



## Pemberdayaan Pengelola Buah Pala Berbasis Kualitas Produk untuk Keberlanjutan Usaha

Dwi Gemina<sup>1</sup>, Tini Kartini<sup>2</sup>, Helmi Haris<sup>3</sup>, Sudarijati<sup>4</sup>, Titiek Tjahya Andari<sup>5</sup>,  
Dewi Astri Nurjanah<sup>6</sup>

Program Studi Manajemen<sup>1,2,4,5,6</sup>, Program Studi Ilmu Pangan Halal<sup>3</sup>

Universitas Djuanda

e-mail: [dwigemina@gmail.com](mailto:dwigemina@gmail.com)

### Abstrak

Pemberdayaan masyarakat berbasis kualitas produk sebagai bentuk pengabdian pada masyarakat. Metode yang digunakan adalah *Focus Group Discussion* (FGD) dan pendekatan partisipatif digunakan dalam kegiatan ini melalui penyuluhan menggunakan metode ceramah, pendampingan, instruksional, tanya jawab, diskusi, simulasi dan praktek. Kegiatan yang dilakukan antara lain: transfer pengetahuan manajemen keuangan; transfer pengetahuan kemasan; ragam model pemasaran; transfer mutu dan kapasitas produksi buah pala serta memberikan motivasi dan memanfaatkan peluang usaha serta informasi pengelolaan keuangan. Program pengabdian masyarakat ini sebagai bentuk pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi bagi Universitas Djuanda dengan hasil kerja dosen yang digunakan masyarakat.

**Kata Kunci:** *Pemberdayaan Masyarakat, Pengelola Buah Pala, Kualitas Produk, Keberlanjutan Usaha.*

### Abstract

Community empowerment based on product quality as a form of community service. The method used is *Focus Group Discussion* (FGD) and a participatory approach is used in this activity through counseling using lectures, mentoring, instruction, question and answer, discussion, simulation and practice methods. Activities carried out include: transfer of financial management knowledge; transfer of packaging knowledge; various marketing models; transfer of quality and production capacity of nutmeg as well as providing motivation and utilizing business opportunities and financial management information. This community service program is a form of implementation of the Tri Dharma of Higher Education for Djuanda University with the work results of lecturers being used by the community.

**Kata Kunci:** *Community Empowerment, Nutmeg Farmers, Product Quality, Business Sustainability.*

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dalam beberapa tahun terakhir telah mendorong dunia memasuki era globalisasi, membawa transformasi signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor bisnis makanan dan minuman. Kondisi ini membuka kesempatan bagi perusahaan untuk membuka pasar lebih luas, namun di sisi lain, hal ini menciptakan persaingan semakin kuat. Kemajuan teknologi

telah memicu perubahan mendasar dalam proses produksi, distribusi, serta pemasaran produk pangan secara global. Kondisi ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi pelaku industri makanan dan minuman untuk tidak hanya meningkatkan mutu produk, tetapi mampu memenuhi kebutuhan, juga harapan konsumen yang semakin beragam serta kompleks. Dalam bidang ekonomi, pertumbuhan ekonomi sering dihubungkan dengan peningkatan lapangan kerja, memberikan peluang bagi masyarakat untuk terlibat dalam dunia kerja, namun demikian jumlah lapangan kerja di Indonesia masih belum mampu menampung para tenaga kerja dan berakibat tingginya tingkat pengangguran.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (2024), UMKM berkontribusi sebesar 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, sehingga mampu menyerap 96,92% dari total tenaga kerja yang ada. Hasil penelitian Zakaria *et al.*, (2022) UMKM memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian lokal. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2019) bahwa sektor UMKM masih dihadapkan beberapa kendala dalam realisasi menjalankan usahanya, seperti kesulitan mendapatkan bahan baku sebesar 23,75%, belum meluasnya pemasaran sebesar 16,96%, teknik produksi sebesar 3,07%, persaingan usaha sejenis sebesar 15,74% dan kendala permodalan sebesar 40,48% (tertinggi). Hal ini didukung hasil penelitian Nugroho (2023), bahwa akses permodalan UMKM di kota-kota kecil sangat terbatas, UMKM lebih mengandalkan modal sendiri untuk menjalankan usaha.

Buah pala (*Myristica fragrans*) merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia berprospek pengembangan tinggi. Buah yang kaya nutrisi, antara lain antioksidan seperti miristin, elemisin, vitamin C, mineral kalium, serta magnesium. Hasil penelitian Urabee *et al.*, (2022), senyawa aktif dalam buah pala terbukti secara ilmiah memberikan manfaat kesehatan, di antaranya meningkatkan fungsi imun, mengurangi inflamasi, mendukung kesehatan jantung, mengatasi gangguan pencernaan, sariawan, menambah nafsu makan, nyeri sendi, insomnia dan menghancurkan batu ginjal. Tetapi hasil penelitian Gotz *et al.*, (2022), kandungan myristicin pada buah pala bersifat psikoaktif berpotensi toksik pada organ atau sistem saraf apabila dikonsumsi berlebihan. Hasil penelitian Wahyuni dan Bermawie (2016), Indonesia menyumbang sekitar 70%-75% dari produksi pala global. Tanaman pala tumbuh subur di berbagai wilayah Indonesia, seperti Kepulauan Maluku, Sulawesi Utara, Aceh, Jawa Barat, dan daerah lainnya. Berdasarkan Data Statistik Perkebunan Provinsi Jawa Barat (2024), Kota Bogor memberikan produksi rata-rata tertinggi dari tahun 2020-2024 sebanyak 576,8 ton.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM memiliki kendala dalam strategi pemasaran produk, kualitas produk, teknologi terbatas, kualitas sumber daya manusia (SDM) yang perlu ditingkatkan, akses pemasaran terbatas, 65% UMKM menyatakan bahwa tidak memiliki cukup dana (Siburian dan Saputra,

2024; Sukartaatmadja *et al.*, 2023; Mariyam *et al.*, 2024; Kurniawan *et al.*, 2020; Nareswari *et al.*, 2023).

Menurut Wijaya (2019), kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik produk untuk memenuhi harapan konsumen atau konsumen, adapun indikator kualitas produk berikut ini: 1) Kinerja (*performance*); 2) Estetika (*esthetic*); 3) Kemudahan perawatan dan perbaikan; 4) Keunikan (*features*); 5) Keandalan (*reability*); 6) Kualitas kesesuaian (*quality of conformance*); 7) Kegunaan yang sesuai (*fitness for use*). Kualitas produk sari buah pala memegang peranan penting dalam menarik minat beli konsumen. Hal ini secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing pasar, produsen perlu merancang strategi pemasaran efektif.

### **Profil Mitra**

Berikut beberapa usaha yang bergerak di bidang pengolahan buah pala pada tahun 2025 di Kota Bogor: Kecamatan Bogor Barat pemilik usaha Bapak Saleh Zulkarnain, memiliki produk sirop, minuman siap saji (RTD), ekstrak pala; Kecamatan Bogor Barat pemilik usaha Ibu Oyok memiliki produk manisan pala kering dan basah; Kecamatan Bogor Selatan pemilik usaha Ibu Nurhasanah, memiliki produk permen pala, sirop pala dan manisan pala; selanjutnya pemilik usaha ibu Hafsa memiliki produk manisan pala. Berdasarkan survei pendahuluan kepada 30 konsumen konsumsi produk sari buah pala di Kota Bogor pada tanggal 15-19 Oktober 2025. Sebesar 63% konsumen menyatakan bahwa tidak merasa puas dengan produk sari buah pala (kinerja); sebesar 53% konsumen menyatakan bahwa produk sari buah pala tidak memiliki desain yang menarik (estetika); sebesar 67% konsumen menyatakan bahwa produk sari buah pala tidak mudah disimpan (kemudahan perawatan dan perbaikan); sebesar 77% konsumen menyatakan bahwa produk sari buah pala tidak menggugah selera (keunikan); sebesar 53% konsumen menyatakan bahwa produk sari buah pala mudah terkontaminasi (keandalan); sebesar 57% konsumen menyatakan bahwa produk sari buah pala tidak sesuai dengan keinginan konsumen (kualitas kesesuaian); sebesar 67% konsumen menyatakan bahwa produk sari buah pala tidak sesuai dengan nutrisinya (kegunaan yang sesuai). Oleh karena itu, kualitas produk merupakan aspek krusial dalam perencanaan strategi pemasaran sari buah pala.

### **METODE**

#### **Metode Pendekatan**

*Focus Group Discussion* (FGD) dan pendekatan partisipatif digunakan dalam kegiatan ini. Metode yang digunakan adalah penyuluhan dengan menggunakan metode ceramah, pendampingan, instruksional, tanya jawab, diskusi, simulasi dan praktek diantaranya adalah aspek pengembangan bisnis dan pemasaran; aspek kualitas produk; aspek peningkatan mutu dan kapasitas produksi.

#### **Langkah Pemecahan Masalah**

Mengadakan pertemuan dengan pengelola buah pala untuk menentukan permasalahan yang dihadapi yang berkaitan dengan usahanya. Penyuluhan dan

demo pembuatan arus kas keuangan, pendampingan perbaikan mutu produk, perbaikan pengemasan dan program *e-Smart*.

### **Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program**

Untuk merangsang partisipasi mitra (pengelola buah pala) metode yang digunakan metode pembelajaran melalui pentahapan sebagai berikut: "Mengalami" Mengalami sendiri bagaimana kalau berusaha tanpa perbaikan produk, perbaikan kemasan, tidak memasuki era digital. Melalui pembelajaran yang baik serta dapat menyebabkan usaha berkembang. "Mengungkapkan" Permasalahan yang dihadapi jika kurang efektifnya pemasaran. "Menganalisis" Mendiskusikan situasi dan kondisi dalam melakukan usaha dengan aspek pengembangan bisnis dan pemasaran; aspek kualitas produk; aspek peningkatan mutu dan kapasitas produksi. "Menyimpulkan" Memutuskan tindakan yang akan dipilih (diaplikasikan). "Menerapkan" sudah yakin menerapkan aspek pengembangan bisnis dan pemasaran; aspek kualitas produk; aspek peningkatan mutu dan kapasitas produksi agar memenuhi keberlanjutan usahanya.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat sarasannya adalah Pengelola Buah Pala di Bogor melalui penyuluhan dan demo. Konsep ini merupakan pembelajaran yang disediakan dalam rangka meningkatkan kinerja terkait dengan pekerjaan saat ini (Priansa, 2018). Kegiatan pengelola buah pala *online* melalui internet pemasaran (Agustina, 2019).

Kriteria UMKM dilihat dari modal kerjanya, sedangkan industri mikro kecil dan menengah (IMKM) dilihat dari jumlah tenaga kerja Sumber: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161837/> (dikutip, 21 April 2025). Manajemen pemasaran merupakan kegiatan manajemen berdasarkan fungsi atau proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola bagian pasar supaya dapat mempertahankan serta menumbuhkan minat pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya (Hery, 2019; Sule dan Saefullah, 2018; Tjiptono, 2015). Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sarasannya (Assauri, 2018; Dharmmesta dan Handoko, 2016; Kotler dan Keller, 2017). Digital *marketing* merupakan penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan pelanggan yang telah teridentifikasi (Kotler, *et,al*, 2018; Muljono, 2018; Prabowo, 2018). Keunggulan bersaing merupakan kemampuan pelaku usaha untuk melakukan strategi yang lebih baik dari pesaing seperti menawarkan nilai lebih rendah dengan memberikan manfaat yang lebih besar (Sunnyoto, 2015; Dalimunthe, 2017; Aji, 2015). Manajemen keuangan merupakan aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan upaya memperoleh dana, memanfaatkan dana dan mengelola dana secara efisien dan efektif sesuai dengan tujuan perusahaan (Sugeng, 2017; Irfani, 2020; Handini, 2020). Kegiatan program pengabdian pada masyarakat berikut ini:

Tabel 1. Kegiatan dan Penanggungjawab Kegiatan Program Pengabdian pada Masyarakat

No	Kegiatan	Penanggungjawab	UMKM
1	Transfer pengetahuan manajemen keuangan dilakukan melalui penyuluhan dan diskusi. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan wawasan manajemen keuangan	Tini Kartini Sudarijati	Pengelola Buah Pala
2	Transfer pengetahuan kemasan melalui penyuluhan, diskusi dan praktik. Hal ini dimaksudkan untuk memperbaiki kemasannya agar lebih menarik.	Titiek Tjahya Andari Dewi Astri Nurjanah	Pengelola Buah Pala
4	Ragam model pemasaran. Hal ini dimaksudkan untuk menggunakan pemasaran digital agar perluasan jaringan bisnis	Dwi Gemina	Pengelola Buah Pala
5	Transfer pengetahuan mutu dan kapasitas produksi buah pala. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan mutu produk	Helmi Haris	Pengelola Buah Pala

Tabel 2. Evaluasi Program Keberhasilan Pengabdian Pada Masyarakat

<b>Evaluasi Pelaksanaan Program</b>		
<b>Indikator</b>	<i>Baseline</i>	<i>Final</i>
1. Jumlah program pemberdayaan yang dilaksanakan	0	4
2. Partisipasi masyarakat selama kegiatan berlangsung	-	100%
3. Keberlanjutan program dikaitkan dengan pemerintah setempat	Rendah	Tinggi
<b>Evaluasi Hasil Program Pada Kesejahteraan Masyarakat yang Dibina</b>		
<b>Indikator</b>	<i>Baseline</i>	<i>Final</i>
1. Kesadaran masyarakat akan pentingnya pembentukan usaha	Tidak ada	Ada
2. Pelatihan dan demo meningkatkan mutu dan kapasitas produksi buah pala	Tidak Ada	Ada
3. Pelatihan dan praktik manajemen keuangan	Tidak ada	Ada
4. Pelatihan pemasaran melalui <i>online</i> dan perluasan jaringan bisnis	Tidak ada	Ada
5. Praktik pembuatan merek dagang	Tidak ada	Ada
6. Terjadi <i>multiplier effect</i> di masyarakat akibat keberadaan unit usaha pengelola buah pala (peningkatan ekonomi lokal)	Tidak ada	Ada

Sumber: Data Diolah, 2025

Dengan demikian partisipasi aktif dari para pengelola buah pala sangat diharapkan pengelola buah pala dapat memahami, mencoba dan menerapkan. Kegiatan ini dapat ditularkan atau disebarluaskan kepada rekan sesama pengelola buah pala serta keluarga pengelola buah pala.

### Karakteristik Pengelola Buah Pala

Peserta pelatihan sebanyak 10 orang, hal ini menunjukkan bahwa pengelola buah pala menjadikan sebagai pekerjaan untuk membantu memenuhi perekonomian keluarga. Usia lebih dari 25-55 tahun, sesuai dengan UU No 13

Tahun 2013 tentang Ketenagakerjaan dikatakan bahwa usia produktif. Pendidikan SMA sederajat, bahwa menjadi seorang wirausaha tidak harus berpendidikan yang tinggi melainkan memiliki jiwa wirausaha yang baik. Mayoritas berstatus sudah menikah sehingga memiliki rasa tanggung jawab yang lebih terhadap usaha yang dijalankan untuk memperoleh penghasilan dan memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Lama usaha antara 1-5 tahun sudah berpengalaman dalam menjalankan usahanya. Pendapatan kurang dari Rp50.000.000,- pertahun, jumlah kekayaan lebih dari Rp50.000.000,- pertahun.

### Perbandingan Kondisi Pemahaman Responden Sebelum dan Sesudah Pelatihan

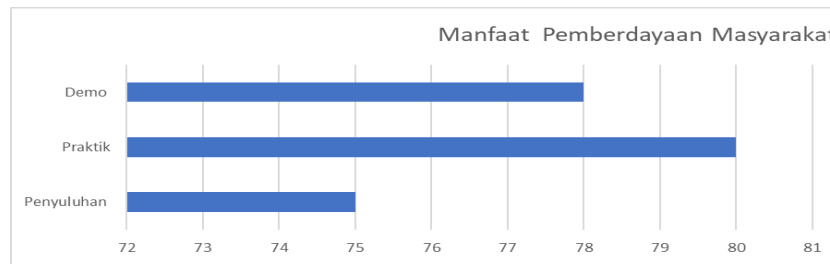
Untuk mengetahui perkembangan hasil uji pemahaman yang dilakukan pada setiap pelatihan, dapat dilihat dari hasil evaluasi peningkatan hasil tes awal (*pre test*) dan tes akhir (*post test*).

Tabel 3. Persepsi Peserta Pengabdian Pada Masyarakat terhadap Materi Pelatihan

No	Materi Pelatihan	Rata-rata Sebelum Pelatihan (%)	Kriteria	Rata-rata Sesudah Pelatihan (%)	Kriteria
1	Pemasaran digital untuk perluasan usahanya merupakan kegiatan usaha ada rencana, harga, promosi, distribusi barang dan jasa yang dapat memuaskan pembeli.	60	Kurang Memahami	70	Memahami
2	Produksi merupakan pengubahan bahan-bahan dari sumber-sumber menjadi hasil yang diinginkan oleh konsumen.	65	Memahami	75	Memahami
3	Merek dagang merupakan tanda yang digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa untuk membedakan produk satu perusahaan dari perusahaan lainnya.	68	Memahami	76	Memahami
4	Akuntansi/Administrasi merupakan pencatatan transaksi bisnis serta menjelaskan informasi yang telah disusun.	60	Kurang Memahami	75	Memahami

Sumber: Data Diolah, 2025

Sedangkan posisi relative persepsi peserta pengabdian pada masyarakat (PPM) terhadap manfaat pelatihan berikut ini:



Gambar 1. Posisi Relatif Persepsi Peserta PPM Terhadap Manfaat Pelatihan (Cukup Tinggi = 63 - 81; Tinggi = 82; Sangat Tinggi > 83)

Melalui kewirausahaan merupakan suatu usaha kreatif yang melibatkan pengembangan nilai, kemampuan serta perilaku untuk menciptakan sesuatu yang baru, bermanfaat, berani mengambil risiko, mampu membuka peluang dan lapangan kerja bagi orang lain (Manap, 2020; Suryana dan Bayu, 2020; Fahmi, 2016). Menurut Astawinetu dan Handini (2020), *Break Even Point* (BEP) merupakan suatu kondisi di mana pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk atau jasa sama besarnya dengan pengeluaran total biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Berikut perhitungannya:

Tabel 4. Penentuan Harga Jual dan BEP Produk Sari Buah Pala

Komponen	Parameter	Rincian Perhitungan (Rp)
Biaya Tetap	Listrik dan Air	100.000
	Tenaga Kerja (@2 Orang)	900.000
	Total biaya tetap	1000.000
Biaya Variabel	Bahan Baku Utama	335.000
	Botol Plastik PET 250ml (@200 Pcs)	120.000
	Label dan segel (@200 Pcs)	80.000
	Total biaya Variabel	535.000
Harga Pokok Produksi		1.535.000
Target Laba (5%)	Rp. 1.535.000 + (Rp. 1.535.000 x 5%) =	1.611.750
	Rp. 76.750	
Harga Jual Per Unit	Rp. 1.611.750 : 200 (botol)	8.000
BEP	Harga jual per unit	8.000
	Total biaya tetap	1.000.000
	Biaya variabel per unit	2.675
	Rp. 535.000 : 200 (botol)	
	BEP	
	$BEP_{Unit} = \frac{FC}{P - VC}$	188 unit
	$BEP_{Unit} = \frac{Rp. 1000.000}{Rp. 8.000 - Rp. 2.675}$	

Tabel 4 menyajikan rincian komponen biaya yang digunakan dalam proses pembuatan produk sari buah pala. Perhitungan dilakukan berdasarkan kapasitas produksi dalam 1 (satu) bulan yaitu sebanyak 200 botol. Untuk dapat mengetahui aspek keuangan tersebut berikut ini:

Tabel 5. Proyeksi Harga Jual dan Permintaan Produk Sari Buah Pala

No	Tahun	Permintaan/Bulan (Unit)	Permintaan/Tahun (Unit)	Harga Jual/Unit (Rp)
1	2025	200	2.400	8.000
2	2026	230	2.760	8.400
3	2027	265	3.174	8.800

Berdasarkan Tabel 5 bahwa proyeksi permintaan dan harga jual produk sari buah pala menunjukkan peningkatan yang konsisten selama tiga tahun berturut-turut. Berikut rincian penggunaan dana investasi:

Tabel 6. Penggunaan Dana Investasi Aset dan Peralatan Produk Sari Buah Pala

No	Jenis Aset			Jumlah (Rp)
	Aset Tetap	Masa Aset Tetap (Tahun)	Depresiasi/Tahun	
1	Mesin Pendingin	3	366.667	1.100.000
Total Aset Tetap				1.100.000
Peralatan Produksi dan Lainnya				
1	Kompor dan Gas			150.000
2	Blender			120.000
3	Baskom (@2 buah)			25.000
4	Panci (@2 buah)			40.000
5	Pisau			20.000
6	Saringan			15.000
7	Timbangan Digital			20.000
9	Sendok Sayur			10.000
Total Peralatan Produksi dan Lainnya				400.000
Investasi Aset dan Peralatan				1.500.000

Tabel 6, alokasi penggunaan dana investasi aset dan peralatan yang diperlukan untuk memulai usaha sari buah pala, dengan total investasi aset dan peralatan sebesar Rp1.500.000. Berikut penggunaan modal kerja:

Tabel 7. Penggunaan Modal Kerja Produk Sari Buah Pala

No	Jenis Modal Kerja	Perputaran	Jumlah (Rp)
1	Gaji Karyawan	1 Bulan	900.000
2	Biaya Bahan Baku	1 Bulan	335.000
3	Botol, Label dan Logo (200 Pcs)	1 Bulan	200.000
4	Biaya Listrik dan Air	1 Bulan	100.000
Total Modal Kerja			1.535.000

Tabel 7 memberikan gambaran tentang modal kerja usaha sari buah pala. Menurut Sucipto (2021), *cash flow* merupakan arus kas atau aliran kas yang ada di perusahaan dalam periode tertentu. Berikut proyeksi *Cash flow* ( arus kas) produk sari buah pala:

Tabel 8. *Cashflow* Produk Sari Buah Pala

Keterangan	2025	2026	2027
Penjualan (Unit) (10%)	2.400	2.760	3.174
Harga Jual (Rp) (5%)	8.000	8.400	8.800
Harga Variabel per Unit (10%) (Rp)	2.675	2.943	3.237
Pendapatan (Rp)	19.200.000	23.184.000	27.931.200
Biaya Tetap (Rp)	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Biaya Variabel (Rp)	6.420.000	8.122.680	10.274.238
Depresiasi (Rp)	366.667	366.667	366.667
Laba Kotor (EBIT)	413.333	2.694.653	5.290.295
Beban Bunga 13% dari investasi bank (25% dari total investasi yang dimiliki) (Rp)	35.750	35.750	35.750
EBT (Rp)	377.583	2.658.903	5.254.545
Pajak 0,5% (Rp)	96.000	115.920	139.656

Keterangan	2025	2026	2027
Laba Bersih EAT (Rp)	281.583	2.542.983	5.114.889
<i>Cash Flow</i>			
Laba Bersih EAT (Rp)	281.583	2.542.983	5.114.889
Depresiasi (Rp)		366.667	366.667
	366.667		
+Bunga (1-TAX) (Rp)	17.875	17.875	17.875
Modal Kerja (Rp)	-	-	1.535.000
<i>Cash Flow (Rp)</i>	666.125	2.927.525	7.034.431

Berdasarkan Tabel 8, dapat diketahui proyeksi aliran kas masuk dan keluar selama periode 2025 hingga 2027. Menurut Harahap (2020), *Return on Investment* (ROI) merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total investasi yang ditanamkan. Berikut perhitungan ROI:

$$ROI = \frac{\text{Pendapatan} - (\text{Total Biaya Tetap} + \text{Total Biaya Variabel})}{\text{Total Investasi aset \& peralatan} + \text{Modal Kerja}} \times 100\%$$

$$ROI = \frac{(19.200.000 - 18.420.000)}{3.035.000} \times 100\% \qquad ROI = \frac{780.000}{3.035.000} \times 100\%$$

$$ROI = 0,26 = 26\%$$

Hasil perhitungan *Return on Investment* (ROI) sebesar 26%, Menurut Susilowati dan Kurniati (2018), *Net Present Value* (NPV) merupakan metode yang dinilai dari keuntungan bersih yang diperoleh di akhir pengerjaan suatu proyek. Berikut perhitungan NPV:

Tabel 9. *Net Present Value* (NPV) Produk Sari Buah Pala

Tahun	<i>Cash Flow</i> (Rp)	<i>Discount Factor</i> (I <sub>1</sub> ) (25%)	<i>Present Value</i> (Rp)
1	666.125	0,800	532.900
2	2.927.525	0,640	1.873.616
3	7.034.431	0,512	3.601.629
Total Present Value			6.008.145
Total Investasi			3.035.000
NPV <sub>1</sub>			2.973.145

Tabel 9 menyajikan perhitungan *Net Present Value* (NPV) menggunakan *discount factor* sebesar 25%. Menurut Kasmir (2020), *Internal Rate of Return* (IRR) merupakan tingkat suku bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas masuk yang diharapkan dengan nilai sekarang dari arus kas keluar. Berikut perhitungan IRR:

Tabel 10. *Internal Rate of Return* (IRR) Produk Sari Buah Pala

Tahun	<i>Cash Flow</i> (Rp)	<i>Discount Factor</i> (I <sub>2</sub> ) (50%)	<i>Present Value</i> (Rp)
1	666.125	0,667	444.305
2	2.927.525	0,444	1.299.821
3	7.034.431	0,296	2.082.192
Total Present Value			3.826.318
Total Investasi			3.035.000
NPV <sub>2</sub>			791.318
I <sub>1</sub>			25%
NPV <sub>1</sub>			2.973.145
I <sub>2</sub>			50%
NPV <sub>2</sub>			791.318

Tahun	Cash Flow (Rp)	Discount Factor (I <sub>2</sub> ) (50%)	Present Value (Rp)
		IRR	0,59
			59%

Berdasarkan perhitungan Tabel 10 nilai *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 59%. Menurut Sucipto (2021), *payback period* merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu usaha dengan cara mengukur seberapa cepat suatu investasi kembali. Berikut perhitungan *Payback Period* (PP):

Tabel 11. *Payback Period* (PP) Produk Sari Buah Pala

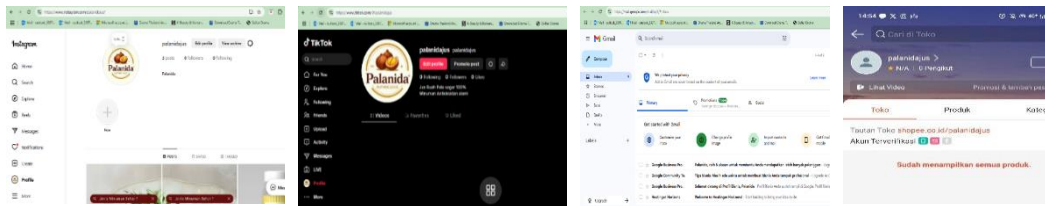
Tahun	Investasi (Rp)	Cash Flow (Rp)	Akumulasi (Rp)	Payback Period (PP)
0	3.035.000			-
1		666.125	-2.368.875	-
2		2.927.525	558.650	✓
3		7.034.431	7.593.081	✓
<i>Payback Period</i> (PP)			1,81 = 1 tahun 10 bulan	

Berdasarkan Tabel 11 diperoleh hasil *Payback Period* (PP) sebesar 1 tahun lebih 10 bulan. Berikut logo, kemasan, desain brosur, banner dan pamflet sari buah pala:



Gambar 2. Logo, Kemasan, Desain Brosur, Banner Dan Pamflet Sari Buah Pala

Adapun *digital marketing* yang digunakan untuk mempromosikan produk sari buah pala "Palanida":



Gambar 3. Screenshot Akun Instagram, Tiktok, Akun Email Bisnis dan Akun Shopee Palanida Sari Buah Pala

Optimalisasi *digital marketing* pada UMKM tidak hanya bertujuan pada peningkatan penjualan individu, melainkan juga merefleksikan pentingnya kualitas produk sebagai pondasi utama daya saing sesuai dengan hasil penelitian Fattah *et al.*, (2024), dengan meningkatkan kualitas produk agar keberlanjutan usaha.

**Dampak Ekonomi dan Sosial**

Program pengabdian pada masyarakat sebagai kesatuan dari pembangunan untuk mewujudkan kemakmuran rakyat. Meningkatkan peran pengelola buah pala dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dan

kemiskinan. Sektor pengelola buah pala terbukti dapat bertahan di kondisi krisis perekonomian dengan memberikan kontribusi cukup penting bagi kesejahteraan masyarakat, ekspor, perdagangan serta dijadikan produk unggulan daerah.

### **Kontribusi terhadap Sektor Lain**

Sedangkan kontribusi terhadap sektor lain antara lain pariwisata. Bogor adalah sebuah kotamadya yang berada di [Provinsi Jawa Barat, Indonesia](#). Saat ini terdapat enam kecamatan (Bogor Selatan, Bogor Timur, Bogor Utara, Bogor Tengah, Bogor Barat dan Tanah Sereal). Membuka peluang bagi pengelola buah pala menjual produknya pada saat wisatawan domestik maupun mancanegara melakukan perjalanan ke Bogor, hal ini merupakan momentum yang tepat bagi para pelaku usaha untuk mengenalkan produk-produk andalannya agar dapat dijadikan oleh-oleh.

### **Evaluasi**

Proses pelatihan dilakukan secara spesifik pada peserta pelatihan dan dilaksanakan secara periodik di lapangan. Tujuan dilaksanakannya evaluasi adalah untuk memperoleh gambaran yang nyata tentang pemberian pelatihan berlangsung dengan permasalahan yang dapat timbul di lapangan. merupakan sebuah acuan untuk mengubah atau memodifikasi metode kegiatan yang disesuaikan dengan perkembangan situasi dan kondisi lapangan. Bahwa program pelatihan harus memberikan wawasan dan pengetahuan tentang aspek kelembagaan dan tata kelola, aspek peningkatan mutu dan kapasitas produksi, aspek pengembangan bisnis dan pemasaran. sehingga diharapkan akan mengembangkan kemampuan berusaha peserta agar menambah pendapatan keluarga.

### **SIMPULAN**

Setelah kegiatan pelatihan ini berjalan sampai dengan akhir pelaksanaan, maka dapat disimpulkan bahwa transfer pengetahuan manajemen keuangan; transfer pengetahuan kemasan; ragam model pemasaran; transfer mutu dan kapasitas produksi buah pala sebagai tanggung jawab Perguruan Tinggi dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi dapat terealisasi dengan baik. Selanjutnya pengelola buah pala sangat perhatian pada usaha dalam memperbaiki usahanya serta mengembangkannya. Kegiatan tim mendampingan pengelola buah pala diperlukan upaya dan waktu untuk membina pengelola buah pala yang memiliki produk unggulannya. Kemudian manfaatnya dari kegiatan program pengabdian pada masyarakat sebagai berikut: a) Pengetahuan dan pemahaman pengelola buah pala tentang aspek pengembangan bisnis dan pemasaran; aspek kualitas produk; aspek peningkatan mutu dan kapasitas produksi; b) Ketrampilan pengelola buah pala meningkat untuk mengembangkan inovasi produk; c) Meningkatkan partisipasi dosen dalam kegiatan pengabdian masyarakat; d) Dosen dapat melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat; e) Hasil kinerja dosen dapat digunakan masyarakat untuk meningkatkan pendapatan dan keajahteraan keluarga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. S. (2019). *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Aji, P. (2015). *Manajemen Strategi (Keunggulan Bersaing Berkelanjutan)*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Astawinetu, E. D., & Handini, S. (2020). *Manajemen Keuangan: Teori dan Praktek*. Scopindo Jakarta Timur: Media Pustaka.
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Oientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1, Hal. 18-31. <https://ojs.uma.ac.id>. (Dikutip 16 Juni 2025).
- Dharmmesta, B. S. dan Handoko, T., (2016). *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen*. 1, Cet. 7 ed. Yogyakarta: BPFE.
- Fahmi, I. (2016). *Kewirausahaan (Teori, Kasus dan Solusi)*. Bandung: Alfabeta.
- Fattah, V., Bachri, S., Utomo, M., Faris, F., & Farid, E. S. (2024). Bankingn On Belief: Investigating The Influence f Religiosity On Sharia On Sharia Banking Adoption. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 22(2), 364–379. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/8145/2001> (Dikutip 13 September 2025).
- Gotz, M. E., Sachse, B., Schäfer, B., & Eisenreich, A. (2022). Myristicin and Elemicin: Potentially Toxic Alkenylbenzenes in Food. 11(13), 1–26. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.go>. (Dikutip 16 Juni 2025).
- Harahap, S. S. (2020). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Depok: Rajawali Pers.
- Handini, S. (2020). *Buku Ajar : Manajemen Keuangan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Grasindo Persada.
- Irfani, A, S. (2020.) *Manajemen Keuangan dan Bisnis : Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2020). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: Rajawali Pers.
- Kurniawan, R., Sudarsono, A., & Anggraeni, D. (2020). Implementasi Manajemen Kualitas Total Pada UMKM: Studi Kasus di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 18(2), 45–58. <https://ulilalbabinstitute.id/index.php/ICEKI/article/view/7959> (Dikutip 12 September 2025)
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2019). *Kendala-Kendala Perkembangan UMKM*. <https://umkm.go.id> (Dikutip 12 September 2025).
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2024). *Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah*, <https://umkm.go.id> (Dikutip 12 September 2025).
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing Management: an Asian Perspective*. London: Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2017). *Marketing Management*. Pearson Education South Asia Pte Limited. London: Pearson.
- Manap, A. (2020). *Manajemen Kewirausahaan Era Digital*. Bogor: Mitra Wacana

Media.

- Mariyam, S., Hestiningtyas, A., & Ivani, K. A. (2024). Penerapan Design Thinking dalam Menghasilkan Usulan Rancangan Kemasan Ramah Lingkungan Untuk UMKM Mantau Goreng Produk Gas Methane. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital Terpadu*, 1(4), 1–15. <https://jurnal.poltara.ac.id>. (Dikutip 16 Juni 2025).
- Muljono, R. K., (2018). *Digital Marketing Concept, Penggunaan Konsep Dasar Digital Marketing untuk Membuat Perubahan Besar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nareswari, N., Nurmasari, N. D., & Putranti, L. (2023). Financial Constraints of Micro, Small, and Medium-sized Enterprises (MSMEs) in the Indonesia Creative Industries. *Journal of Economics Business and Accountancy Ventura*, 25(3), 312–321. <https://doi.org/10.14414/jebav.v25i3.3433>. (Dikutip 16 Juni 2025).
- Nugroho, A. P. (2023). Qualitative Investigation : Exploring the Challenges Faced by Indonesian SMEs in Accessing Financial Services in Sukabumi City. *West Science Interdisciplinary Studies* 1(05), 41-50. <https://wsj.westsciences.com/>(Dikutip 16 Juni 2025).
- Prabowo, W. A., (2018). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Tiga di Jawa Timur. *Manajemen Pemasaran*, Vol. 12, No. 2, Hal. 101-112. <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id>. (Dikutip 16 Juni 2025).
- Priansa, D. J. (2018). *Perencanaan dan Pengembangan SDM*. Alfabeta, Bandung.
- Siburian, B., & Saputra, H. (2024). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan UMKM Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 207–215. <https://www.neliti.com/publications>. (Dikutip 16 Juni 2025).
- Sucipto, A. (2021). *Study Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*. UIN Maliki Press.
- Sukartaatmadja, S., Hermawan, Y., & Silaen, U. (2023). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing Kelurahan Gudang Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 4(1), 31–34. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v4i1.2423>. (Dikutip 16 Juni 2025).
- Sule, E. T. dan Saefullah, K., (2018). *Pengantar Manajemen*. Kencana: Depok.
- Sugeng, B. (2017). *Manajemen Keuangan Fundamental*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Deepublish.
- Susilowati, E., & Kurniati, H. (2018). Analisis Kelayakan dan Sensitivitas: Studi Kasus Industri Kecil tempe Kopti Semanan, Kecamatan Kalideres, Jakarta Barat. *Jurnal BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 10(2), 102–116. <https://journal.unesa.ac.id/index.php>. (Dikutip 16 Juni 2025).
- Sunyoto D. (2015). *Keunggulan Bersaing*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Suryana, S., dan Bayu, K. (2020). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Urabee, M. C., Abdulsattar, J. O., & Nasif, Z. N. (2022). Phytochemical Profile,

Antimicrobial, Antioxidant Activity and Cyclooxygenase 2 Inhibitory Properties of Nutmeg (*Myristica Fragrans*) Seeds Extract. *Egyptian Journal of Chemistry*, 65(1), 317–326. <https://doi.org/10.21608/EJCHEM.2021.78192.3831>. (Dikutip 16 Juni 2025).

Wahyuni, S., & Bermawie, N. (2016). Pemuliaan Pala Sejarah, Sosial, Ekonomi dan Prospek Pengembangan. Badan Penelitian Dan Pengembangan Pertanian. <https://repository.pertanian.go.id/>(Dikutip 16 Juni 2025).

Wijaya, T. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa* (B. Sarwiji ed.). PT. Indeks. Sukoharjo.

Zakaria, Z., Mustofa, A., & Nurhayami, N. (2022). Peran Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Dalam Pemberdayaan UMKM di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 40–46.<https://jim.usk.ac.id/> (Dikutip 16 Juni 2025).