

MENGOPTIMALKAN POTENSI PASAR DAN BAURAN PEMASARAN UNTUK MENGEMBANGKAN INDUSTRI OLAHAN PALA DI KOTA TERNATE

* Cokki

Editor: Frangky Selamat

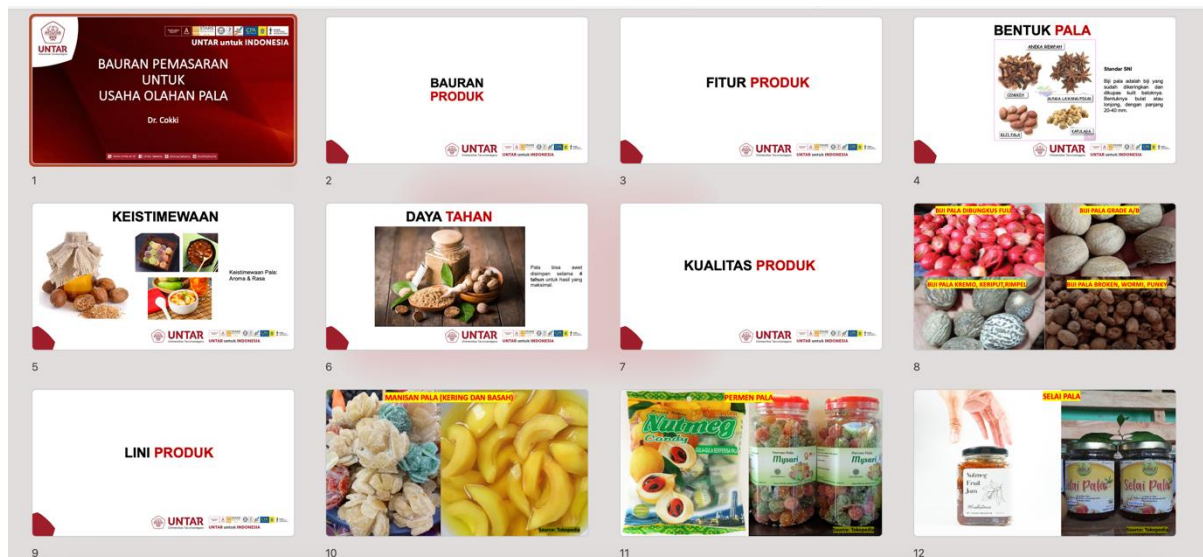
Maluku Utara, yang terkenal sebagai produsen rempah-rempah terbesar di Indonesia dengan fokus pada produksi cengkih dan pala, memiliki sejarah yang panjang dalam perdagangan rempah-rempah. Pala, sebagai salah satu rempah-rempah yang khas, memainkan peran penting dalam sejarah wilayah Maluku Utara. Kota Ternate di Maluku Utara menunjukkan potensi pengembangan diversifikasi produk berbahan baku daging buah pala yang sangat menjanjikan. Namun, tantangan-tantangan seperti pasokan bahan baku, sumber daya manusia, modal usaha, manajemen produksi dan pemasaran, serta standar mutu perlu diperhatikan dengan seksama.

Para pengusaha yang bergerak di bidang pengolahan pala di Kota Ternate menghadapi berbagai tantangan, seperti pelatihan, pembiayaan, dan pemasaran, yang menghambat peningkatan produksi dan efektivitas pemasaran. Dalam konteks ini, pemahaman mengenai bauran pemasaran memainkan peran yang sangat penting.

Bauran pemasaran merupakan strategi efektif dalam menyebarkan informasi, memperkenalkan produk atau jasa, serta mendorong preferensi konsumen terhadap merek atau jasa tertentu. Selain itu, orientasi pasar juga menjadi faktor krusial yang melibatkan orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi lintas-fungsi. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang peran orientasi pasar dan bauran pemasaran dalam mencapai keunggulan bersaing bagi pengusaha pengolahan pala di Kota Ternate.

Kegiatan dimulai dengan wawancara untuk memahami jenis usaha dan permasalahan yang dihadapi, dilanjutkan dengan pemaparan materi "bauran pemasaran untuk usaha olahan pala" untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Bauran pemasaran dalam usaha olahan pala terdiri dari empat bentuk utama: bauran produk, bauran tempat, bauran promosi, dan bauran harga. Keempat

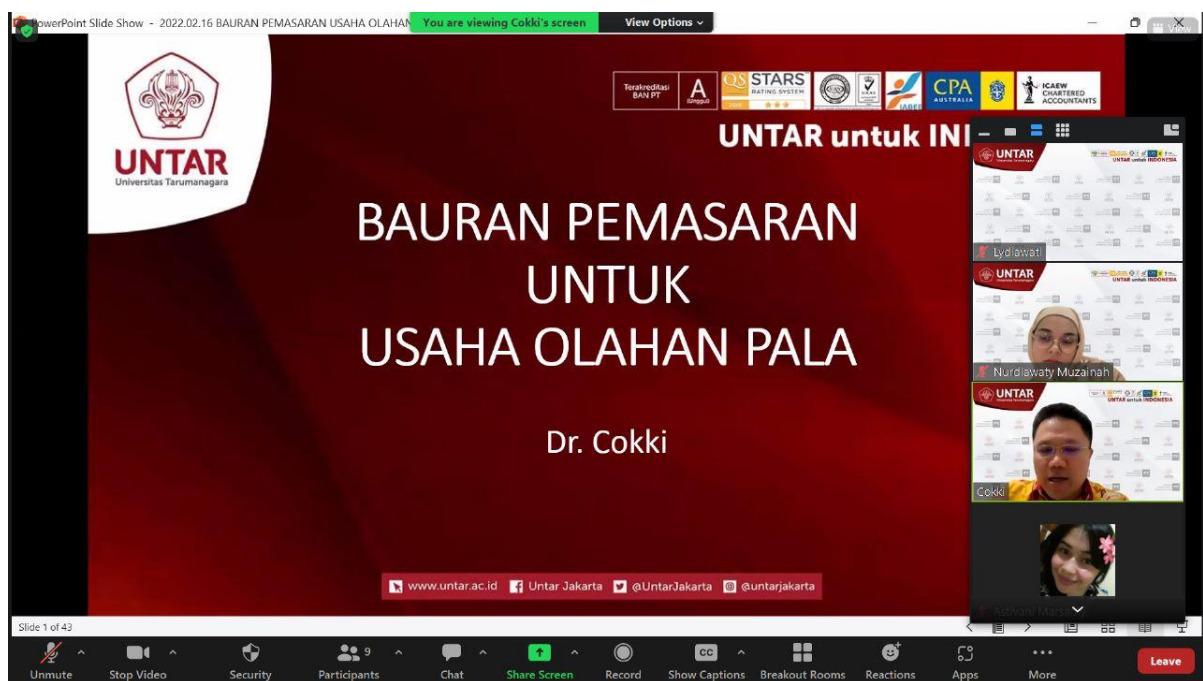
komponen ini berperan dalam menciptakan nilai konsumen. Perusahaan perlu mengoptimalkan keempat komponen ini untuk meningkatkan nilai yang dipersepsikan oleh konsumen. Dalam usaha olahan pala, pemahaman yang mendalam tentang bauran pemasaran menjadi kunci untuk memperkuat keunggulan bersaing merek produk. Dengan menghasilkan daya tarik yang lebih besar bagi pembeli melalui pengembangan produk menarik, saluran distribusi yang efisien, promosi efektif, dan penetapan harga yang sesuai, perusahaan dapat mengungguli pesaing dalam pasar yang kompetitif.



Gambar 1. Materi Penyuluhan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan bersama dengan lima pelaku usaha pengolahan pala di Ternate pada bulan Februari 2023. Pelaku usaha tersebut meliputi pemilik usaha kue kering pala, kecap pala, sambal pala, sirup pala, dan manisan pala. Penyuluhan dilakukan melalui platform Zoom dengan bantuan seorang mahasiswa lokal. Diskusi juga dilakukan antara pelaku usaha dan tim PKM. Kegiatan ini diselenggarakan dalam dua jam, dimulai pukul 19.00 hingga 21.00 WIT, dengan antusiasme peserta yang tinggi. Melalui pengembangan bauran pemasaran yang efektif dan pemahaman tentang orientasi pasar, pelaku usaha olahan pala di Kota Ternate dapat memperkuat keunggulan bersaing mereka dan mendorong pertumbuhan pasar.

Selama penyuluhan berlangsung, para peserta mengajukan beberapa pertanyaan. Salah satu peserta bertanya mengenai cara efektif mempromosikan sirup pala yang dijualnya di pelabuhan. Pertanyaan ini dijawab dengan memberikan sampel gratis kepada pelanggan dan memperbarui kemasan agar terlihat lebih menarik. Beberapa peserta lain bertanya tentang penggunaan *marketplace* dalam negeri dan ekspor ke negara lain. Untuk pertanyaan ini, dijelaskan bahwa diperlukan materi khusus yang akan disiapkan dan dijelaskan lebih lanjut. Peserta terlihat antusias untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai masalah-masalah yang mereka hadapi sehari-hari. Acara ditutup dengan rencana untuk membawakan materi mengenai *marketplace* dalam negeri dan luar negeri pada kegiatan PKM berikutnya.



Gambar 2. Kegiatan Penyuluhan

* Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara