

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT KOTA REMPAH:  
STUDI PADA PENJUAL PISANG GORENG-AER GURAKA  
DI PANDARA KANANGA KOTA TERNATE**

<sup>1</sup>Hartaty Hadady  
<sup>2</sup>Abdullah W. Jabid  
<sup>3</sup>Rahman Dano Mustafa

<sup>1,2,3</sup>Universitas Khairun  
Jl. Jusuf Abdulrahman, Ternate Selatan 97719  
e-mail: <sup>1</sup> hartaty.hadady@unkhair.ac.id,  
<sup>2</sup>abdullahjabid@unkhair.ac.id

**Abstrak**

Dalam rangka membangun image Ternate kota rempah, pemerintah membangun sejumlah infrastruktur untuk mencerminkan kota rempah. Salah satu sajian minuman rempah adalah aer guraka yang disajikan bersama dengan gorengan pisang. Tempat yang memadai ini menjadi daya tarik bagi pengunjung, baik masyarakat setempat maupun pendatang. Awal dibukanya Pandara Kananga tempat itu ramai dikunjungi, namun setelahnya jumlah pengunjung berkurang, karena masalah harga. Pendapatan penjual tidak sesuai target dan pembeli merasa bahwa harga paketan tersebut tidak ideal dan tidak logis atau terlalu mahal. Untuk itu maka solusi permasalahan yang akan kami tawarkan adalah dari sisi penjual harus membuat perhitungan proses produksi aer guraka-pisang goreng dengan menggunakan alat-alat berupa timbangan dan kalkulator serta format excel (komputer), karena selama ini perhitungan harga jual hanya menggunakan insting. Untuk itu target kami setelah pelaksanaan PKM, maka penjual dapat menyediakan produknya (aer guraka-pisang goreng) dengan harga jual produk yang ideal (berdasarkan harga pokok produksi dengan mempertimbangkan faktor inflasi, UMR, dan proses ambil untung melalui persentasi keuntungan). Solusi yang kami tawarkan tersebut membuat harga menjadi lebih bersaing bagi konsumen penikmat aer guraka-pisang goreng sehingga jumlah konsumen meningkat dan penjual akan memperoleh keuntungan. Dan target luaran lainnya adalah publikasi pada jurnal ilmiah dan kegiatan juga dipublikasikan pada media cetak atau media online lokal.

Kata Kunci : City branding, Ternate kota rempah.



## 1. ANALISIS SITUASI

Konsep branding atau pemberian merek saat ini tidak saja menjadi sebuah pekerjaan besar bagi perusahaan, namun juga bagi pemerintahan daerah dimana pemerintah daerah adalah organisasi nirlaba. Organisasi nirlaba ini harus memiliki kreativitas agar segala kegiatannya dapat memberikan efek bagi kesejahteraan masyarakat. Bagaikan sebuah corporate, pemerintah daerah harus melihat peluang, membaca potensi daerah, lalu memperkenalkan kepada konsumen (masyarakat luas) bahwa city branding-nya memiliki citra positif. Keindahan daerah, potensi, dan kekayaan kota dibangun untuk menarik perhatian turis dan pelancong, ketika mereka ini datang dan berkunjung, maka pundi-pundi keuntungan dapat diperoleh masyarakat setempat.

City Branding merupakan suatu identitas, simbol, logo atau merek yang terdapat pada suatu Kota atau daerah. City Branding merupakan sebuah strategi dari suatu Negara atau Kota sebagai positioning yang kuat dalam target pasar mereka, seperti halnya positioning sebuah produk atau jasa, sehingga suatu Negara dan Kota atau Daerah tersebut akan dikenal secara luas diseluruh Dunia (Gustiawan, 2011, dalam Zaman (2021)). Menurut Chaniago City Branding adalah cara atau usaha dalam membentuk merek dari suatu Kota yang bertujuan untuk mempermudah Kota tersebut, dikenalkan Kotanya kepada target pasar (investor, tourist, talent, event) dengan menggunakan kalimat positioning, slogan, icon, eksibisi dan media lainnya. Berdasarkan pengertian diatas, maka city branding menjadi “senjata” untuk memperkenalkan sebuah kota agar dikenal luas oleh masyarakat, baik itu domestik maupun masyarakat internasional. Setelah tujuan ini tercapai maka masyarakat setempat akan memperoleh manfaat berupa peningkatan pertumbuhan ekonomi melalui konsep city branding yang dibangun oleh pemerintah.



Fokus utama city branding adalah pada pengelolaan citra Kota yang bertujuan untuk membentuk citra Kota yang berkarakter kuat pada sejarah dan keindahan kota, lebih tepatnya pada apa dan bagaimana citra itu dapat dibentuk agar masyarakat luas dapat mengenalnya dengan baik. Ternate termasuk salah satu kota yang memiliki sejarah panjang terkait dengan jalur rempah nusantara. Citra ini dibangun oleh pemerintah daerah kota Ternate untuk memperkenalkan kotanya sebagai kota rempah. Eksistensi kota Ternate sebagai kota rempah, karena sejarah mencatat bahwa komoditas endemik Maluku Utara yaitu cengkih menjadi primadona bagi bangsa Moor, Spanyol, dan Portugis (Kementerian Pendidikan, 2022a). Sejak dulu abad ke 16 (Kementerian Pendidikan, 2021), kota Ternate dikenal sebagai kota pelabuhan, otomatis semua perdagangan besar yang bertujuan atau sebaliknya dari-ke Maluku Utara akan berlabuh di Ternate. Eksistensi kota Ternate sebagai pusat perdagangan rempah terutama cengkih juga ditandai dengan keberadaan pohon cengkih tertua atau dikenal dengan cengkih afo yang hidup hingga usia 416 tahun [(Gandhawangi, 2022); (Kusumo dan Indonesia, 2021)].

City branding Ternate sebagai Kota Rempah atau Spice City telah diakui secara Nasional dan tercatat di Hak Kekayaan Intelektual (HaKi) Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kusnadi dan Tidore, 2022). Hak kekayaan intelektual ini tercatat dengan nomor register IDM000984109 (Intelektual dkk., 2022), dimana perlindungan hak atas Ternate kota rempah berlaku selama 10 tahun terhitung tanggal 10 November 2021-10 November 2031 (Ternate, 2022). Tujuan pendaftaran merek tersebut adalah untuk menginternalisasi dan menginternasionalisasi Ternate sebagai spice city. Sebelum adanya pemekaran wilayah tahun 1999, Ternate merupakan salah satu pulau yang berada di wilayah Maluku. Dalam artikel online yang ditulis oleh Kementerian



Pendidikan (2022b) menjelaskan bahwa aroma rempah Maluku (pala dan cengkih) sudah dapat tercium sepanjang puluhan mil sebelum para pelaut berlabuh di kepulauan rempah ini. Hal ini menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara. Spice city-nya Ternate tidak saja merujuk pada pala dan cengkih, namun juga pada komoditi yang lain seperti kayu manis dan kenari.

Produk pala, cengkih, kayu manis dan kenari dapat dijadikan minuman berkhasiat tinggi yang dapat dicampur dengan rempah-rempah lainnya, seperti aer guraka yang menjadi salah satu sajian minuman khas masyarakat kota Ternate. Resep minuman aer guraka atau air jahe yang enak secara turun temurun merupakan campuran jahe, pala, cengkih, kayu manis, dan dipermanis dengan buah kenari. Resep ini beda dengan aer saraba atau minuman sejenisnya yang ada di kota lain. Aer guraka biasanya disajikan dengan gorengan pisang dan sukun (amo). Pisang goreng/amo goreng dengan aer guraka biasanya dijual pada sore-malam hari di sepanjang pantai kota Ternate. Sudah menjadi kebiasaan masyarakat pada sore hari duduk-duduk di tepi pantai lalu menyantap sajian menu dari para penjual yang berada di area tapak. Kebiasaan ini menjadi daya tarik pengunjung kota lainnya, seperti para ASN/pegawai swasta yang sementara mendapat tugas di Maluku Utara (Ternate).



Setelah dicanangkannya city branding Ternate Kota Rempah oleh Dirjen Kekayaan Intelektual (DJKI) Kemendum-HAM.RI, pemerintah Kota Ternate berbenah. Ditandai dengan penataan area tapak, seperti tempat jualan aer guraka-pisang goreng Pandara Kananga, Lelong. Pencanaan Ternate Kota Rempah masih pada seputaran tampilan fisik (infrastruktur), namun tidak

diikuti dengan pembenahan sumber daya manusianya. Pemberdayaan masyarakat sangat penting agar pemahaman tentang pelayanan kepada konsumen dan harga jual produk (aer guruka-pisang goreng) yang ideal dan logis.

Investigasi awal kami adalah pertama; tidak ada harga pada daftar menu sehingga sering menjadi pertanyaan pembeli saat membayar; kedua, paket pisang goreng (pisang mulut bebek, pisang raja, pisang sepatu), ikan teri, kacang goreng, dan sambal adalah Rp 30.000, sementara 1 gelas aer guruka adalah Rp. 15.000-Rp. 20.000. Paketan menu ini hanya untuk 1 orang, jika pemesanan menu dilakukan oleh 4 orang, maka total harga yang harus dibayar adalah Rp. 180.000-Rp. 200.000.



Paketan menu aer guruka-pisang goreng dirasa terlalu mahal oleh masyarakat setempat. Seperti hasil wawancara penulis dengan beberapa orang pengunjung yang menyatakan bahwa dengan harga beli perorang Rp. 50.000-Rp. 200.000, kami dapat membuatnya untuk arisan RT (arisan dasawisma) yang beranggotakan 10-15 orang. Pada sisi lainnya, penjual menghitung harga jual produk hanya pada insting dan kebiasaan serta “harga baku iko” antara satu penjual dengan penjual lainnya. Efek dari perhitungan manual seperti ini membuat pendapatan penjual berkurang atau tidak capai target. Menurut ibu Haji Muna bahwa penjualan rata-rata perbulan tidak sesuai target. Harga sewa per tahun Rp. 10.000.000 berarti paling kurang dalam 1 hari kami harus menyimpan uang adalah Rp. 30.000, itu untuk uang sewa, belum lagi pelayan dan orang kerja yang kami harus bayar.



Kondisi seperti ini janganlah dibiarkan, karena jumlah pengunjung menjadi berkurang dan persaingan harga tidak dapat tercipta dengan baik. Mengapa demikian?, pengunjung maupun konsumen potensial yang berniat akan berkunjung biasanya akan membuat sejumlah pilihan, “jangan makan disitu, terlalu mahal”. Jika pengunjung berkurang, maka pendapatan masyarakat penjual akan berkurang. Jika pendapatan berkurang, maka kemungkinan penjual tidak akan mampu membayar harga sewa ataupun membiayai kegiatan operasional warung.

Harapan pemda Kota untuk membangun infrastruktur yang memadai untuk membangun image Ternate Kota Rempah adalah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat terutama penjual lokal (aer guraka-pisang goreng) melalui spice city. Namun pada kenyataannya harus dibarengi dengan kemampuan SDM dalam membuat perhitungan yang tepat untuk produk yang memiliki harga bersaing (Hanafi, 2008).

Harga yang bersaing dapat dilakukan jika penjual memiliki kemampuan menghitung proses produksi dengan tepat (Salim, 2023). Menakar bahan baku yang digunakan haruslah menggunakan alat-alat (timbangan) dan kalkulator untuk menghitung sehingga harga jual yang didapat adalah berdasarkan atas hasil hitungan tersebut. Kebiasaan menghitung dengan takaran “tangan” secara manual sebaiknya ditinggalkan agar harga jual produk terbentuk dari unit-unit kecil takaran yang disajikan dalam 1 gelas minuman aer guraka dan 1 paketan pisang goreng, ikan teri, kacang goreng dan sambal.

Ada harapan besar pemerintah untuk membangun image Ternate kota rempah (spice city) agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, namun disisi lainnya belum tertatanya pemahaman masyarakat terkait identitas kota rempah yang harus dapat ditakar secara sosial dan ekonomi. Untuk itu, maka kami hadir disini sebagai bagian terkecil dari problem



solving untuk pemberdayaan masyarakat penjual aer guraka-pisang goreng di Pandara Kananga, Lelong, Kota Ternate, Maluku Utara.

### **Solusi Permasalahan**

Dalam rangka membangun image Ternate kota rempah, pemerintah membangun sejumlah infrastruktur untuk mencerminkan kota rempah. Salah satu sajian minuman rempah adalah aer guraka yang disajikan bersama dengan gorengan pisang. Tempat yang memadai ini menjadi daya tarik bagi pengunjung, baik masyarakat setempat maupun pendatang. Awal dibukanya Pandara Kananga tempat itu ramai dikunjungi, namun setelahnya jumlah pengunjung berkurang, karena masalah harga. Pendapatan penjual tidak sesuai target dan pembeli merasa bahwa harga paketan tersebut tidak ideal dan tidak logis atau terlalu mahal. Untuk itu maka solusi permasalahan yang akan kami tawarkan adalah dari sisi penjual harus membuat perhitungan proses produksi aer guraka-pisang goreng dengan menggunakan alat-alat berupa timbangan dan kalkulator serta.

format excel (komputer), karena selama ini mereka hanya menggunakan insting (manual, berdasarkan pada kebiasaan dan cara “baku iko”).

Target luarannya adalah tersedianya harga jual produk yang ideal (berdasarkan harga pokok produksi dengan mempertimbangkan faktor inflasi, UMR, dan proses ambil untung melalui persentasi keuntungan). Serta target luaran yang lainnya adalah publikasi di jurnal ilmiah dan sharing kegiatan melalui koran lokal.

Solusi yang kami tawarkan tersebut membuat harga menjadi lebih bersaing bagi konsumen penikmat aer guraka-pisang goreng sehingga jumlah konsumen meningkat dan penjual akan memperoleh keuntungan.



Jika solusi ini tercapai, maka peneliti dapat melanjutkan pada penelitian eksperimental untuk menguji tahapan setelah dieksperimen, apakah ada tambahan peningkatan atau tidak.

**2. METODE PENGABDIAN**

Permasalahan yang akan ditangani adalah dalam bidang manajemen, keuangan dan produksi yaitu penataan harga jual. Semua bahan baku yang digunakan untuk proses, sebelumnya ditimbang dulu untuk memperoleh harga pokok yang pas. Begitu juga dengan bahan pembantu untuk proses produksinya. Kemudian dengan bantuan kalkulator atau tabel excel yang telah dipasang rumus, maka kita dapat menghitung secara tepat. Seperti pada format excel berikut ini:



The image shows a screenshot of an Excel spreadsheet titled "1 KALI PRODUKSI". It is divided into two main sections: "Bahan Baku" (Raw Materials) and "Bahan Pembantu" (Auxiliary Materials). Each section lists various items with their respective quantities and unit prices, leading to a total cost calculation. The spreadsheet uses formulas to calculate the total cost for each category and the overall production cost.

Untuk diketahui pada perhitungan proses produksi terdiri dari ketepatan menghitung pemakaian bahan baku dan bahan penolong menggunakan bantuan timbangan dan kalkulator, misalnya pisang 1 sisir harga Rp. 20.000. Berat pisang 1 sisir adalah 2 kg. dengan demikian per 1 kg adalah Rp. 10.000. jika berat 1 buah pisang adalah 0,2 kg berarti harga per 1 buah adalah Rp. 2.000. irisan pisang adalah dibelah dua, maka harga satu belah pisang adalah Rp. 1.000. dengan menggunakan konsep perhitungan yang sama seperti itu, maka penjual akan secara tepat menghitung harga jual yang logis.

Proses produksi juga menghitung harga pelayan dan harga karyawan pembantu dalam satu buah pisang yang digoreng.



Walaupun awalnya dirasa sulit bagi penjual namun kami menyediakan solusi dan pendampingan sehingga mitra merasa terbantu dan dapat melakukan penjualan dan pelayanan kepada konsumen secara maksimal.

Bagi kami pengusul PKM ini memberikan solusi dan pendampingan berupa motivasi kepada mitra yang dilakukan oleh Dr. Abdullah W. Jabid (anggota 1), sesuai dengan bidang keilmuannya yaitu manajemen SDM. Solusi kedua menjadi tanggung jawab ketua pengusul Dr. Hartaty Hadady yaitu membuat perhitungan melalui manajemen keuangan dalam menyusun anggaran proses produksi sampai dengan penetapan harga jual. Kemudian anggota pengusul ke 2 oleh Rahman Dano Mustafa, M.Sc, master dibidang ekonomi pembangunan, menghitung tambahan pendapatan mitra setelah dieksperimen dengan cara yang kami usulkan dengan sebelumnya.

Studi PKM yang kami ajukan ini dapat memberikan pemahaman kepada mahasiswa dalam bidang manajemen keuangan. Untuk itu keterlibatan mahasiswa ini dapat memberikan rekognisi.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan survey PKM di Pandara Kananga pertama kali dilakukan pada bulan Februari 2024. Pesanan menu dilakukan secara lisan dan tidak ada harga yang diinformasikan oleh pelayan. Harga adalah salah satu faktor penentu seorang konsumen untuk membeli. Apalagi pisang goreng dan aer guraka merupakan makanan cemilan enak yang banyak di jual, baik itu di restoran, kafe-kafe sampai ke pedagang emperan, bahkan ada yang dilayani secara online (Cholik dkk, 2022). Tidak adanya kejelasan harga menyebabkan pembeli merasa bahwa harga yang dibayarkan setelah dilayani terlalu tinggi dari apa yang “dipikirkan” oleh pembeli. Hal ini menjadi penyebab menurunnya pertumbuhan penjualan.



Pemandangan Warung-warung di Pandara Kanaga



Berdasarkan pada hasil PKM yang sudah dijalankan, penyaji memperoleh data berupa hasil penjualan dan daftar menu (foto daftar menu) yang sudah dilengkapi dengan harga jualnya. Namun demikian kegiatan PKM ini tidak terbatas pada warung di Pandara Kananga, tapi juga di beberapa warung yang berlokasi di Salero.

Gambar 2.

Edukasi pada Ibu-ibu

Pemilik Warung air guruka pisang goreng di salero



Informasi hasil penjualan pisang goreng dan air guruka dapat kami rangkum dari salah satu pemilik warung yang berlokasi di Salero. Hasil penjualan tersebut dapat terlihat pada grafik berikut ini:



Gambar. 3

Grafik Persentasi Hasil Penjualan per Bulan April-Agustus 2024



Hasil olah data yang terpampang pada gambar grafik 3 bersumber dari data penjualan per bulan yang dihitung mulai dari bulan April-Agustus 2024. Persentasi grafik dihitung dari nilai pertumbuhan (growth) penjualan bulan ini dikurangi penjualan bulan sebelumnya lalu dibagi dengan penjualan bulan sebelumnya. Perhitungan tersebut diaplikasikan dari perhitungan return saham yang disadur dari buku Analisis Investasi karangan Jogiyanto (2017).

Berdasarkan hasil olah data penjualan yang terlihat pada grafik tersebut diatas, maka dapat dideskripsikan bahwa tren penjualan mengalami peningkatan, walaupun pada bulan ketiga dan keempat (bulan Juni-Juli) mengalami tren penurunan pada titik 0, hal itu disebabkan karena hasil penjualan berada pada angka yang sama pada 2 bulan yaitu berada pada angka Rp. 2.100.000.

Sampai dengan saat ini, penjual belum mampu memberikan data yang pas terkait jumlah pengunjung yang memberikan efek pada hasil penjualan. Penyebabnya adalah semua kegiatan dalam proses penjualan masih menggunakan sistem manual, untuk itu perlu peningkatan kapasitas sumber daya manusia.

Capaian luaran pada jurnal pengabdian dan publikasi di koran online. Capaian luaran diharapkan dapat menjadi edukasi bagi masyarakat penjual pisang goreng dan aer guraka dan pembuat kebijakan atau instansi terkait. Bagi masyarakat penjual agar



membuat produksi makanan/minuman cemilan harus berdasarkan pada perhitungan- perhitungan yang menggunakan alat bantu software excel dan timbangan. Alat bantu ini digunakan untuk proses produksi agar harga produk tidak hanya berdasarkan insting semata. Bagi para pembuat kebijakan agar dapat memberi perhatian khusus ke penjual yang membawa image Ternate Kota Rempah. Menjaga harga-harga bahan dalam melakukan proses produksi sehingga harga produk dapat dikendalikan pada range harga tertentu. Dengan demikian para pembuat kebijakan haruslah juga memiliki edukasi tentang pendanaan proses produksi untuk usaha mikro seperti warung-warung di sepanjang Pandara ini.

#### **4. KESIMPULAN**

Simpulan dan rekomendasi Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan tema pemberdayaan masyarakat kota rempah: studi pada penjual pisang goreng-aer guraka di pandara kananga kota ternate dengan peserta sebanyak 12 orang, dimana peserta adalah pelaku usaha yang telah memiliki usaha dengan skala mikro dan menengah. Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, peserta diajarkan dan dibimbing untuk mampu menyelesaikan transaksi-transaksi serta investasi. Para pelaku dapat memiliki kemampuan menghitung proses produksi dengan tepat dalam menentukan harga jual produk yang ideal



### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dalam penyusunan naskah publikasi Pengabdian Masyarakat yang sederhana ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada para pemilik warung aer guraka pisang goreng di pandara Kananga salero kota ternate serta rekan-rekan dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun, yang telah membantu kami untuk pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat Ini. Akhirnya ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.



**Jurnal Pengabdian Masyarakat  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Volume 5, Nomor 2  
Juli-Desember 2024**

### DAFTAR PUSTAKA

- Gandhawangi, S. 2022. Cengkeh Afo, "Buyut" Dari Semua Pohon Cengkeh. Kompas
- Hanafi, M. M. 2008. Manajemen Keuangan. 1 ed. Yogyakarta: BPFE
- Intelektual, K., K. H. RI, dan Admin. 2022. Kota Rempah Jadi Branding Ternate Tingkatkan Nilai Ekonomi. Indonesia: Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual - Kementerian Hukum dan HAM R.I.
- Kementerian Pendidikan, K., Riset, dan Teknolog. 2022a. Jalur Rempah, Jalur Budaya, Dan Muhibah Budaya Jalur Rempah 2022: [jalurrempah@kemdikbud.go.id](mailto:jalurrempah@kemdikbud.go.id)
- Kementerian Pendidikan, K., Riset, dan Teknologi. 2021. Jalur Rempah: Memuliakan Masa Lalu Untuk Kesejahteraan Masa Depan: [jalurrempah@kemdikbud.go.id](mailto:jalurrempah@kemdikbud.go.id)
- Kusnadi, dan M. K. Tidore. 2022. City Branding Ternate Kota Rempah Diakui Nasional IP Info Publik.
- Kusumo, R., dan G. N. f. Indonesia. 2021. Hikayat Pohon Afo, Awal Mula Penyebaran Cengkih Dari Maluku Hingga Afrika. In Sejarah: Good News from Indonesia.
- Salim, M. P. 2023. Cara Menghitung Harga Pokok Produksi, Ini Fungsi Dan Tujuannya. Liputan 6 (Hot News).
- Ternate, P. K. 2022. Wali Kota Ternate Terima Sertifikat Haki Ternate Kota Rempah. Ternate
- Zaman, M. 2021. Bab Ii. Tinjauan Teori, Universitas Atmajaya Yogyakarta, Yogyakarta.

