtyas, dkk., 2025). Selaras dengan pengertian tersebut, Suryana (2014) menyatakan bahwa jiwa kewirausahaan melekat pada setiap individu yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif, serta menyukai perubahan, pembaruan, kemajuan, dan tantangan. Lebih lanjut, Eddy Soeryanto Soegoto menambahkan bahwa seorang wirausaha adalah pribadi yang kreatif, inovatif, mandiri, percaya diri, ulet, rajin, disiplin, siap menghadapi risiko, dan mampu mengelola sumber daya untuk membangun serta mengembangkan usahanya.

Briket Biomassa

Briket biomassa, yang sering juga dikenal sebagai bio-briquette, merupakan bahan bakar padat yang diciptakan melalui proses pemadatan biomassa kering di bawah tekanan mekanis yang signifikan. Tujuan utama dari proses ini adalah untuk memadatkan nilai energi per volume, menciptakan produk dengan ukuran yang konsisten, serta menjadikannya lebih praktis untuk ditangani dan dimanfaatkan sebagai sumber bahan bakar. Kehadirannya diposisikan sebagai substitusi energi alternatif untuk bahan bakar fosil, seperti batu bara dan minyak tanah, baik untuk skala industri maupun kebutuhan rumah tangga (Pasek et al., 2012). Dalam proses pembuatannya, briket dapat dikategorikan menjadi dua jenis utama. Jenis pertama adalah briket mentah yang dibuat langsung tanpa melalui proses karbonisasi. Jenis kedua adalah briket arang, di mana bahan bakunya melewati tahap pirolisis atau karbonisasi terlebih dahulu. Dibandingkan versi mentahnya, briket arang memiliki sejumlah keunggulan, seperti konsentrasi karbon yang lebih pekat, kemampuan menghasilkan panas (nilai kalor) yang lebih superior, dan emisi asap yang jauh lebih minim saat pembakaran.

Digital Marketing

Pada dasarnya, pemasaran digital mencakup segala bentuk usaha promosi barang atau layanan yang memanfaatkan platform digital dan konektivitas internet. Pandangan para ahli, seperti Chaffey & Ellis-Chadwick (2019), memperjelas bahwa esensinya bukan sekadar pemanfaatan teknologi semata. Melainkan, ini adalah tentang bagaimana teknologi dan media digital tersebut diimplementasikan secara taktis untuk mewujudkan target-target pemasaran yang telah ditetapkan, seperti membangun popularitas merek (brand awareness), mengakuisisi calon pelanggan potensial (lead generation), hingga meningkatkan angka penjualan secara langsung. Hal ini menunjukkan perbedaan fundamental jika dibandingkan dengan pemasaran konvensional yang sering kali menginterupsi audiens. Pemasaran digital justru mengadopsi pendekatan inbound, yang berfokus untuk memikat audiens dengan menyajikan konten yang mereka anggap berguna dan relevan. Menurut Ryan (2016), kekuatan utama dari pendekatan ini terletak pada kapasitasnya untuk membuka ruang komunikasi dua arah antara sebuah jenama dengan para konsumennya. Interaksi semacam ini menjadi landasan untuk menyampaikan pesan yang lebih personal dan, yang tidak kalah penting, mengevaluasi efektivitas kampanye dengan data yang terukur dan akurat.

Kelayakan Produk

Para ahli dari berbagai disiplin ilmu sepakat bahwa kelayakan produk merupakan sebuah analisis multidimensional yang krusial. Pakar pemasaran seperti Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016) meletakkan fondasi kelayakan pada eksistensi pasar, di mana sebuah produk

harus mampu menjawab kebutuhan nyata konsumen dan menawarkan nilai yang lebih unggul dari pesaing. Pandangan ini dipertegas oleh Crawford dan Di Benedetto (2021), yang menekankan bahwa potensi pasar tersebut wajib divalidasi melalui riset mendalam, bukan sekadar asumsi. Dari perspektif operasional, Jay Heizer dan Barry Render (2020) mengukur kelayakan dari kapabilitas manufaktur (*manufacturability*). Menurut mereka, sebuah ide hanya dianggap layak jika perusahaan terbukti memiliki teknologi, keahlian, dan rantai pasok yang solid untuk mewujudkannya secara efisien dan berkualitas. Robert G. Cooper (2011) kemudian menyatukan semua perspektif ini dalam Model Stage-Gate yang strategis. Dalam modelnya, kelayakan menjadi sebuah gerbang keputusan holistik yang tidak hanya menilai potensi pasar dan teknis, tetapi juga keselarasan dengan strategi perusahaan (*strategic fit*) serta proyeksi keuntungan finansial. Pada hakikatnya, kelayakan produk bukanlah penilaian sepihak, melainkan sebuah sintesis analisis yang menjadi kompas untuk mengarahkan inovasi, meminimalkan risiko, dan memaksimalkan peluang keberhasilan.

3. METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang untuk mengatasi permasalahan mitra Karang Taruna Desa Blimbing, khususnya dalam bidang produksi dan pemasaran. Pendekatan yang digunakan adalah pemberdayaan berbasis masyarakat melalui tahapan sistematis sebagai berikut:

- a. **Sosialisasi Program:** Tahap awal dilakukan sosialisasi kepada Karang Taruna Seba Nawesena Desa Blimbing mengenai tujuan, manfaat, serta tahapan pelaksanaan program. Sosialisasi bertujuan membangun pemahaman bersama dan memperoleh komitmen penuh dari masyarakat agar aktif terlibat dalam penyediaan bahan baku, proses produksi, hingga pemasaran produk briket.
- b. **Menyiapkan Alat dan Bahan:** Setelah sosialisasi, tim bersama mitra mempersiapkan seluruh alat dan bahan yang diperlukan dalam proses produksi briket. Persiapan meliputi mesin penghalus, mesin pengaduk, ayakan, mesin pencetak briket, perekat alami, serta bahan baku utama berupa kulit durian.
- c. **Pelatihan:** Pelatihan diberikan dalam dua aspek, yaitu teknis dan non-teknis. Pelatihan teknis mencakup keterampilan produksi mulai dari pemilahan bahan baku, karbonisasi, penggilingan, pengayakan, pencampuran, pencetakan, pengeringan, hingga pengemasan. Sementara pelatihan non-teknis berfokus pada kewirausahaan dan strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, marketplace, dan fitur interaktif untuk memperluas jangkauan pasar.

- d. Pembuatan Briket Arang: Setelah pelatihan, peserta melakukan praktik langsung pembuatan briket arang kulit durian dengan pendampingan dari tim pengabdian. Tahap ini memastikan peserta benar-benar menguasai keterampilan teknis dan menghasilkan produk dengan kualitas yang konsisten.
- e. Pendirian Kios Briket Arang: Produk yang telah dihasilkan dipasarkan melalui kios briket arang yang menjadi pusat penjualan sekaligus branding produk di tingkat lokal. Kios ini berfungsi sebagai sarana distribusi langsung ke konsumen sekaligus tempat promosi.
- f. Pemasaran Produk: Selain kios, pemasaran juga dilakukan secara digital melalui Instagram, TikTok (live streaming), dan marketplace (Shopee). Strategi digital marketing digunakan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk.
- g. Evaluasi: Proses evaluasi dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas kegiatan, kualitas produk, serta respon pasar. Evaluasi ini melibatkan mitra dan tim pengabdian sebagai dasar untuk memperbaiki proses produksi maupun strategi pemasaran.
- h. Keberlanjutan Program: Tahap akhir difokuskan pada perencanaan keberlanjutan program. Mitra didorong untuk mampu mengelola produksi dan pemasaran secara mandiri, dengan sistem pembukuan usaha yang teratur dan semangat kewirausahaan yang kuat, sehingga program tidak hanya berhenti pada pelatihan tetapi terus berkembang menjadi usaha produktif yang berkelanjutan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan diawali dengan sosialisasi program kepada Karang Taruna Seba Nawesena Desa Blimbing. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya pemanfaatan limbah kulit durian menjadi produk briket arang, sekaligus memperkenalkan strategi pemasaran berbasis digital. Pada tahap ini, peserta diberi gambaran menyeluruh mengenai tujuan, manfaat, serta tahapan pelaksanaan program. Selanjutnya dilaksanakan pelatihan teknis dan non-teknis. Pelatihan teknis mencakup keterampilan produksi briket mulai dari pemilahan bahan baku, proses karbonisasi, penghalusan, pencetakan, hingga pengeringan. Pelatihan non-teknis berfokus pada kewirausahaan dan digital marketing. Metode pelatihan dilakukan melalui pelatihan dan praktik langsung, sehingga peserta lebih mudah memahami dan menguasai keterampilan yang diajarkan.



Gambar 1. Pelatihan Kewirausahaan.



Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing.

Kewirausahaan

Pada aspek kewirausahaan, peserta memperoleh materi terkait perencanaan bisnis, penghitungan harga pokok produksi (HPP), strategi penentuan harga, serta analisis peluang usaha. Kemudian dalam materi pembukuan, peserta dilatih membuat pencatatan transaksi harian, laporan arus kas, dan perhitungan keuntungan sederhana. Hal ini penting untuk memastikan keberlanjutan usaha dengan manajemen keuangan yang transparan. Selanjutnya pelatihan pengelolaan mekanisme penjualan, dimana peserta dikenalkan pada alur distribusi produk, mulai dari penyediaan stok, pencatatan penjualan, hingga layanan pelanggan. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan kemampuan Karang Taruna dalam memahami pentingnya manajemen usaha dan kesiapan menjalankan usaha briket secara profesional.

Digital Marketing

Untuk memperluas jangkauan pemasaran, peserta dilatih menggunakan strategi digital marketing berbasis media sosial dan e-marketplace. Pelatihan ini tidak hanya menekankan aspek teknis penggunaan aplikasi, tetapi juga strategi komunikasi pemasaran, konsistensi konten, dan pentingnya membangun citra merek (branding).

- a. Instagram: Karang Taruna membuat akun bisnis khusus dengan nama Briket Duraemont.

Konten yang diunggah mencakup foto produk dengan latar sederhana namun profesional, testimoni dari konsumen awal, serta unggahan edukatif mengenai manfaat briket arang kulit durian sebagai energi ramah lingkungan. Selain itu, peserta juga dilatih memanfaatkan fitur Instagram Story dan Reels untuk menjangkau audiens lebih luas.

- b. TikTok (aktivitas live): Peserta dilatih membuat video pendek yang menampilkan proses pembuatan briket, keunggulan produk, serta perbandingan dengan arang konvensional. Konten ini dirancang untuk menarik perhatian dengan gaya sederhana, visual jelas, dan bahasa komunikatif. Selain itu, dilakukan simulasi siaran langsung (live) sebagai sarana promosi interaktif. Pada sesi live, peserta berlatih menjawab pertanyaan konsumen, memberikan demonstrasi penggunaan briket, dan menawarkan promo khusus. Pendekatan ini membantu meningkatkan kepercayaan audiens sekaligus melatih keterampilan komunikasi peserta.
- c. E-Marketplace (Shopee): Karang Taruna mulai memasarkan produk di Shopee dengan melengkapi deskripsi, foto produk, harga, serta pilihan variasi kemasan.

Pendekatan digital marketing ini membantu Karang Taruna memahami bahwa pemasaran digital bukan sekadar promosi satu arah, melainkan strategi menyeluruh untuk membangun branding, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memperluas pangsa pasar. Dengan keterampilan baru ini, Karang Taruna memiliki modal penting untuk menjaga keberlanjutan usaha sekaligus memperkuat daya saing produk briket di tingkat regional maupun nasional.



Gambar 3. Live TikTok.



Gambar 4. Akun Instagram Briket Duraemont.

Pembuatan Briket

Pelatihan pembuatan briket dilakukan secara praktik langsung mulai dari pengolahan bahan baku hingga pengemasan. Proses Pembuatan Arang Briket Kulit Durian antara lain:

- a. Pengeringan Kulit Durian (2–4 hari): Tahap awal adalah menyiapkan bahan baku berupa kulit durian yang masih segar. Kulit durian yang baru dipanen biasanya masih memiliki kadar air tinggi, sehingga perlu dikeringkan terlebih dahulu. Proses pengeringan dilakukan dengan menjemur kulit durian di bawah sinar matahari langsung selama 2–4 hari hingga kadar airnya berkurang. Tujuannya adalah agar proses pembakaran berikutnya lebih mudah dan menghasilkan arang yang berkualitas baik.
- b. Pembakaran dengan Sistem Oksigen Minim: Setelah kering, kulit durian dibakar dalam tong pembakaran dengan sistem karbonisasi, yaitu pembakaran dengan suplai oksigen yang minim. Proses ini bertujuan mengubah kulit durian menjadi arang tanpa membuatnya terbakar habis menjadi abu. Pembakaran dilakukan dengan menutup sebagian aliran udara, sehingga kulit durian terkarbonisasi secara perlahan. Hasil dari tahap ini adalah arang kulit durian yang berwarna hitam pekat.
- c. Penjemuran Arang Kulit Durian: Arang yang dihasilkan dari proses karbonisasi kemudian dijemur kembali di bawah sinar matahari langsung. Penjemuran ini berfungsi untuk mengurangi kadar air sisa setelah pembakaran, sehingga arang lebih kering, ringan, dan mudah diolah pada tahap berikutnya. Arang yang terlalu lembap akan sulit digiling dan kualitas briket yang dihasilkan akan menurun.
- d. Penggilingan Arang: Setelah kering, arang kulit durian digiling menggunakan mesin penepung hingga menjadi serbuk halus. Penggilingan ini bertujuan memperkecil ukuran partikel arang agar mudah dicetak dan menghasilkan briket yang padat.
- e. Pengayakan Serbuk Arang: Serbuk arang hasil gilingan kemudian diayak menggunakan mesin ayakan dengan ukuran mesh tertentu. Biasanya digunakan mesh atas 5 mm dan mesh bawah 3 mm untuk menghasilkan serbuk yang homogen. Proses pengayakan memastikan serbuk yang digunakan memiliki ukuran seragam, sehingga kualitas briket lebih konsisten.
- f. Pencampuran (Mixing): Serbuk arang yang sudah halus dan seragam dicampur dengan perekat alami berupa tepung tapioka yang telah dilarutkan dengan air panas. Proses mixing dilakukan hingga adonan tercampur rata dan memiliki tekstur lengket. Komposisi umum yang digunakan adalah sekitar 80% serbuk arang dan 20% larutan perekat tapioka. Perekat ini berfungsi untuk mengikat partikel arang agar tidak rapuh setelah dicetak.

- g. Proses Press dengan Mesin Pencetak: Adonan arang yang sudah tercampur kemudian dimasukkan ke dalam mesin pencetak briket hidrolik. Proses pengepresan dilakukan sebanyak tiga kali untuk memastikan adonan benar-benar padat dan kompak. Semakin rapat briket yang dihasilkan, semakin lama pula daya bakarnya.
- h. Pencetakan Briket: Setelah dipress, adonan dicetak dalam bentuk briket sesuai ukuran dan panjang standar. Bentuk yang umum digunakan adalah silinder atau kubus dengan ukuran yang seragam. Standarisasi ukuran penting agar briket mudah dikemas, memiliki tampilan rapi, serta kualitas pembakaran lebih konsisten.
- i. Penjemuran Briket (2-4 hari): Briket yang telah dicetak dijemur kembali di bawah sinar matahari langsung selama 2–4 hari. Penjemuran ini bertujuan untuk mengurangi kadar air hingga briket benar-benar kering. Briket yang terlalu lembap akan sulit menyala dan menghasilkan asap berlebih, sedangkan briket yang kering akan menyala cepat dan memiliki daya bakar lebih lama.
- j. Pengemasan Produk: Tahap terakhir adalah pengemasan briket. Briket yang sudah kering dan siap digunakan dikemas dalam kotak karton atau plastik tebal berlabel. Setiap kemasan berisi 36 pcs briket dengan ukuran dan bobot seragam. Pengemasan bukan hanya untuk melindungi produk dari kerusakan dan kelembaban, tetapi juga berfungsi sebagai media branding dan promosi produk.



Gambar 5. Pembakaran Kulit Durian.



Gambar 6. Penggilingan Arang.



Gambar 7. Pengayaan Serbuk Arang.



Gambar 8. Pencampuran.

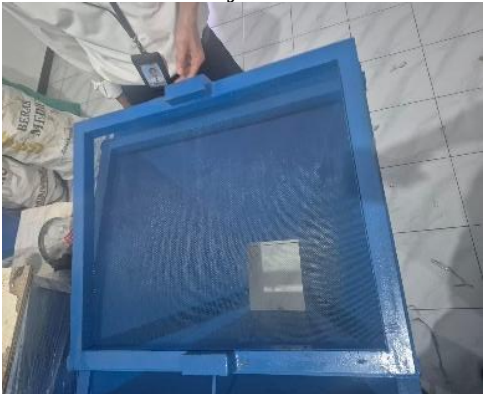


Gambar 9. Pengepresan.



Gambar 10. Penjemuran.

Tabel 1. Alat Pembuatan Briket Kulit Durian.

No.	Alat	No.	Alat
1.	Mesin Ayak Briket 	3.	Mesin Penepungan 
2.	Mesin Pengaduk 	4.	Mesin Cetak 

Tabel 2. Bahan Baku Briket Kulit Durian.

Bahan Baku Briket Kulit Durian		
Kulit Durian Kering	Tepung Tapioka	Air
		

Kelayakan Produk

Kelayakan produk dinilai dari beberapa aspek berikut:

- Pengemasan: produk dikemas menggunakan kotak karton tebal, dilengkapi label merek “Briket Duraemont” serta informasi produk sederhana agar lebih menarik dan memudahkan distribusi.
- Isi dan kualitas produk: setiap kemasan berisi 36 briket dengan ukuran dan bobot yang seragam, serta memiliki kualitas yang terjaga dengan kadar air rendah, asap minim, dan daya bakar yang stabil.



Gambar 11. Packaging Product.

- Harga: harga normal ditetapkan Rp12.000 per kemasan, sementara harga promosi/diskon Rp10.000. Penetapan harga ini mempertimbangkan biaya produksi, margin keuntungan, dan daya beli masyarakat. Hasil uji pasar awal menunjukkan respon positif dari konsumen, khususnya warung sate dan angkringan yang membutuhkan bahan bakar praktis, tahan lama, dan ramah lingkungan.



Gambar 12. Deskripsi Packaging Product

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Blimbing, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri, berhasil memberikan dampak positif bagi Karang Taruna Seba Nawesena dalam aspek produksi maupun pemasaran produk berbasis limbah. Pemanfaatan kulit durian menjadi briket arang terbukti dapat mengurangi permasalahan lingkungan sekaligus menghasilkan produk yang bernilai ekonomi. Melalui rangkaian sosialisasi, pelatihan kewirausahaan, digital marketing, serta praktik pembuatan briket, kapasitas pengetahuan dan keterampilan masyarakat meningkat secara signifikan. Kegiatan ini memperkuat pemahaman bahwa pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal yang dipadukan dengan inovasi teknologi dan strategi pemasaran digital dapat menjadi pendekatan yang efektif untuk meningkatkan kemandirian ekonomi desa. Integrasi antara inovasi produk ramah lingkungan dan digitalisasi pemasaran juga menunjukkan keselarasan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya pada aspek pekerjaan layak, pertumbuhan ekonomi, serta inovasi industri.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diajukan. Pertama, Karang Taruna perlu mengembangkan unit usaha resmi dengan sistem pembukuan yang lebih terstruktur agar keberlanjutan bisnis dapat terjaga. Kedua, strategi pemasaran digital harus terus ditingkatkan melalui konten yang kreatif dan konsisten, serta perluasan pasar ke marketplace skala nasional. Ketiga, diversifikasi produk dengan varian kemasan dan segmen pasar yang berbeda perlu dipertimbangkan agar daya saing produk semakin kuat. Sebagai saran untuk penelitian atau pengabdian berikutnya, disarankan adanya kajian teknis lebih lanjut mengenai standar mutu briket, analisis keekonomian usaha dalam jangka panjang, serta strategi kolaborasi dengan pihak eksternal seperti pemerintah daerah dan sektor swasta. Hal ini penting untuk memperluas jejaring, memperkuat branding produk, dan memastikan keberlanjutan program secara menyeluruh.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat terlaksana berkat dukungan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Dian Nuswantoro atas fasilitasi, arahan, dan dukungan administrasi yang diberikan. Penghargaan juga disampaikan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi melalui BIMA Kemdiktisaintek atas dukungan pendanaan melalui skema Program Pengabdian kepada Masyarakat dengan nomor kontrak induk 123/C3/DT.05.00/PM/2025 tanggal 28 Mei 2025 dan nomor kontrak turunan 023/LL6/PM/AL.04/2025, 118/F.9-05/UDN-09/2025 tanggal 05 Juni 2025, yang menjadi dasar penting dalam pelaksanaan kegiatan ini. Apresiasi juga diberikan kepada Pemerintah Desa Blimbing dan Karang Taruna Seba Nawesena atas partisipasi aktif selama rangkaian kegiatan, sehingga program ini dapat berjalan dengan baik dan mencapai hasil yang diharapkan.

DAFTAR REFERENSI

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Cooper, R. G. (2011). *Winning at new products: Accelerating the process from idea to launch* (4th ed.). Basic Books.
- Crawford, C. M., & Di Benedetto, C. A. (2021). *New product management* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hafid, A. N., & Arifuddin, L. Z. P. (2023). Pembuatan briket sebagai upaya pemanfaatan limbah pertanian bonggol jagung di Desa Jompie. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 256–262. <https://doi.org/10.35580/jhp2m.v2i2.693>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (13th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mulyani, F., & Nur, H. (2021). Analisis perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek) dalam pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 3(1), 101–109. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v3i1.1432>
- Negara, W. P. K., Rahayuningtyas, T. E., Widyatmoko, W., Putri, A. F. M., Benicta, A., Octani, S. D., & Abrar, T. (2025). Managing perceived uncertainty and boosting purchase intention through live-streaming marketing elements. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 21(1), 152–169. <https://doi.org/10.33830/jom.v21i1.9787.2025>

- Rahayuningtyas, T. E., Widyatmoko, W., Kusuma Negara, W. P., Himawan, M. P., & Umam, C. (2025). *Ekonomi desa maju di era 4.0: Melalui inovasi bahan lokal*. Yayasan Drestanta Pelita Indonesia.
<https://publisher.yayasandpi.or.id/index.php/dpipress/article/view/1685>
- Rahayuningtyas, T. E., Widyatmoko, W., Pramudyawardana Kusuma Negara, W., & Pradipta Himawan, M. (2024). Strategi inovasi produk berbasis bahan lokal di era 4.0 untuk meningkatkan ekonomi Desa Gadungan Kecamatan Wates Kabupaten Kediri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPMN)*, 4(2), 223–229.
<https://doi.org/10.35870/jpmn.v4i2.3339>
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Saparin, & Wijayanti, E. S. (2018). Pemanfaatan limbah organik untuk pembuatan briket sebagai energi alternatif untuk kebutuhan masyarakat di Desa Kulur Ilir Kabupaten Bangka Tengah. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung*, 3(1), 18–24. <https://doi.org/10.33019/jpu.v3i1.141>
- Sudiadnyani, I. O., Suwintana, I. K., Putra, I. P. M. E., Nurhayanti, K., & Putrayasa, I. M. A. (2023). Pengolahan limbah produk VCO menjadi arang briket. *Madaniya*, 4(3), 1246–1252. <https://doi.org/10.53696/27214834.528>
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Pedoman praktis: Kiat dan proses menuju sukses* (4th ed.). Salemba Empat.
- Widodo, W., & Riyanto, A. (2022). Inovasi energi alternatif berbasis limbah pertanian untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. *Jurnal Energi dan Lingkungan*, 13(1), 45–52. <https://doi.org/10.12345/jel.v13i1.5678>