

## Table Of Content

<b>Journal Cover</b>	2
<b>Author[s] Statement</b>	3
<b>Editorial Team</b>	4
<b>Article information</b>	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
<b>Title page</b>	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
<b>Article content</b>	8

**Indonesian Journal of Cultural and  
Community Development**

ISSN 2615-6180 (ONLINE)



BROUGHT TO YOU BY

**Universitas Muhammadiyah Sidoarjo**

## Conflict of Interest Statement

The author declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

## Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

## Editorial Team

### Editor in Chief

[Dr. Totok Wahyu Abadi](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

### Managing Editor

[Mochammad Tanzil Multazam](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

[Rohman Dijaya](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

### Member of Editors

[Mahardhika Darmawan Kusuma Wardana](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Sinta](#)]

[Bobur Sobirov](#) ([Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Farkhod Abdurakhmonov](#) ("[Silk Road](#)" [International University of Tourism, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Dr. Nyong Eka Teguh Iman Santosa](#) ([Universitas Islam Negeri Sunan Ampel SURabaya, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

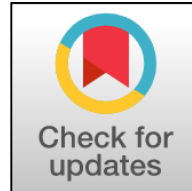
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

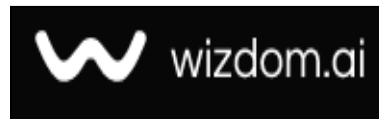
How to submit to this journal ([link](#))

## Article information

**Check this article update (crossmark)**



**Check this article impact (\*)**



**Save this article to Mendeley**



(\*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

## **Empowering Community through Innovation and Marketing Strategy for Candied Nutmeg Products: A Case Study in Negeri Ureng**

*Pemberdayaan Masyarakat melalui Inovasi dan Strategi Pemasaran Produk Manisan Pala: Studi Kasus di Negeri Ureng*

**Fransisca S Latumahina, [fransina.latumahina@yahoo.com](mailto:fransina.latumahina@yahoo.com), (1)**

*Universitas Pattimura □, Indonesia*

**Ismail Fanolong, [fransina.latumahina@yahoo.com](mailto:fransina.latumahina@yahoo.com), (0)**

*Universitas Pattimura □, Indonesia*

**Anisa Rokah Makatita, [fransina.latumahina@yahoo.com](mailto:fransina.latumahina@yahoo.com), (0)**

*Universitas Pattimura □, Indonesia*

**Astin Habasa, [fransina.latumahina@yahoo.com](mailto:fransina.latumahina@yahoo.com), (0)**

*Universitas Pattimura □, Indonesia*

**Muhammad Bahri Adi Saputra, [fransina.latumahina@yahoo.com](mailto:fransina.latumahina@yahoo.com), (0)**

*Universitas Pattimura □, Indonesia*

(1) Corresponding author

### **Abstract**

This scientific article presents a case study on the implementation of Real Work Lectures (KKN) in Negeri Ureng, focusing on the innovation and marketing strategy for candied nutmeg products. The goal of this study was to foster empathy and a sense of concern for community issues while promoting the marketability of nutmeg shells through innovative product development. The research employed direct observation methods, particularly in the production of candied nutmeg, involving the local community members who were interested in initiating or expanding their businesses. The results showed that the project provided valuable insights, knowledge, and skills in product innovation using available natural resources in the Ureng Village. Additionally, it assisted local entrepreneurs in enhancing the packaging and branding of their food products to attract consumers. Furthermore, the project facilitated the process of obtaining trading permits, enabling the businesses to gain recognition across various segments of society. The implications of this study emphasize the importance of appropriate marketing strategies to expedite the sale of locally produced nutmeg-based products.

### **Highlight:**

- Innovation and marketability: Promoting the innovative use of nutmeg shells and developing marketable candied nutmeg products.
- Strategic marketing and packaging: Implementing effective marketing strategies and innovative packaging to enhance sales and expand market reach.
- Community empowerment: Empowering local producers through fair pricing, facilitating quick sales of processed nutmeg products, and supporting business permit acquisition.

**Keyword:**

KKN Implementation, Candied Nutmeg Products, Innovation, Marketing Strategy, Community Empowerment.

---

## Pendahuluan

Mata pencaharian masyarakat di Negeri Ureng ini sebagian besar adalah petani dan nelayan. Tingkat pendidikannya tergolong baik mulai dari informal maupun nonformal yang terlihat dari kegiatan pendidikannya secara antusias diikuti oleh masyarakat sekitar. Kondisi masyarakat di Negeri Ureng relatif tentram dan damai. Hal ini terlihat dari banyaknya fasilitas dan prasarana yang menunjang kegiatan di masyarakat seperti balai desa, musholah, masjid, yayasan pendidikan, taman pendidikan Al- Qur'an, PAUD, dan lain sebagainya, kebijakan pemberdayaan UKM dalam secara umum diarahkan untuk mendukung upaya-upaya penanggulangan kemiskinan dan kesenjangan, penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan ekspor, yang menjadi prioritas pembangunan nasional. Dalam kerangka itu pengembangan usaha kecil menengah (UKM) di Negeri Ureng Kecamatan Leihitu diarahkan agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing yang baik, sementara itu pengembangan usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat yang berpenghasilan rendah, khususnya di sektor pertanian dan perdesaan. Pemasaran adalah proses mengidentifikasi konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa tersebut sehingga terjadi transaksi atau pertukaran antara produsen dan konsumen [1].

Dari segi pekerjaan sendiri mayoritas warga Negeri Ureng terjun pada aspek pertanian dan nelayan namun juga banyak warga yang memiliki usaha rumahan seperti toko kelontong, peternak kambing dan masih banyak lainnya. Dan rata-rata warga menjual barang dagangannya terutama nelayan yang nantinya dijual di perusahaan ikan di Negeri Ureng. Pemasaran adalah salah satu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya [2].

Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawar yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra dan masyarakat umum [3].

*"Marketing is a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and what through creating, offering and exchanging products of value of with other"*, yaitu pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan peralihan produk dan nilai [4]. Di antara berbagai faktor yang berkontribusi terhadap hal ini, topik hangat saat ini adalah rendahnya teknologi dan keterampilan wirausaha di kalangan UKM. Salah satu alternatif peningkatan produktivitas usaha kecil dan menengah adalah dengan melakukan pembenahan sistem bisnis yang sistemik dan instrumen kebijakan sehingga berdampak lebih luas pada peningkatan daya saing daerah. Pengembangan UKM secara parsial belum mencapai hasil yang maksimal untuk peningkatan kinerja UKM. Pembangunan ekonomi secara keseluruhan mengakibatkan negara Ureng tertinggal dalam hal daya saing dibandingkan dengan negara lain di kabupaten Leihitu. Oleh karena itu, kebijakan usaha kecil dan menengah bukan karena ukurannya yang kecil, tetapi karena produktivitasnya yang sangat rendah. Peningkatan produktivitas UKM akan berdampak luas pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, karena UKM merupakan tempat menggantungkan mata pencaharian banyak orang. Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan melakukan modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistemik sehingga akan memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan daya saing daerah [6]. Usaha kecil/mikro memiliki keunggulan di beberapa bidang dengan memanfaatkan sumber daya alam dan padat karya antara lain: pertanian tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan dan restoran. Kegiatan pengembangan dan peningkatan pada sektor usaha kecil diharapkan dan diyakini dapat memperkuat fondasi struktur perekonomian nasional [7]. Selain itu, industri kecil dapat berperan dalam penyediaan produk substitusi impor dan meningkatkan produk ekspor [8].

Bedasarkan penelitian bahwa Masyarakat di Negeri Ureng kabupaten Maluku Tengah yang mayoritas ibu-ibu mengalami banyak kendala atau hambatan dalam mengembangkan inovasi dan strategi pemasaran Produk Manisan Pala atau pelatihan secara intensif dalam inovasi dan strategi pemasaran produk di Negeri Ureng. Kegiatan ini mendukung kualitas produk, inovasi produk, strategi pemasaran dan mendukung program pemerintah khususnya wilayah Negeri Ureng Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah. Kendala yang sedang dihadapi oleh masyarakat sekitar yaitu kurang tahu banyaknya inovasi pengolahan kulit pala diantaranya yaitu manisan pala, sirup pala, dodol pala, dan permen pala. Memanfaatkan kulit pala yang ada di Negeri Ureng menjadi suatu produk menjadikan salah satu inovasi yang nantinya kedepan bisa meningkatkan suatu perekonomian dan suatu usaha kecil menengah (UKM) dikalangan ibu rumah tangga.

## Metode

Sasaran pada kegiatan ini yaitu pedagang yang memiliki usaha dan yang memiliki potensi untuk dipasarkan di media sosial. Kegiatan ini dilaksanakan di Negeri Ureng dengan beberapa warga negeri. Kegiatan ini melibatkan masyarakat Ureng yang memiliki keinginan untuk memulai usaha atau meneruskan usaha yang pernah didirikan lalu menjual atau memasarkan produknya pada media sosial dan cara mendapatkan no P-IRT usaha di dinas kesehatan atau mengikuti pelatihan.



Metode pendekatan yang digunakan pada kegiatan ini yaitu dengan observasi langsung yang dilakukan dengan pembuatan Manisan Pala. Pada metode observasi ini dilakukan secara langsung di Negeri Ureng.

## Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah dilakukan pada bulan Juni 2023 yaitu pada awal program kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan dengan melakukan koordinasi awal melalui ijin pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dengan pelaku usaha mikro antara lain pedagang asinan. Rata-rata warga menjual barang dagangannya di depan rumah. Hasil observasi menunjukkan bahwa para pelaku usaha di desa Ureng, kurangnya inovasi produk dan strategi pemasaran dan pengemasan yang menarik para konsumen. Selain itu, kurangnya pengetahuan akan pembuatan surat perizinan usaha perdagangan.

Penyusunan materi pada kegiatan ini disusun oleh kami Mahasiswa KKN Negeri Ureng dengan melakukan kajian pustaka dari berbagai referensi terkait dengan inovasi produk, strategi pemasaran dan mengenai pembuatan surat izin usaha perdagangan. Tahap penyusunan materi ini dimulai pada awal pelaksanaan dan digunakan untuk kegiatan sosialisasi, dan teori usaha dengan menyusun tema-tema pelatihan ekonomi kreatif oleh kami Mahasiswa KKN Negeri Ureng. Kegiatan perancangan UMKM menyusun sosialisasi (teori), pengumpulan alat dan bahan inovasi produk, dan pelatihan ekonomi kreatif.

Pada pelaksanaan kegiatan sosialisasi pembelajaran inovasi dan strategi pemasaran produk mendukung pelaku usaha mengetahui inovasi dan strategi pemasaran yang bisa menarik konsumen melalui kegiatan, Sosialisasi ini dilaksanakan untuk memberikan wawasan/pengetahuan dan informasi tambahan kepada pelaku-pelaku usaha manisan pala. Kegiatan ini diikuti oleh para pelaku usaha yang bertempat di Balai Desa Ureng Kecamatan Leihitu. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa banyak dari pelaku usaha kebingungan ketika memanfaatkan sumber daya alam yang ada dan sesuai permintaan konsumen. Salah satu contoh pemanfaatan kulit pala dan rempah-rempah.

Kegiatan ini bertujuan untuk melihat keaktifan, keterampilan dan kemampuan pelaku usaha dalam merancang dan membuat inovasi produk dari sumber daya alam yang ada di desa Ureng Kegiatan ini dilakukan dengan mendampingi pelaku usaha dalam merancang dan membuat produk inovasi produk dan pelabelan produk yang akan di pasarkan ke konsumen.

No	Uraian	Skor Rata-rata
1	Kemampuan memahami langkah-langkah pembuatan produk	3.4
2	Kemampuan pembuatan produk	3.2
3	Kemampuan mendemonstrasikan produk	3.7
4	Kemampuan pemahaman pelabelan produk	3.6

Keterangan: 70% Peserta pelatihan memiliki ketrampilan yang baik 30% Peserta pelatihan memiliki ketrampilan yang cukup baik

**Table 1.** Hasil Penilaian Ketrampilan Pelaku Usaha

## Dokumentasi



**Figure 1.** Gambar 1. (Kiri atas) Proses Pengambilan Buah Pala Untuk Dijadikan Manisan, Gambar 2. (Kanan atas) Proses Pembuatan Manisan Pala Ureng, Gambar 3. (Kiri baris ke-2) Proses Perendaman Manisan Pala Menggunakan Air Laut, Gambar 4. (Kanan baris ke-2) Proses Perendaman Manisan Pala Menggunakan Air Gula setelah 1 hari perendaman, Gambar 5. (Baris ke-3) Proses Pemasukan Manisan Pala Dalam Kemasan, Gambar 6. (Baris ke-4) Proses Pemasangan Label Pada Produk



**Figure 2.** Proses Pemasaran Produk Manisan Pala

## Kesimpulan

Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut yaitu: (1) memberikan wawasan, pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan inovasi produk dalam pemanfaatan SDA yang ada di

Desa Ureng, (2) membantu mitra dalam pengemasan olahan makanan dan pelebelan yang menarik disertai dengan brand produk agar dapat menarik konsumen; dan (3) membantu mitra usaha dalam pembuatan surat izin usaha perdagangan agar bisa dikenal semuakalangan.

## Saran

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memang sudah dilaksanakan sampai dengan tahap-tahap sosialisasi dan edukasi ekonomi kreatif. Perlu diperhatikan bahwa kegiatan ini tidak berhenti hanya pada saat kegiatan dilaksanakan. Namun, kegiatan ini diharapkan dapat terus dilaksanakan pelaku usaha mikro di Desa Ureng. Hal yang perlu dilakukan adalah meningkatkan konten promosi di media sosial, memberikan inovasi dan kekreatifan dalam pelaku usaha dalam mengelola SDA secara inovasi di Negeri Ureng.

## References

1. Sumarwan dan Ujang. (2015). perilaku konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
2. Kotler, PK dan Keller, KL (2009). Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
3. Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
4. Sunyoto, D. (2012). Dasar-dasar manajemen pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
5. Mustamim, M., Ula, LF, and Widyastutik, L. (2020). Inovasi dan Strategi Pemasaran Produk Industri Kecil di Era New Normal. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), hlm. 20-22.
6. Chairi, Z., Aflah, A., dan Aprilyana, I. (2022). Peningkatan Produktivitas UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing di Kelurahan Tegal Sari I Kecamatan Medan Area. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 13(2), hlm. 344-349.
7. Liana, L. (2008). Pembinaan Dan Pengembangan Usaha Kecil Sebagai Sarana Memperkokoh Struktur Perekonomian Nasional. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 15(2), hlm. 98-106.
8. Ridwan, M., Hartutiningsih, dan Hatuwe, M. (2014). Pembinaan Industri Kecil dan Menengah Pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Bontang. *Jurnal Reformasi Administrasi*, 2, hlm. 187-199.