

PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI DAN STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) SIRUP BUAH PALADI NEGERI BOOI, PULAU SAPARUA

Hermi Oppier, Hendri D. Hahury, Selvenco Tuasuun

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Pattimura
hahury31@gmail.com

Abstract

Small and Medium Enterprises (SMEs) play important and strategic roles in the regional economy, as well as at the national level. The SMEs refer to productive public economic operations proven to be resilient in times of crises. At the regional level, the presence of SMEs has indirectly absorbed labor and lowered unemployment, which is a constraint to economic progress. However, at the regional level, they face insignificant challenges in expanding their business, particularly in terms of production capacity and marketing strategy. The Community Service Team of Department of Development Economics of Faculty of Business and Economics of Pattimura University, provided training and science and technology diffusion. The training was delivered through counseling on improving the production capacity and marketing strategy while the science and technology diffusion was spread through the development of nutmeg syrup products. Outcomes of the Community Service activity included identifying the potential and problems developing the SMEs, as well as providing solutions by providing a more appealing container for the nutmeg syrup than the previous one, and increasing group members' knowledge of increasing the production capacity and marketing strategy for the nutmeg syrup products.

Keywords: Production Capacity, Marketing Strategy, SME, Nutmeg Syrup.

Abstrak

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran penting dan strategis dalam struktur perekonomian daerah bahkan pada level nasional sekalipun. Dimana UKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang produktif yang telah terbukti mampu bertahan dalam kondisi krisis. Keberadaan UKM pada daerah secara tidak langsung juga telah menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran yang menjadi penghambat pertumbuhan ekonomi. Namun, realitanya UKM sendiri mengalami kendala yang sulit dalam upaya mengembangkan usahanya terutama terkait dengan kapasitas produksi dan pemasaran produk. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Jurusan Ekonomi Pembangunan, FEB Universitas Pattimura memberikan pelatihan dan difusi Iptek. Pelatihan dilakukan dengan cara penyuluhan tentang peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran sedangkan difusi Iptek berupa produk jus pala. Hasil kegiatan pengabdian berupa identifikasi potensi dan masalah pengembangan UKM serta memberikan solusi dengan tersedianya wadah jus pala yang lebih menarik dibandingkan wadah sebelumnya dan menambah pengetahuan anggota kelompok terkait peningkatan kapasitas produksi dan strategi memasarkan produk jus pala.

Kata kunci: Kapasitas Produksi, Strategi Pemasaran, UKM, Sirup Buah Pala.

PENDAHULUAN

Sumber daya alam (SDA) yang melimpah seringkali belum dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh

masyarakat yang tinggal dan bermukim di sekitar sumber daya alam tersebut. Padahal, kepemilikan sumber daya alam yang berlimpah akan lebih

memudahkan dalam proses peningkatan kesejahteraan masyarakat tersebut. Tentunya masyarakat senantiasa dituntut untuk memiliki kemampuan beradaptasi dalam menghadapi situasi yang terjadi ini, misalnya Krisis ekonomi maupun Covid-19 atau lain sebagainya. Kemampuan ini tersebut akan sangat ditentukan oleh ketersediaan sumberdaya lingkungan atau daya dukung ekosistem dan kondisi sosial-ekonomi masyarakat (Salmun, et al., 2022). Berkaitan dengan pengembangan usaha, seringkali masyarakat belum maksimal dalam mengelola potensi SDA yang dimilikinya, sedangkan di waktu yang bersamaan masyarakat dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup rumah tangganya yang kian meningkat dan bervariasi.

Ketidakmampuan masyarakat dalam beradaptasi dapat saja terjadi akibat kurangnya pengetahuan, rendahnya ketrampilan maupun informasi pasar yang bersifat asimetris. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah melalui pendampingan dengan tujuan peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran. Kapasitas produksi merupakan hasil produksi maksimal yang mampu dihasilkan perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Dalam kajian yang dilakukan Afifi (2018) menyatakan bahwa, kapasitas produksi adalah volume atau jumlah produk yang dapat dihasilkan oleh fasilitas produksi atau perusahaan dalam periode tertentu dengan menggunakan sumber daya yang tersedia saat itu. Sementara strategi pemasaran menekankan pada rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman terkait kegiatan yang akan dilakukan agar dapat mencapai tujuan perusahaan.

Negeri (Desa) Booi, Pulau Saparua, Kabupaten Maluku Tengah merupakan Negeri yang berada di kawasan pesisir dan biasanya kawasan pesisir identik dengan sektor perikanan dan pariwisata sebagaimana yang diungkapkan Mirza, et al (2023) dan Donna, et al (2020) . Akan tetapi Negeri Booi justru dikenal memiliki potensi sumber daya alam terbesar dari sektor perkebunan dengan tanaman pala (*Myristica fragrans*) sebagai tanaman mayoritas sekaligus menjadi sumber utama pendapatan rumah tangga petani komunitas Negeri Booi (Hahury, et al., 2020). Tanaman pala di Negeri Booi tidak dapat dipisahkan dari keberadaan areal perkebunan pala yang disebut dengan “dusun/dusung”. Dalam sistem administrasi pemerintahan desa di Indonesia, dusun diartikan sebagai desa kecil atau bagian dari sebuah desa. Pengertian ini berbeda dengan pemahaman masyarakat di Maluku, khususnya Maluku Tengah (Lease). Dusun/dusung merupakan lahan yang diusahakan kelompok keluarga (mata rumah) dengan menanam tanaman umur panjang dan dikombinasikan dengan tanaman setahun. Proses terbentuknya dusun dapat dilihat melalui beberapa tahapan yang berbeda, namun semuanya berawal dari hutan alam (ewang).

Usaha untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga terus dilakukan komunitas Negeri Booi dengan tidak hanya mengandalkan buah pala (biji pala dan bunga pala) semata. Namun, Komunitas Negeri Booi berupaya melakukan diversifikasi produk dengan membuat sirup pala dan beberapa produk olahan lainnya. Strategi diversifikasi buah pala berperan penting dalam peningkatan pendapatan rumah tangga petani melalui beragam produk turunannya (Baszary, 2022; Hamliyatun, et al., 2021; Masrijal & Nanda, 2022). Walaupun demikian,

hingga saat ini upaya diversifikasi yang dilakukan masyarakat Negeri Booi belum menunjukkan adanya perkembangan usaha yang signifikan, baik peningkatan kapasitas produksi maupun aspek pemasaran.

Padahal merujuk pada data pemerintah Negeri Booi tahun 2022, menyebutkan bahwa luas areal perkebunan pala di Negeri Booi adalah sebesar 13 ha, dengan jumlah pohon pala sekitar 1.274 pohon. Sementara, kapasitas produksi (panen) buah pala adalah 900-1200 buah pala gelondongan (utuh) per pohon atau 37,5-50 kg. Daging buah pala yang dapat dihasilkan adalah 30-40 Kg/pohon dan dalam setahun terdapat 3 kali musim panen, sehingga kapasitas panen daging buah pala dalam setahun adalah 120 kg/pohon. Dengan kondisi ini, dapat diperkirakan jumlah daging buah pala yang terbuang di Negeri Booi sebagai limbah adalah sebanyak 152.880 kg atau 152, 88 ton daging buah pala per tahun.

Seyogyanya, dengan kepemilikan potensi sumber daya lokal yang melimpah tersebut dapat mendatangkan peningkatan kesejahteraan masyarakat Negeri Booi. Akan tetapi hingga saat ini, upaya untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga melalui kelompok usaha belum menunjukkan adanya perubahan yang signifikan. Kelompok Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Waelarunyo merupakan kelompok kegiatan ekonomi produktif, sekaligus merupakan salah satu dari tiga kelompok usaha milik masyarakat Negeri Booi yang masih eksis hingga saat ini. Tentunya kelompok UKM ini dibentuk dengan tujuan dapat mempengaruhi perkembangan usaha agar menjadi lebih baik (Gede, et al., 2022)(Gede, et al 2022). Rencana usaha sangat berguna untuk mengidentifikasi kebutuhan

konsumen, atribut produk yang paling diinginkan dan memastikan rencana perusahaan di berbagai aspek, seperti produksi, distribusi, penentuan harga, dan pemasaran.

Seringkali pula para pelaku UKM ini terkendala dengan minimnya pengetahuan, rendahnya ketrampilan masyarakat hingga terbatasnya akses informasi pasar menyebabkan usaha UKM tersebut tidak dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Kendala yang menghambat produktifitas usaha kecil dan menengah ini pun diungkapkan oleh Ratih, et al (2020) bahwa, bahwa pokok permasalahan yang menghambat produktivitas UMKM berkaitan dengan kualitas sumber daya manusia, khususnya di bidang manajemen, organisasi, penguasaan teknologi dan pemasaran, serta kompetisi kewirausahaan yang masih rendah. Bahkan, dalam hal estetika kemasan Kelompok UKM Mawar Indah hanya berfokus menjual dan manual tanpa memikirkan bagaimana kualitas kemasan dari produknya seperti produk pangan khususnya dikemas dan dilabel tidak sesuai dengan yang diinginkan, tidak terlalu menarik bagi konsumen, masih banyak pelaku UKM yang belum memahami design kemasan, dan estetika kemasan produk UKM tidak ada, sehingga ketika baru dilihat kemasannya konsumen sudah tidak berminat.

Kemudian minim dan terbatasnya pangsa pasar penjualan produk yang dihasilkan (Ayu, et al., 2022). Realita yang sama juga diungkapkan oleh Iyus, et al (2022) bahwa, strategi memperkenalkan produk di pasar dan mencari segmentasi konsumen yang tepat menjadi masalah utama dalam memasarkan produk. Temuan-temuan dalam kajian sebelumnya menunjukkan bahwa,

kelompok UKM mengalami kendala yang sama dalam usaha yang digelutinya, memang terdapat berbagai solusi yang ditawarkan dalam kajian-kajian tersebut. Namun, akan sangat berbeda kondisi yang ditemui pada kelompok UKM yang berada di wilayah kepulauan.

Kendala usaha yang mirip memang juga ditemukan dalam observasi awal yang dilakukan pada UKM Waelarunyo berupa keterbatasan sarana pendukung, misalnya mesin parut dalam jumlah yang terbatas sehingga dalam proses produksi cenderung memakan waktu yang cukup lama, Kemasan yang kurang menarik serta pemasaran yang terbatas. Bahkan, perhitungan biaya transportasi dalam memasarkan produknya juga belum diperhitungkan dengan baik. Berdasarkan uraian tersebut sekaligus sebagai wujud nyata pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk dapat meningkatkan kapasitas produksi dan memberikan solusi dalam strategi pemasaran produk.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan salah satu kegiatan lanjutan dari penelitian yang sebelumnya telah dilakukan pada tahun 2022 yang lalu sehingga metode kegiatan pengabdian yang dianggap tepat adalah berupa pelatihan dan *difusi* Iptek. Pelatihan dilakukan dengan cara penyuluhan tentang peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran sedangkan *difusi* Iptek berupa produk jus pala. Kegiatan ini dilakukan pada 4 Mei 2023 dengan sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah Kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) Waelarunyo yang memproduksi sirup buah pala. Pelaksanaan kegiatan sekaligus juga

merupakan bentuk aplikasi dari mata kuliah Ekonomi Pedesaan dan Kepulauan sehingga mahasiswa juga turut dilibatkan dalam kegiatan pengabdian. Adapun tahap-tahap pelaksanaan kegiatan ini sebagai berikut:

Pentahapan kegiatan pengabdian yang dilakukan di Negeri Booi, Pulau Saparua, dimulai pada tahap pertama, dengan melakukan identifikasi potensi dan permasalahan yang dihadapi masyarakat Negeri Booi terkait pengelolaan dan pemanfaatan tanaman pala sebagai sumber penghidupan utama rumah tangga. Identifikasi potensi meliputi, observasi dan diskusi dengan masyarakat, tokoh masyarakat dan aparaturnegeri Booi. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh terkait kondisi eksisting tanaman pala di Negeri Booi yang meliputi, jumlah tanaman pala, luas areal tanaman pala, musim panen pala dan jumlah produksi buah pala. Sementara diskusi bertujuan untuk memperoleh informasi terkait cara pemanfaatan dan pengelolaan tanaman pala yang selama ini dilakukan masyarakat Negeri Booi.

Temuan dalam diskusi memperlihatkan bahwa, pemanfaatan tanaman pala hanya terbatas pada biji pala dan bunga (fuli) pala semata yang memang memiliki nilai ekonomis sangat tinggi. Padahal setiap bagian dari buah pala termasuk daging buah pala dapat dimanfaatkan sebagai alternatif sumber pendapatan baru. Diskusi ini juga mengungkapkan bahwa, daging buah pala tersebut hanya dijadikan sebagai limbah dan belum dimanfaatkan sebagai produk turunan. Tahap perencanaan kegiatan diawali dengan koordinasi antara tim pengabdian dan pemerintah Negeri Booi serta ketua kelompok UKM. Koordinasi dilakukan

untuk mendapatkan saran dan masukan terkait upaya diversifikasi produk buah pala melalui UKM dan hambatan-hambatan yang ditemui.

Berdasarkan hasil koordinasi tersebut, maka tim pengabdian berdiskusi agar dapat menentukan bentuk kegiatan yang cocok untuk dilaksanakan. Tahap ketiga, merupakan persiapan kegiatan, dimana tim pengabdian mempersiapkan segala kebutuhan dan perlengkapan kegiatan mengingat kegiatan berada di Pulau Saparua yang harus ditempuh melalui jalur darat dan laut. Jalur laut sendiri ditempuh dari Pelabuhan Tulehu yang berada di Pulau Ambon menuju pelabuhan Haria yang berada di Pulau Saparua dengan waktu tempuh + 1 jam perjalanan menggunakan kapal cepat.

Pelaksanaan kegiatan merupakan tahap keempat dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat yakni narasumber menjabarkan upaya peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran bagi kelompok UKM sirup pala. Materi yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan dari pelaku UKM, sehingga mudah mengaplikasikannya ke dalam usaha yang digeluti. Langkah terakhir merupakan tahap evaluasi kegiatan yang dilakukan dengan memberikan kuesioner evaluasi untuk diisi oleh peserta dan informasi evaluasi tersebut dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian di waktu mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi sumber daya kepulauan

Mendiskusikan sumber daya kepulauan, maka persepsi kebanyakan orang akan mengarah pada sektor perikanan sebagai sumber penghidupan, terlebih masyarakat kepulauan

umumnya bermukim pada daerah pesisir. Padahal realitanya, sumber daya kepulauan bukan saja sektor perikanan semata akan tetapi juga sektor perkebunan. Kondisi ini tergambar pada kehidupan masyarakat Negeri Booi di Pulau Saparua, Kabupaten Maluku Tengah yang lebih banyak berprofesi sebagai petani dari pada nelayan. Sumber daya perkebunan yang dimiliki masyarakat Negeri Booi berupa tanaman perkebunan pala. Tanaman pala merupakan tanaman mayoritas dan sekaligus sumber utama pendapatan rumah tangga masyarakat Negeri Booi.

Umumnya, pemanfaatan tanaman pala hanyalah berupa buah pala saja (biji dan bunga pala) sedangkan daging buah pala dibuang dan hanya menjadi limbah (Gambar 1). Jarang sekali masyarakat Negeri Booi memanfaatkan daging buah pala sebagai sumber alternatif pendapatan bagi rumah tangganya. Kebiasaan masyarakat Negeri Booi memanfaatkan daging buah pala, hanya bila ada keluarga yang ingin memesannya berupa manisan buah pala. Memang diakui jika biji pala dan bunga pala (fuli) memiliki nilai ekonomis yang tinggi, dimana biji pala dapat dijual dengan harga Rp. 100.000 hingga Rp. 120.000 per kilogram, sedangkan bunga pala per kilogramnya bisa mencapai harga Rp. 200.000.



Sumber: Dokumentasi Kegiatan Pengabdian, 2023

Gambar 2. Bagian Buah Pala (Biji Pala dan Bunga Pala/Fuli)

Walaupun demikian, harga jual tersebut cenderung berfluktuasi setiap waktu. Artinya, di saat ini harga jual tersebut bisa tinggi akan tetapi di lain waktu justru harga jualnya sangat rendah. Sementara itu, berkaitan dengan bagian buah pala yang lain, maka daging buah pala juga dapat dimanfaatkan dan diolah menjadi produk turunan, misalnya jus pala, manisan pala maupun selei pala yang memiliki nilai jual cukup tinggi. Namun, upaya untuk mengembangkan produk turunan dari buah pala tersebut masih mengalami kendala dan belum maksimal. Identifikasi kendala atau masalah yang dihadapi masyarakat Negeri Booi yang telah tergabung dalam kelompok UKM ini berupa rendahnya pengetahuan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan strategi memasarkan produk jus pala. Apalagi, selama ini kelompok UKM melakukan pemasaran hanya berdasarkan jumlah pesanan yang masuk dan jika tidak terdapat pesanan, maka aktifitas produksi pun turut terhenti. Daerah pemasaran jus pala Waelarunyo sendiri berada di Pulau Saparua dengan jumlah produksi yang cenderung terbatas.

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dikemas dalam bentuk pelatihan dan difusi Iptek. Pelatihan dilakukan dengan cara penyuluhan terkait peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran sedangkan difusi Iptek berupa produk jus pala. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan diskusi secara terfokus atau focus group discussion (FGD) untuk mendengarkan pengalaman anggota kelompok UKM Waelarunyo dalam memproduksi dan memasarkan hasil produksi jus buah pala. Setelah mendapatkan berbagai

informasi tersebut, maka tim pengabdian mempersilahkan para narasumber yang berjumlah dua untuk menyampaikan materi pelatihan. Adapun kedua narasumber tersebut merupakan dosen pada Jurusan Ekonomi Pembangunan dengan spesialisasi bidang ekonomi pedesaan dan kepulauan. Pelatihan dilaksanakan pada rumah ketua kelompok UKM Waelarunyo pada Kamis 4 Mei 2023, pukul 13.00-17.00 wit dan diikuti semua anggota kelompok UKM Waelarunyo yang berjumlah 10 orang



Sumber: Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, 2023

Gambar 3. Kegiatan Penyuluhan

Materi pertama, anggota kelompok UKM Waelarunyo diberikan pemahaman mengenai potensi diversifikasi buah pala yang dapat dijadikan berbagai produk turunan selain biji dan bunga pala yang selama ini dimanfaatkan oleh masyarakat Negeri Booi. Dimana, diversifikasi buah pala dapat meningkatkan pendapatan bagi petani maupun memberikan keuntungan bagi industri (Cut & Yuliani, 2022; Syifa & Sugeng, 2020). Diversifikasi sendiri merupakan usaha penganekaragaman produk yang dapat dilakukan oleh individu, komunitas maupun perusahaan dengan tujuan mendapatkan keuntungan. (Oke & Dewi, 2013) berpendapat bahwa, diversifikasi (produk) merupakan suatu proses penganekaragaman barang atau jasa yang diproduksi oleh produsen. Proses membentuk penganekaragaman

bervariasi, dapat dari segi fisik, warna, bau, rasa maupun bentuk.

Sementara itu pada materi kedua, narasumber memperagakan proses produksi jus pala yang dimulai dari buah pala gelondongan hingga menjadi jus pala. Adapun alat-alat produksi yang dipersiapkan antara lain, pisau yang digunakan untuk memotong, membelah dan mengupas buah pala gelondongan, mesin parut untuk memarut buah pala yang telah dibersihkan sebelumnya, loyang, gelas takar dan garam yang digunakan untuk merendam buah pala dan mencegahnya berubah warna. Narasumber kemudian, memperagakan kapasitas produksi untuk 200 buah pala gelondongan (400 belahan daging buah pala). Dimana untuk 200 buah pala gelondongan membutuhkan 7 liter air yang dimasak hingga mendidih, gula sebanyak 4 kg yang dilarutkan dengan air 1 liter agar dapat menghasilkan sirup gula. Olahan tersebut akan menghasilkan jus buah pala segar sebanyak 10 liter yang dikemas dalam botol ukuran 250 ml. Adapun harga jual jus pala per botolnya sebesar Rp. 12.000,-.

Selain itu, narasumber juga menjelaskan bahwa, ampas buah pala yang telah diambil sarinya bisa dicampur kembali dengan beberapa buah pala dan dijadikan sebagai selei pala. Tentunya dengan diversifikasi buah pala menjadi beberapa produk turunan dapat menjadi alternatif sumber pendapatan rumah tangga. Selanjutnya, upaya untuk meningkatkan kapasitas produksi dalam penjelasan narasumber dapat ditempuh melalui beberapa cara antara lain:

- a. Persediaan bahan baku yang cukup
- b. Evaluasi proses produksi
- c. Identifikasi masalah yang terjadi

- d. Mengefektifkan peran anggota
- e. Mengevaluasi pemasaran
- f. Kreatifitas

Sedangkan terkait strategi pemasaran, menurut narasumber, perkembangan saat ini telah jauh berbeda dibandingkan dengan beberapa waktu lampau sehingga kemampuan setiap orang terkait penguasaan informasi dan teknologi harus ditingkatkan. Strategi pemasaran umumnya dapat dilakukan melalui:

- a. Riset target pasar
- b. Menentukan produk yang dibutuhkan konsumen
- c. Temukan diferensiasi produk
- d. Desain kemasan yang menarik
- e. Promosi digital
- f. Website bisnis

Namun, untuk pengembangan kelompok UKM jus pala ini dapat ditempuh dengan cara melalui riset pasar, diferensiasi produk, desain kemasan yang menarik dan promosi digital. Keempat hal ini mutlak diperlukan jika menginginkan adanya peningkatan pemasaran, disamping memperkenalkan produk kepada orang lain. Kemudian, sesi berikutnya dilanjutkan dengan mendiskusikan materi yang telah disampaikan sehingga dapat memperjelas hal-hal yang belum dipahami sebelumnya oleh peserta. Antusiasme yang tinggi dari peserta pelatihan ini terlihat melalui berbagai pertanyaan yang beragam, misalnya terkait peningkatan volume produksi dengan menambah mesin parut yang dinilai lebih efektif dari pada menggunakan tenaga manusia hingga proses perijinan dari BPOM maupun ijin halal dari MUI.

Berkaitan dengan desain kemasan, peserta pelatihan mengatakan

bahwa, mereka mengalami kendala pada membuat desain kemasan yang menarik, terlebih selama ini wadah jus pala yang digunakan adalah dari botol air mineral sehingga secara higienitas dan tampilan kemasan tidaklah menarik. Kondisi ini tentunya akan sangat mempengaruhi minat beli dari konsumen dan turut berdampak pula pada keberlanjutan usaha UKM pada masa mendatang. Pandangan ini juga ditemukan dalam kajian Gumar & Pahlevi (2019) yang menyatakan jika label produk merupakan identitas dari sebuah produk yang akan di pasaran, label produk dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk yang akan di belinya dan menjadi penguat branding usaha dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam label di produk terdapat informasi berupa brand, komposisi, legalitas, fungsi dan petunjuk produk.

Masih berkaitan dengan strategi pemasaran dan hubungannya dengan desain kemasan, narasumber menuturkan bahwa, dalam era perdagangan saat ini, situasi persaingan dalam pasar semakin ketat, maka estetika dapat saja berfungsi sebagai perangkat emosional yang sangat tepat untuk menarik perhatian konsumen. Apalagi pertarungan produk tidak lagi hanya sebatas keunggulan kualitas atau teknologi yang digunakan akan tetapi juga memperhitungkan usaha untuk mendapat nilai tambah agar dapat memberikan *emotional benefit* atau keunggulan emosional kepada konsumen. Untuk itulah kemasan sebenarnya merupakan “pemicu” karena langsung berhadapan dengan konsumen.



Sumber: Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, 2023

Gambar 4. Wadah Jus Pala

Pada kesempatan tersebut, tim pengabdian mengatakan bahwa, untuk wadah jus pala telah disediakan oleh tim sebanyak 100 botol ukuran 250 ml (gambar 3). Penyediaan wadah jus pala tersebut dilakukan dengan memperhitungkan kapasitas produksi yang cenderung masih terbatas. Untuk itu tim pengabdian mengharapkan pada waktu mendatang kelompok UKM jus pala Waelaruno dapat lebih berkembang dalam memasarkan produknya tersebut. Kemudian, tim pengabdian juga melakukan peninjauan dengan kelompok UKM Waelaruno untuk bekerjasama sebagai wujud pelaksanaan tridharma Perguruan Tinggi. Ada pun bentuk kerjasama tersebut adalah menjadikan kelompok UKM Waelaruno sebagai kelompok binaan

SIMPULAN

Peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran yang tepat dapat menjadi jalan keluar yang baik terhadap keberlanjutan usaha UKM. Terlebih usaha UKM ini dapat menjadi sumber alternatif pendapatan rumah tangga petani dalam memenuhi kebutuhan hidup yang terus meningkat dan bervariasi dari waktu ke waktu.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan berfokus pada kelompok UKM Waelarunyo Negeri Booi yang bertujuan dapat memberikan wawasan pengetahuan dan motivasi dalam mengembangkan usaha melalui peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran dalam memasarkan produk jus pala. Sebagai tambahan, kelompok UKM perlu lebih responsif dalam menanggapi permintaan konsumen serta dapat memanfaatkan media sosial untuk memperluas pangsa pasar produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi Bachtiar. 2018. Perencanaan Kapasitas Produksi Dengan Pendekatan Biaya Marjinal Pada Pabrik Tahu “Sbr” Bengkulu. *Creative Research Management JOURNAL-CRMJ*, 1(1), 21–32.
- Ayu Permata Sari, Mardina Ratna Sari Ritonga, Rahmah Aulia, Wahyuni Syahfitri, Firmansyah, H. 2022. Pemberdayaan dan Pengembangan UKM sebagai Pendorong Ekonomi Desa (Studi Kasus pada Desa Kramat Gajah, Kecamatan Galang, Sumatera Utara). *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(6), 1262–1269. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i5.11198>
- Baszary, C. D. U. 2022. Pengaruh Lama Pengerangan Pada Ampas Daging Buah Pala (*Myristica Fragrans Houtt*) Sebagai Nutraceutical Teh Pala. *Biofaal Journal*, 3(1), 28–32. <https://doi.org/10.30598/biofaal.v3i1pp28-32>
- Cut Lena Riza, H. Y. 2022. Pengembangan Produk Pangan Olahan Dari Pala Di Desa Pasie Kuala Asahan. *Sosial Dan Sains*, 2(4), 511–517.
- Donna NP Butarbutar, Lelo Sintani, L. T. H. 2020. Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Pesisir Melalui Pemberdayaan Perempuan. *Journal of Environment and Management*, 1(1), 31–39. <https://media.neliti.com/media/publications/343925-peningkatan-kesejahteraan-ekonomi-masyar-9d29c177.pdf>
- Gede Dana Pramitha, Ayu Siska Wulantari, K. W. 2022. Pelatihan Manajemen Komprehensif Usaha Kuliner Komunitas Food Truck Bali. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(563–569). <https://doi.org/10.30653/002.202273.75>
- Gumar Herudiansyah, C., & Pahlevi, R. 2019. Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 84–89.
- Hahury, H. D., Prabawa, T. S., Wiloso, P. G., Soumokil, T., & Ndoen, M. L. 2020. Institutional impacts on choice of traditional agroforestry-based rural community livelihood strategies in maluku (Utilization of “Dusung” and Nutmeg in Booi Village, Maluku). *Jurnal Manajemen Hutan Tropika*, 26(2). <https://doi.org/10.7226/JTFM.26.2.189>
- Hamliyatun Najah, Sri Rejeki Retna Pertiwi, I. K. 2021. Karakteristik Fisikokimia dan Sensori Velva Buah Pala (*Myristica fragrans Hout*) dengan Penmbahan CMC

- (Carboxy Methyl Cellulose). *Agroindustri Halal*, 7(2), 134–143.
- Iyus Wiadi, Ayoeningsih Dyah Woelandhary, Gilang Cempaka, I. S. 2022. Pelatihan Strategi Pemasaran Untuk Produk Rupa Olahan Serbuk Kayu Bagi Terdampak Pandemi di Yayasan Rumah Sinergi Indonesia. *Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(3), 602–613. <https://doi.org/10.30653/002.202273.80>
- Masrijal, N. T. 2022. Profil Organoleptik Dan Kadar Air Kolak Pala Pada Unit Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Sosial Dan Teknologi (Sostech)*, 2(4), 370–377. <https://sostech.greenvest.co.id/index.php/sostech/article/view/328>
- Mirza Abdi Khairusy, Linardita Ferial, S. A. 2023. Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Edutourism dalam Peningkatan Masyarakat Pesisir Pulau Tunda, Banten. *Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 29–38. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i1.154>
- Oke Setiarso, A. S. D. 2013. Diversifikasi Produk Olahan Telur Itik (Studi Umkm Di Desa Pesurungan Kota Tegal). *JP & P Unsoed*, 3(1).
- Ratih Kusumawardhani, Ignatius Soni Kurniawan, Alfiatul Maulida, A. D. C. 2020. Pelatihan UKM Rumahan Industri Pangan sebagai Upaya Meminimalkan Kendala Berwirausaha. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 23–28. <https://doi.org/10.22146/jpkm.46438>
- Salmun K. Nasib, Syahrizal Koem, R. J. L. 2022. Optimalisasi Potensi Desa Untuk Pencapaian Sustainable Development Goals. *Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(3), 621–630. <https://doi.org/10.30653/002.202273.88>
- Syifa Aulia, S. H. S. 2020. Diversifikasi Produk Olahan Buah Pala (*Myristica fragrans*) di Desa Sukadamai. *Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(6), 966–972. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/pim/article/view/33268>