

**PELATIHAN DIVERSIFIKASI PRODUK, PACKAGING DAN STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN NILAI EKONOMIS PRODUK (STUDI KASUS DI DESA MRANAK, KECAMATAN WONOSALAM, KABUPATEN DEMAK)**

**Patricia Dhiana Paramita/ Cicik Harini/Dhwa Dipta Dhyaksa**

Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi/Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran

**ABSTRAKSI**

Komoditas jambu delima merupakan primadona dan produk unggulan dari Desa Mranak Kecamatan Wonosalam Kabupaten Demak. Adapun permasalahan yang muncul di Desa Mranak yaitu adanya pola pikir warga yang sudah cukup puas dengan mengandalkan hasil penjualan budi daya jambu delima apa adanya di pasaran, belum ada diversifikasi produk jambu delima, minimnya pengetahuan warga tentang pengemasan produk makanan serta rendahnya pengetahuan tentang strategi pemasaran untuk memasarkan produk olahan jambu delima. Tujuan dari program diversifikasi produk, *packaging* dan strategi pemasaran adalah meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan warga Desa Mranak untuk mengolah jambu delima menjadi produk olahan yang bernilai ekonomis lebih tinggi, memiliki kemampuan untuk mengemas produk dengan baik dan pengetahuan dalam membuat strategi untuk memasarkan produk olahan dari jambu delima. Perlu adanya program pendampingan dan pemberdayaan secara berkesinambungan di Desa Mranak guna mengembangkan sumberdaya manusia dan lingkungan yang dilandasi oleh nilai-nilai budaya dan pemanfaatan potensi lokal dan kerjasama dengan pihak perbankan dalam hal pemberian bantuan modal untuk peralatan dengan bunga yang ringan serta kerjasama dengan pihak swasta lainnya untuk menjalin link dalam rangka memasarkan komoditi utama jambu delima serta produk olahan lainnya dari jambu delima.

**Kata Kunci : diversifikasi produk, *packaging*, strategi pemasaran, nilai ekonomis**

**ABSTRACT**

*The pomegranate guava commodity is a prima donna and superior product from Mranak Village, Wonosalam district, Demak Regency. The problem that arise in Mranak Village are the mindset of residents who are quite satisfied by relying on the sales of pomegranate cultivation as it is on the market, there is no diversification of pomegranate product, the lack of knowledge of residents about food product packaging and low knowledge of marketing strategies for market processed guava products. The aim of the product diversifikasi program, packaging and marketing strategy is to increase the knowledge and skills of the residents of Mranak Village to process pomegranate guava into processed products that have higher economic value, have the ability to package products properly and knowledge in making strategies for marketing processed products*

*from pomegranate guava. Need ongoing mentoring and empowerment program in Mranak Village to develop human and environmental resources based on cultural values and the utilization of local potential and cooperation with banks in terms of providing capital assistance for equipment with low interest and cooperation with other private parties to establishing links in order to market the main commodity of pomegranate guava and other processed products from pomegranate guava*

**Keywords :** *product diversification, packaging, marketing strategy, economic value*

## **PENDAHULUAN**

Demak merupakan sentra utama jambu air delima (*syzygium aqueum*) di Indonesia. Jambu delima merupakan buah khas yang tumbuh tersebar di Kecamatan Wonosalam, Mijen, Guntur, Wedung dan Demak Kota. Desa Mranak merupakan salah satu penghasil jambu delima di Kecamatan Wonosalam. Masyarakat Desa Mranak sebagian besar penduduknya hidup dari hasil pertanian dengan menanam padi dan kacang hijau. Seiring perkembangan waktu terjadi pergeseran pola tanaman, masyarakat akhirnya bisa memperhitungkan apabila mereka hanya mengandalkan padi dan palawija secara ekonomi belum mencukupi, akhirnya mereka beralih membudidayakan tanaman buah dalam hal ini jambu merah delima. Upaya tersebut mendapat dukungan penuh dari pemerintah daerah setempat terutama dari Dinas Pertanian, akhirnya budidaya jambu merah delima ini serentak dilakukan oleh masyarakat setempat.

Terdapat beberapa kluster di kabupaten Demak, seperti: Kluster Hortikultura (jambu delima), Kluster Pelepah Pisang, Kluster Anyaman Enceng Gondok, Kluster Konveksi Celana Dalam, Kluster Budidaya Lele, Kluster Jangkrik, Kluster Kaligrafi, Kluster Anyaman Bambu, Kluster Parut, dan Kluster Sangkar Burung. Dari kluster-kluster tersebut di atas, yang mendapat pengakuan dan fasilitasi dari Provinsi Jawa Tengah adalah Kluster Jambu Delima. Komoditas jambu merah delima merupakan primadona dan produk unggulan Kecamatan Wonosalam, dimana Desa Mranak Kecamatan Wonosalam merupakan salah satu dari tiga desa penghasil jambu delima tersebut.

Berdasarkan pengamatan awal pada saat melakukan *survey* dapat diketahui bahwa selama ini Desa Mranak yang berpotensi menghasilkan jambu merah delima dengan kapasitas yang cukup banyak ternyata belum melakukan pengolahan lebih lanjut atas produk jambu delima tersebut, dimana jambu merah delima hanya dijual apa adanya. Dalam artian belum ada upaya dari Kluster Hortikultura (jambu delima) yang ada di Desa Mranak untuk melakukan pengembangan terhadap produk (diversifikasi produk) jambu merah delima yang dihasilkan, dimana hasil panen jambu delima langsung dijual kepada konsumen. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Mranak perlu adanya pelatihan tentang diversifikasi produk olahan dari jambu delima, ketrampilan dalam mengemas produk olahan (*packaging*) dan pengetahuan tentang strategi pemasaran untuk memasarkan produk olahan jambu delima tersebut.

Permasalahan yang muncul di Desa Mranak yaitu adanya pola pikir warga yang sudah cukup puas dengan mengandalkan hasil penjualan budi daya jambu delima apa adanya di pasaran, belum ada diversifikasi produk jambu delima, minimnya pengetahuan dari warga tentang pengemasan produk makanan serta rendahnya pengetahuan tentang strategi pemasaran untuk memasarkan produk olahan jambu delima. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan melakukan pelatihan tentang diversifikasi produk jambu delima, *packaging* dan strategi pemasaran kepada masyarakat Desa Mranak, terutama anggota Kluster Jambu Delima.

Tujuan program kegiatan pelatihan tentang diversifikasi produk, *packaging* dan strategi pemasaran yang hendak dicapai antara lain adalah a). meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan warga Desa Mranak untuk mengolah jambu delima menjadi produk olahan yang bernilai ekonomis lebih tinggi; b). memiliki kemampuan untuk mengemas produk dengan baik dan c). pengetahuan dalam membuat strategi untuk memasarkan produk olahan dari jambu delima; d). memperluas jaringan pemasaran produk jambu merah delima dengan menjalin kerjasama dengan para pedagang, toko buah, minimarket dan pihak-pihak lainnya yang dapat membantu pemasaran jambu merah delima; e). secara umum akan

dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat serta dapat menciptakan lapangan kerja serta usaha produktif untuk mengurangi tingkat pengangguran.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Diversifikasi Produk**

Diversifikasi produk adalah cara yang ditempuh oleh owner untuk melancarkan bisnis dengan melakukan penambahan jenis, model dan membuat bisnis baru yang berbeda dengan yang sudah ada (Kotler, 2018). Diversifikasi produk adalah aktivitas yang dilakukan oleh para investor, perusahaan dan pebisnis untuk meningkatkan pendapatan dan memperoleh profit maksimal dimana nilai dari produk mengalami kenaikan karena adanya penambahan tipe, mode, warna, ukuran dan lain sebagainya (Tjiptono, 2017). Tujuan diversifikasi produk adalah a). meningkatkan keuntungan; b). memperluas pasar; c). masyarakat tidak bosan karena ada alternatif lain untuk produk dan d). memiliki nilai saing dengan para kompetitornya. Manfaat dari diversifikasi produk antara lain adalah : a). mengikuti perkembangan dan kebutuhan jaman; b). Mengurangi adanya risiko dai bisnis; c). sumberpendapatan tidak hanya satu saja ada yang lainnya dan d). memproduksi barang sesuai dengan pasarnya (Tjiptono, 2017).

### **2. Packaging (Pengemasan)**

*Packaging* adalah proses pengemasan yang melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi dengan tujuan untuk melindungi produk agar terjaga kualitasnya maupun menjadikan produk jauh lebih menarik, sehingga memiliki nilai jual lebih tinggi (Kotler, 2018). *Packaging* produk atau pengemasan produk merupakan salah satu cara untuk melindungi atau mengawetkan produk pangan maupun non-pangan (Stanton, 2015).

Kemasan adalah suatu wadah atau tempat yang digunakan untuk mengemas suatu produk yang dilengkapi dengan label atau keterangan – keterangan termasuk beberapa manfaat dari isi kemasan (Engel, 2015). Kemasan memiliki tujuan dan fungsi dalam pembuatan produk, yaitu : a). memperindah produk dengan kemasan yang sesuai kategori produk; b).

memberikan keamanan produk agar tidak rusak; c). memberikan informasi kepada konsumen tentang produk dalam bentuk pelabelan; d). Menambah daya tarik produk dengan berbagai *desaign* (Wijayanti, 2021).

### **3. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran adalah cara yang ditempuh oleh perusahaan agar dapat menciptakan nilai added bagi produknya, sehingga customer akan tertarik menggunakan produk tersebut dan akan berdampak pada profit yang diperoleh perusahaan, bilamana *customer* merasa puas (Kotler, 2018). Strategi pemasaran merupakan program perusahaan dalam upaya meningkatkan target penjualan produk bagi perusahaan, sementara di sisi lainnya akan dapat memuaskan konsumen akan produk yang digunakan tersebut dengan membangun elemen dari *marketing mix*, produk, distribusi, promosi dan harga (Tjiptono, 2017).

### **4. Nilai Ekonomis**

Nilai ekonomis adalah perhitungan tingkat profit yang dihasilkan suatu *asset* di masa yang akan datang (Tjiptono, 2017). Nilai ekonomis bermanfaat untuk menjadi dasar pertimbangan saat konsumen dihadapkan pada pembuatan keputusan ekonomi karena melibatkan terjadinya pertukaran, antara barang atau jasa dengan uang (Tjiptono, 2017). Nilai ekonomis sangat bervariasi, tergantung pada beberapa konsep, diantaranya adalah (Kotler, 2018) : a). individual, artinya nilai yang berlawanan antara orang yang satu dengan lainnya karena adanya hak, tanggung jawab, keperluan, impian, kebiasaan yang berbeda antara orang yang satu dengan lainnya; b). kondisi dan lokas sangat penting untuk melakukan pilihan terhadap nilai guna; c). kelangkaan dan substitusi, dimana semakin langkanya suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen dan semakin sedikitnya produk atau jasa pengganti, maka berpengaruh terhadap harga jual produk atau jasa tersebut.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Mranak, Kecamatan Wonosalam Kabupaten Demak antara lain meliputi :

### **1. Metode Observasi**

Metode observasi awal dimaksudkan untuk mengenal secara lebih dekat kondisi wilayah desa yang menjadi lokasi kegiatan serta mengetahui kondisi masyarakat secara sosiologis, ekonomis dan psikologis dan sebagai bahan masukan untuk memenuhi kebutuhan data yang diperlukan untuk tindak lanjut kegiatan, dan dapat dilaksanakan di berbagai kesempatan.

### **2. Metode Identifikasi Potensi dan Permasalahan**

Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah inventarisasi permasalahan, menyerap aspirasi masyarakat dan emetakan segala potensi dan permasalahan. Cara yang dilakukan untuk mencapai metode ini adalah dengan melakukan *Focuss Group Discussion (FGD)*, yaitu mengadakan pertemuan dengan warga masyarakat di sekitar lokasi pelaksanaan kegiatan, untuk melakukan diskusi terhadap potensi yang dapat dikembangkan dan permasalahan yang harus segera diatasi, dengan melibatkan aparat desa dan tokoh masyarakat (tomas), narasumber yang berasal dari Dinas Instansi Kabupaten setempat yang terkait dengan program yang dilaksanakan dan dosen dari Universitas Pandanaran.

### **3. Metode Analisis Kebutuhan Program**

Tahap awal yang harus dilakukan adalah melakukan kompilasi data, baik data yang diperoleh dari sumber data primer maupun dari sumber data sekunder. Berdasarkan potensi unggulan lokal desa serta segala bentuk permasalahan yang dihadapi dan telah tersusun dalam kompilasi data tersebut, maka dilakukan analisis kebutuhan program berdasarkan seluruh data yang masuk yang diperoleh saat kegiatan tahap observasi maupun identifikasi potensi dan permasalahan.

### **4. Metode Sinkronisasi dan Penyepakatan Program dan Kegiatan**

Program dan kegiatan yang akan dilaksanakan harus disepakati dengan pihak aparat pemerintah desa, agar mendapatkan dukungan fasilitasi dari pemerintah desa dan menjamin keterlibatan masyarakat, dimana kegiatan yang akan dilaksanakan perlu disinkronisasikan dengan dinas instansi terkait,

agar program kegiatan yang akan dilaksanakan sejalan dengan program dinas, sehingga mendapatkan dukungan dan fasilitasi.

#### **5. Metode *Partisipatory* dan Pendampingan Masyarakat**

Metode *partisipatory* ini bertujuan untuk menyerap partisipasi aktif masyarakat dalam rangka keterlibatan dalam kegiatan ini. Kondisi ini dapat diukur dari banyaknya masyarakat yang menghadiri kegiatan pertemuan yang dilaksanakan serta keaktifan mereka dalam rangka memberikan pertanyaan, masukan dan usulan kepada nara sumber untuk dibahas bersama-sama.

Metode pendampingan masyarakat dilakukan saat pelaksanaan kegiatan pelatihan ketrampilan dalam rangka diversifikasi produk, yaitu pengolahan produk asal menjadi produk lain yang memiliki nilai ekonomis dan daya jual yang lebih tinggi serta manajemen pemasaran.

### **PEMBAHASAN**

Beberapa permasalahan yang dapat diinventarisir dari kondisi yang ada di lapangan selama ini masyarakat Desa Mranak sudah cukup puas dengan mengandalkan hasil penjualan budi daya jambu delima apa adanya di pasaran. Padahal produk jambu delima tersebut dapat diolah menjadi produk lainnya yang memiliki nilai guna dan nilai ekonomi serta berdaya jual lebih tinggi daripada produk aslinya. Diharapkan Kluster Hortikultura yang ada di Desa Mranak mengupayakan agar masyarakat setempat mengubah pola pikirnya untuk mengolah produk jambu delima menjadi produk olahan yang memiliki nilai ekonomis lebih tinggi (diversifikasi produk), sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Program kegiatan pelatihan diversifikasi produk, *packaging* serta strategi pemasaran telah dilaksanakan oleh dosen-dosen Universitas Pandanaran di Desa Mranak Kecamatan Wonosalam Kabupaten Demak mulai tanggal tanggal 10 Oktober 2022 sampai dengan 10 November 2022.

#### **1. Kegiatan Pelatihan Diversifikasi Produk Olahan Jambu Delima**

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada hari minggu, tanggal 23 Oktober 2022 di Balai Desa Mranak dan ditujukan khususnya kepada ibu-ibu anggota PKK, Dawis Desa Mranak serta ibu-ibu istri dari petani yang

tergabung dalam Anggota Kelompok Petani Jambu Merah Delima Desa Mranak. Kegiatan yang diikuti oleh 55 peserta ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada warga bahwa buah jambu delima dapat diolah menjadi produk olahan (diversifikasi produk) yang memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi daripada buah jambu delima yang dijual biasa. Pelatihan diberikan oleh : Patricia Dhiana Paramita, SM, MM.

### **Tujuan Kegiatan**

- a). Menumbuh kembangkan mental jiwa berwirausaha warga Desa Mranak untuk meningkatkan penghasilan yang lebih baik. Dengan adanya pelatihan ini di harapkan warga Desa Mranak bisa menambah nilai ekonomis jambu delima, yang semula hanya dijual murah dalam bentuk buah, tetapi dengan diolah menjadi berbagai produk makanan dan minuman seperti aneka *juice*, selai, nastar, manisan, *pancake* dan dodol yang tentunya bernilai ekonomis tinggi.
- b). Dapat dijadikan sebagai ide-ide berwirausaha jambu delima, seperti bisnis rumahan yang dapat menambah pendapatan keluarga, sehingga dapat memaksimalkan nilai buah jambu delima yang tidak tahan lama. Dengan adanya diversifikasi produk olahan jambu delima ini, warga punya banyak kreasi untuk mengemasnya dalam bentuk lain tetapi juga tidak membuang sayang daging buah yang masih bagus dan yang masih layak untuk dimakan.

### **Tolak Ukur Keberhasilan Kegiatan**

- a). Peserta pelatihan sangat antusias untuk mengikuti kegiatan pelatihan, hal ini terbukti dengan banyaknya ibu-ibu yang hadir pada saat pelatihan. Rasa ingin tahu ibu-ibu dapat memberikan motivasi untuk menciptakan menu kreasi baru dari olahan jambu delima. Pada saat sesi tanya jawab banyak pertanyaan yang disampaikan kepada narasumber, baik yang berkaitan dengan resep memasak, peralatan alternatif yang bisa digunakan, bahan adonan pengganti yang dapat digunakan, kriteria daging buah yang masih baik untuk diolah menjadi kreasi olahan dalam bentuk makanan/minuman

dan cara *packaging* yang baik dan benar untuk mengemas berbagai *juice*, nastar, selai, dodol, manisan serta *pancake*.

- b). Disisi lainnya para peserta juga minta diadakan sesi kedua pelatihan untuk memfasilitasi warga yang pada hari tersebut belum bisa mengikuti pelatihan.



Gambar 1

Narasumber pelatihan 1 Patricia Dhiana Paramita, SE, MM sebelum memberikan pelatihan tentang diversifikasi produk jambu delima



Gambar 2

Peserta pelatihan melihat berbagai olahan kreasi dari jambu delima

## **2. Kegiatan Pelatihan Diversifikasi Produk Olahan Jambu Delima (Sesi Kedua) Penyuluhan *Packaging* Produk serta Strategi Pemasaran Produk**

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Minggu, tanggal 30 Oktober 2022 bertempat di Balai Desa Mranak, untuk menindaklanjuti pelatihan diversifikasi produk olahan jambu delima yang sudah dilakukan pada hari Minggu, tanggal 23 Oktober 2022. Kegiatan pelatihan sesi kedua tentang diversifikasi produk diikuti 80 peserta dengan nara sumber Patricia Dhiana Paramita, SE, MM. Narasumber lainnya, yaitu Dr. Cicik Harini, MM memberikan penjelasan kepada para peserta tentang cara mengemas (*packaging*) makanan atau minuman olahan dari jambu delima yang baik, higienis dan menarik, sehingga layak untuk dipasarkan serta strategi dalam memasarkan produk serta penyuluhan tentang strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan pendukung kelancaran berlanjutnya suatu bisnis, dimana jika memiliki strategi

pemasaran yang efektif menjadikan bisnis anda akan mampu bersaing di pasar lokal maupun pasar global.

### **Tujuan Kegiatan**

- a). Peserta akan memiliki kreativitas untuk membuat berbagai olahan makanan, minuman dengan bahan dasar jambu delima
- b). Peserta memiliki kemampuan untuk mengemas berbagai olahan makanan dan minuman dengan bahan dasar jambu delima dengan berbagai desain yang menarik, membuat pelabelan dan sebagainya sehingga produk memiliki penampilan yang baik.
- c). Peserta memiliki kemampuan untuk memasarkan produk yang dihasilkan lewat berbagai media pemasaran, baik secara *offline* dengan melakukan kerja sama dengan pasar, toko maupun supermarket di wilayah sekitar serta melakukan penjualan via *online* dengan menggunakan media sosial, seperti *instagram*, *facebook* dan *whatsapp*.

### **Tolak Ukur Keberhasilan Kegiatan**

- a). Para peserta dengan sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan memasak olahan jambu delima, hal ini terbukti dengan banyaknya peserta yang hadir pada saat pelatihan dibandingkan dengan pelatihan sesi pertama. Rasa ingin tahu ibu-ibu dapat memberikan motivasi untuk menciptakan menu kreasi baru.
- b). Peserta yang kebanyakan adalah ibu-ibu PKK, Dawis, istri dari para petani Kluster Jambu Delima serta warga lokal mulai memahami bagaimana pentingnya melakukan diversifikasi produk jambu merah delima agar memiliki nilai jual lebih tinggi, pentingnya membuat kemasan yang menarik minat konsumen dan melakukan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya, baik dilakukan secara *offline* maupun *online*.



Gambar 3  
Penyerahan cenderamata dari narasumber pelatihan :  
Dr. Cicik Harini, MM kepada salah satu perwakilan perangkat  
Desa Mranak,

### **3. Evaluasi dan Monitoring**

Evaluasi dari kegiatan pelatihan tentang diversifikasi produk, *packaging* produk dan strategi pemasaran ini dilakukan untuk menindaklanjuti kegiatan pelatihan yang sudah dilakukan hari Minggu tanggal 23 Oktober 2022 dan 30 Oktober 2022. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Minggu, tanggal 6 November 2022 dan bertempat di Balai Desa Mranak, diikuti oleh 100 peserta, dimana kegiatan berupa lomba olahan dari jambu delima.

Tim pengabdian masyarakat dari Universitas Pandanaran mengadakan evaluasi dengan tujuan ingin mengetahui sejauh mana kemampuan dan kreativitas warga Desa Mranak setelah mengikuti pelatihan tentang diversifikasi produk, *packaging* produk dan strategi pemasaran produk.

#### **Tujuan Kegiatan**

- a). Memotivasi warga Desa Mranak untuk memiliki kreativitas membuat berbagai olahan makanan dan minuman dengan bahan dasar jambu delima
- b). Memotivasi warga Desa Mranak untuk berwirausaha dengan memasarkan produk olahan jambu delima, dengan kemasan yang baik, higienis dan

menarik, sehingga akan dapat meningkatkan nilai ekonomis produk olahan tersebut.

### **Tolak Ukur Keberhasilan Kegiatan**

- a). Peserta pelatihan sangat antusias mengikuti kegiatan lomba memasak kreasi olahan jambu delima, hal ini terbukti dengan keikutsertaan warga meramaikan acara lomba memasak, disamping itu juga banyak warga yang datang untuk melihat lomba memasak tersebut.
- b). Peserta yang telah mengikuti lomba kreasi memasak olahan jambu delima memamerkan keahliannya dalam membuat *packaging* yang unik, menarik dan sedap dipandang.
- c). Peserta mampu memasarkan produk melalui media sosial yang mereka miliki.



Gambar 4  
Berbagai olahan kreasi dari jambu delima yang dipamerkan peserta lomba memasak

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Ada beberapa hal yang dapat disimpulkan dari hasil kegiatan sosialisasi, penyuluhan dan pelatihan tentang diversifikasi, *packaging* dan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Tim KKN Universitas Pandanaran di Mranak Kecamatan Wonosalam Kabupaten Demak, antara lain adalah sebagai berikut :

- 1). Kurangnya keterlibatan dari warga Desa Mranak untuk menambah pengetahuan tentang diversifikasi produk, ditunjukkan dengan warga belum

melakukan pengolahan lebih lanjut atas produk jambu delima, dimana jambu merah delima langsung dijual kepada konsumen, tanpa ada usaha untuk mengembangkan produk jambu delima menjadi produk olahan yang memiliki nilai ekonomis dan berdaya jual lebih tinggi daripada produk aslinya.

- 2). Warga belum banyak melakukan inovasi untuk memanfaatkan sumber daya lokal seperti komoditi jambu delima guna menambah pendapatan masih perlu upaya pendampingan dan pemberdayaan secara berkesinambungan.
- 3). Banyak usaha ekonomi produktif skala rumah tangga yang sudah digeluti masyarakat, tidak dapat berjalan secara berkelanjutan, karena keterbatasan modal, minimnya peralatan serta kurangnya strategi pemasaran. Keterbatasan modal serta upaya pembinaan dalam memulai usaha ekonomi produktif menjadi kendala masyarakat untuk enggan memulai usaha dan hanya mengharapkan dana bantuan stimulan yang diberikan pemer

### **Saran**

Rekomendasi yang dapat diajukan oleh TIM KKN dari Universitas Pandanaran adalah :

- 1). Perlu adanya motivasi yang diberikan kepada warga Desa Mranak untuk mengembangkan kreasi dalam melakukan diversifikasi olahan produk jambu delima. Pelatihan diversifikasi berbagai produk olahan jambu delima perlu diberikan kepada warga Desa Mranak secara kontinyu untuk meningkatkan ketrampilan dan kreativitas mereka dalam mengolah jambu delima menjadi produk lainnya.
- 2). Perlu adanya penyuluhan tentang *packaging* produk makanan dan minuman serta pemberian label untuk memberikan *image* tersendiri atas produk olahan jambu delima dengan tujuan agar mudah dikenal oleh masyarakat.
- 3). Perlunya program pendampingan dan pemberdayaan yang dilakukan secara berkesinambungan di Desa Mranak guna mengembangkan sumberdaya manusia dan lingkungan yang dilandasi oleh nilai-nilai budaya dengan memanfaatkan potensi lokal.

- 4). Perlu adanya kerjasama dengan pihak perbankan dalam hal permodalan serta kerjasama dengan pihak swasta lainnya untuk menjalin link dalam rangka memasarkan komoditi utama jambu delima serta produk olahan lainnya dari jambu delima.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2018. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Engel, James F., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard, 2015. *Perilaku Konsumen*, Jilid I, Jakarta: Bina Rupa Aksara
- Stanton, William, 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta : Andi Offset
- Wijayanti, 2021. *Packaging*, Yogyakarta : Andi Offset