

Peran Penyuluh Terhadap Pengembangan Produk, Pengemasan, Dan Pemasaran Jahe Instan Di KTH Majojo

The Role of Extension Workers in the Development, Packaging, and Marketing of Instant Ginger Products in KTH Majojo, Tidore Islands City

Asnawia Kasim^{1*}, Ramli Hadun², Tri Mulya Hartati³, Andy Kurniawan², Erna Rusliana M. Saleh⁴, Yusri Sapsuha⁵

¹Program Studi Magister Ilmu Pertanian, Program Pascasarjana, Universitas Khairun, Ternate, Indonesia

²Program Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Khairun, Ternate, Indonesia

³Program Studi Ilmu Tanah, Fakultas Pertanian, Universitas Khairun, Ternate, Indonesia

⁴Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Khairun, Ternate, Indonesia

⁵Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Khairun, Ternate, Indonesia

*Koresponden Author. Email: asnawiakasim03@gmail.com

Received: 2 Agustus 2026

Accepted: 30 September 2026

Available online: 22 Oktober 2026

ABSTRACT

Local non-timber forest product (NTFP)-based processing requires assistance that strengthens the technical and business capacity of community groups. This study aimed to analyse the role of extension workers in assisting the Majojo Forest Farmer Group (KTH) in instant ginger product development, packaging, market access and marketing, and to measure the effectiveness of the assistance. The study was conducted in Tuguwaji Village, Tidore Islands City, from February to April 2026 using descriptive qualitative and quantitative approaches. Data were collected through observation, interviews, documentation, and questionnaires involving 20 respondents consisting of KTH members, village representatives, extension workers, a forest management unit representative, and consumers. Quantitative data were analysed using a five-point Likert scale and an effectiveness index, while qualitative data were used to explain the assistance process. The findings show that extension workers acted as educators, facilitators, motivators, and technical advisors in the development of the instant ginger enterprise. The product development aspect obtained a mean perception score of 4.26 and an effectiveness index of 85.25%, classified as very effective. The packaging aspect obtained a mean score of 4.25 and an effectiveness index of 85.00%, also classified as very effective. The market and marketing aspect obtained a mean score of 3.97 and an effectiveness index of 79.50%, classified as fairly effective. The combined effectiveness index reached 83.25% and was classified as very effective. Assistance was reflected in improved raw-material selection, hygienic processing, product diversification, standing-pouch packaging, labelling, consignment sales, and direct selling. Supporting factors included member participation, raw-material availability, facilities, and group institutions, while the main constraints concerned market reach, digital promotion, and marketing skills. Further assistance in marketing is needed so that improvements in product quality and packaging are followed by wider market access.

Keywords: extension workers; instant ginger; KTH Majojo; marketing; packaging.

I. PENDAHULUAN

Pengembangan usaha berbasis potensi lokal merupakan salah satu pendekatan untuk meningkatkan nilai tambah komoditas, memperluas peluang ekonomi masyarakat, dan memperkuat kelembagaan usaha di tingkat tapak. Hasil hutan bukan kayu (HHBK) memiliki posisi penting dalam konteks tersebut karena pemanfaatannya dapat diarahkan pada kegiatan ekonomi masyarakat tanpa bergantung pada pemanenan kayu. Dalam perkembangan usaha masyarakat, pengolahan

bahan baku menjadi produk bernilai tambah menjadi penting karena produk olahan memiliki peluang penyimpanan, pengemasan, dan pemasaran yang berbeda dibandingkan bahan mentah. Data hortikultura nasional juga menunjukkan bahwa tanaman biofarmaka, termasuk jahe, merupakan bagian dari komoditas yang terus dipantau dalam statistik pertanian Indonesia (BPS, 2025).

Jahe (*Zingiber officinale*) merupakan komoditas rempah yang dapat dikembangkan sebagai bahan pangan dan minuman herbal. Pengembangan produk olahan jahe

memberikan peluang untuk meningkatkan nilai tambah melalui diversifikasi produk dan perbaikan proses pengolahan. Yuliani dan Pratiwi (2024) menekankan pentingnya inovasi pengembangan produk jahe untuk meningkatkan daya saing usaha, sedangkan Budiyo (2022) mengaitkan pengolahan jahe dengan peningkatan nilai ekonomi produk lokal. Di sisi lain, mutu produk olahan juga dipengaruhi oleh bahan kemasan dan kondisi penyimpanan. Erseido *et al.* (2025) menunjukkan bahwa bahan kemasan dan lama penyimpanan berkaitan dengan perubahan komposisi dan potensi antimikroba jahe, sehingga pengembangan produk tidak dapat dipisahkan dari pengendalian mutu dan pengemasan.

Pada skala kelompok atau usaha kecil, persoalan pengembangan produk tidak hanya berkaitan dengan proses produksi. Kualitas kemasan, informasi pada label, kemampuan promosi, dan akses pasar turut menentukan keberlanjutan usaha. Handayani dan Rukmana (2022) menunjukkan pentingnya desain kemasan bagi daya tarik produk minuman herbal, sementara Sutrawan *et al.* (2024) memperlihatkan bahwa inovasi kemasan dapat menjadi bagian dari upaya peningkatan nilai ekonomi produk serbuk jahe. Mardani dan Prihastomo (2025) juga menunjukkan berkembangnya penggunaan kemasan fleksibel dalam desain produk di Indonesia. Dengan demikian, pengembangan produk jahe instan perlu dipandang sebagai rangkaian kegiatan yang mencakup mutu produk, kemasan, identitas, dan pemasaran.

Kelompok Tani Hutan (KTH) merupakan kelembagaan masyarakat yang dapat menjadi wadah pengembangan usaha berbasis sumber daya lokal. KTH Majojo di Kelurahan Tuguwaji, Kota Tidore Kepulauan, mengembangkan berbagai minuman instan berbasis jahe dan rempah lokal, antara lain kuah rujak instan, sarabati instan, aer guraka instan, kopi gura instan, dan teh jahe instan. Diversifikasi tersebut menunjukkan adanya upaya kelompok untuk mengolah bahan baku lokal menjadi produk bernilai tambah. Namun, keberlanjutan usaha tetap dipengaruhi oleh kemampuan kelompok menjaga mutu, mengembangkan kemasan, memperluas jaringan pemasaran, serta mengelola usaha secara konsisten.

Dalam kondisi tersebut, penyuluh mempunyai peran yang tidak terbatas pada penyampaian informasi teknis. Penyuluh juga dapat berperan sebagai fasilitator, motivator, pembimbing teknis, dan penghubung kelompok dengan berbagai sumber daya pendukung. Mulyani dan Sari (2023) menjelaskan bahwa peran penyuluh berkembang ke arah fasilitasi inovasi dan kewirausahaan, sedangkan Falo *et al.* (2025) serta Mardawati *et al.* (2025) menunjukkan pentingnya peran penyuluh dalam pemberdayaan dan pengembangan kapasitas kelompok tani. Pada konteks kehutanan, Zuzana *et al.* (2024) juga menunjukkan bahwa penyuluh dapat mendukung penguatan kelompok melalui transfer pengetahuan, pendampingan, dan penghubungan dengan sumber daya yang relevan.

Permasalahan yang muncul pada KTH Majojo bukan semata-mata kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga bagaimana pendampingan penyuluh diterapkan pada pengembangan produk, pengemasan, dan pemasaran. Hasil tesis menunjukkan bahwa ketiga aspek tersebut memperoleh penilaian yang berbeda. Aspek pengembangan produk dan pengemasan memperoleh indeks efektivitas di atas 85%, sedangkan pasar dan pemasaran berada pada 79,50%. Perbedaan tersebut penting dikaji karena menunjukkan bahwa pendampingan tidak selalu memiliki capaian yang sama pada setiap tahap pengembangan usaha.

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran penyuluh dalam mendampingi pengembangan produk, pengemasan, serta pasar dan pemasaran jahe instan pada KTH Majojo dan mengukur efektivitas pendampingan tersebut. Penelitian juga mengidentifikasi faktor pendukung dan kendala yang memengaruhi pelaksanaan pendampingan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai bentuk pendampingan penyuluh serta aspek usaha yang masih membutuhkan penguatan.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada Kelompok Tani Hutan (KTH) Majojo di Kelurahan Tuguwaji, Kota Tidore Kepulauan, Provinsi Maluku Utara. Penelitian berlangsung selama tiga bulan, yaitu Februari sampai April 2026. Lokasi dipilih secara sengaja karena KTH Majojo merupakan kelompok yang aktif mengembangkan produk olahan jahe dan rempah lokal serta telah menjalankan kegiatan produksi dan pemasaran.

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dan kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen kelompok, dokumen instansi terkait, dan literatur. Observasi digunakan untuk mengamati proses pengolahan, pengemasan, dan pemasaran. Wawancara digunakan untuk memperdalam informasi mengenai bentuk pendampingan, dukungan kelembagaan, serta kendala yang dihadapi kelompok. Kuesioner digunakan untuk memperoleh persepsi responden mengenai tiga aspek pendampingan, yaitu pengembangan produk, pengemasan, serta pasar dan pemasaran.

Responden ditentukan secara purposive berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan terhadap kegiatan KTH Majojo. Jumlah responden sebanyak 20 orang, terdiri atas 10 anggota KTH Majojo, 1 pihak kelurahan, 3 penyuluh, 1 pihak KPH, dan 5 konsumen. Seluruh responden memberikan penilaian melalui kuesioner, sedangkan informasi dari penyuluh, KPH, kelurahan, dan konsumen digunakan untuk memperkaya penjelasan kualitatif mengenai proses pendampingan dan penerimaan produk.

Analisis kuantitatif menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Skor rata-rata

dihitung dari total skor jawaban dibagi jumlah responden. Interpretasi skor rata-rata menggunakan interval 1,00–1,80 (sangat tidak setuju), 1,81–2,60 (tidak setuju), 2,61–3,40 (netral), 3,41–4,20 (setuju), dan 4,21–5,00 (sangat setuju).

Efektivitas pendampingan dihitung menggunakan indeks efektivitas dengan rumus: $\text{Indeks Efektivitas} = (\text{Skor Aktual} / \text{Skor Maksimal}) \times 100\%$. Kategori efektivitas terdiri atas 0–40% tidak efektif, 41–60% kurang efektif, 61–80% cukup efektif, dan 81–100% sangat efektif. Analisis kualitatif dilakukan secara deskriptif melalui penafsiran hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menjelaskan bentuk pendampingan, perubahan praktik pengolahan dan pengemasan, strategi pemasaran, serta faktor pendukung dan kendala. Penelitian ini tidak menggunakan uji korelasi atau regresi sehingga hasil kuantitatif tidak digunakan untuk menyatakan hubungan kausal.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi KTH Majojo dan Responden Penelitian

KTH Majojo berada di Kelurahan Tuguwaji, Kecamatan Tidore, Kota Tidore Kepulauan. Kelompok dibentuk pada 28 Juni 2019 sebagai wadah kerja sama masyarakat dalam pengelolaan sumber daya dan pengembangan usaha berbasis HHBK. Kegiatan kelompok mencakup produksi, pengemasan, pemasaran, administrasi, dan pemeliharaan peralatan. Struktur organisasi dan pembagian tugas tersebut menjadi modal kelembagaan dalam pelaksanaan pendampingan karena penyuluh berinteraksi dengan kelompok yang telah memiliki kegiatan usaha dan pembagian tanggung jawab.

Responden penelitian berjumlah 20 orang. Anggota KTH merupakan kelompok terbesar dengan 10 orang (50%), diikuti konsumen 5 orang (25%), penyuluh 3 orang (15%), pihak kelurahan 1 orang (5%), dan pihak KPH 1 orang (5%). Komposisi tersebut memberikan sudut pandang yang beragam terhadap proses pendampingan. Anggota KTH merupakan pelaku utama kegiatan produksi dan pengemasan, sedangkan penyuluh, KPH, kelurahan, dan konsumen memberikan informasi pendukung mengenai pendampingan, kelembagaan, dan penerimaan produk.

B. Peran Penyuluh dalam Pengembangan Produk

Peran penyuluh pada aspek pengembangan produk memperoleh skor rata-rata 4,26 dan termasuk kategori sangat setuju. Indeks efektivitasnya sebesar 85,25% sehingga termasuk kategori sangat efektif. Temuan ini menunjukkan bahwa responden menilai pendampingan penyuluh telah mendukung kebutuhan kelompok dalam meningkatkan kualitas produk, memperbaiki proses pengolahan, dan mendorong inovasi.

Peran tersebut terutama terlihat melalui pemberian informasi dan arahan mengenai pemilihan bahan baku, kebersihan proses produksi, standar mutu, dan keamanan pangan. Penyuluh membantu anggota memahami bahwa

mutu produk tidak hanya ditentukan oleh rasa, tetapi juga oleh kualitas bahan baku, kebersihan peralatan, proses pemasakan, pengeringan atau kristalisasi, dan penyimpanan. Pendekatan ini menjembatani pengalaman produksi yang telah dimiliki kelompok dengan kebutuhan pengolahan yang lebih terstandar.

Pengembangan produk KTH Majojo dilakukan melalui diversifikasi minuman instan berbasis jahe dan rempah lokal. Produk yang dikembangkan meliputi kuah rujak instan, sarabati instan, aer guraka instan, kopi gura instan, dan teh jahe instan. Diversifikasi menjadi penting karena memberikan pilihan produk dengan karakter rasa dan identitas lokal yang berbeda. Yuliani dan Pratiwi (2024) menekankan bahwa inovasi produk merupakan salah satu unsur penguatan daya saing usaha olahan jahe, sedangkan Fauzi *et al.* (2021) menunjukkan pentingnya peningkatan kapasitas kewirausahaan dan inovasi pada usaha berbasis pertanian.



Gambar 1. Produk olahan jahe instan KTH Majojo.

Sumber: Dokumentasi penelitian, 2026.

Pada proses produksi, pendampingan mencakup pemilihan jahe yang tidak rusak atau busuk, pencucian bahan, penggunaan peralatan yang bersih, pengaturan proses pemasakan, dan perhatian terhadap kebersihan lingkungan produksi. Dalam konteks keamanan pangan, penyuluh menekankan bahwa bahan baku dan peralatan perlu dijaga agar tidak menjadi sumber kontaminasi. Erasedo *et al.* (2025) menunjukkan bahwa kondisi pengemasan dan penyimpanan berhubungan dengan mutu produk jahe, sehingga pengendalian mutu perlu dilakukan sejak tahap bahan baku hingga produk akhir.

Peran penyuluh juga terlihat melalui fasilitasi sarana dan prasarana. Berdasarkan data penelitian, KTH Majojo menerima botol plastik kemasan dan kertas stiker dari KPH Ternate–Tidore pada 2020, rumah produksi dari Dinas Kehutanan Provinsi Maluku Utara pada 2023, serta tenda dan peralatan masak dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tidore Kepulauan pada 2024. Bank Indonesia Provinsi Maluku Utara mendukung kelompok

melalui mesin pencacah, mesin pencuci, mesin penggiling, dan mesin pengering, sedangkan pada 2025 KPH Ternate–Tidore memberikan mesin dehidrator dan mesin pendingin. Dukungan tersebut memperkuat kapasitas kelompok untuk menerapkan proses yang lebih higienis dan efisien.

Temuan tersebut sejalan dengan Falo *et al.* (2025) dan Mardawati *et al.* (2025) yang menunjukkan bahwa penyuluh menjalankan fungsi edukasi, fasilitasi, motivasi, dan teknis dalam pengembangan kelompok. Mulyani dan Sari (2023) juga menempatkan penyuluh sebagai fasilitator inovasi dan pengembangan kewirausahaan. Dengan demikian, nilai 4,26 pada aspek pengembangan menunjukkan bahwa pendampingan paling nyata dirasakan pada kegiatan yang berhubungan langsung dengan peningkatan pengetahuan dan praktik produksi.

Tabel 1. Skor rata-rata persepsi responden terhadap pendampingan penyuluh

Aspek pendampingan	Skor rata-rata	Kategori
Pengembangan produk	4,26	Sangat setuju
Pengemasan	4,25	Sangat setuju
Pasar dan pemasaran	3,97	Setuju

Sumber: Data primer diolah, 2026.

C. Peran Penyuluh dalam Pengemasan Produk

Peran penyuluh pada aspek pengemasan memperoleh skor rata-rata 4,25 dan indeks efektivitas 85,00%, yang termasuk kategori sangat efektif. Nilai ini menunjukkan bahwa pendampingan pengemasan telah diterima dengan baik oleh kelompok, terutama dalam memahami fungsi kemasan sebagai pelindung produk sekaligus sebagai identitas dan media informasi.

Pendampingan pengemasan mencakup pemilihan bahan kemasan, kebersihan kemasan, ukuran dan bentuk kemasan, desain label, serta pencantuman informasi produk. KTH Majojo menggunakan standing pouch untuk produk jahe instan dengan berat sekitar 150 gram. Kemasan tersebut digunakan untuk beberapa varian produk dan menjadi bagian dari perubahan dari pengemasan sederhana menuju pengemasan yang lebih terstruktur.

Proses pengemasan dilakukan setelah produk selesai diolah. Tahapannya meliputi pemeriksaan kondisi produk, persiapan bahan kemasan, penimbangan, pengisian, penyegelan, pelabelan, pemeriksaan akhir, penyimpanan, dan kesiapan untuk dipasarkan. Penimbangan diperlukan untuk menjaga keseragaman isi, sedangkan penyegelan bertujuan melindungi produk dari udara, kelembapan, debu, dan kotoran. Label digunakan untuk memberikan informasi mengenai nama produk, komposisi, berat bersih, tanggal produksi, masa kedaluwarsa, dan identitas produsen sesuai informasi yang tersedia pada produk.

Pemilihan standing pouch berbahan aluminium foil juga berkaitan dengan kebutuhan perlindungan produk serbuk. Kemasan berfungsi mengurangi paparan udara, kelembapan, cahaya, dan kontaminasi selama

penyimpanan dan distribusi. Erasedo *et al.* (2025) menunjukkan pentingnya bahan kemasan terhadap mutu jahe selama penyimpanan. Dari sisi visual, Handayani dan Rukmana (2022) menunjukkan bahwa desain kemasan berperan dalam daya tarik produk minuman herbal. Sutrawan *et al.* (2024) juga menempatkan inovasi kemasan sebagai salah satu pendekatan untuk meningkatkan nilai ekonomi produk serbuk jahe.

Pendampingan pada pengemasan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mendorong kelompok memahami hubungan antara mutu produk dan kepercayaan konsumen. Kemasan yang bersih, rapi, tertutup, dan informatif membuat produk lebih siap ditempatkan pada saluran pemasaran. Karena itu, nilai 85,00% menunjukkan bahwa aspek pengemasan telah menjadi salah satu bagian yang relatif kuat dalam pengembangan usaha KTH Majojo.

Tabel 2. Produk olahan jahe instan KTH Majojo

No.	Produk	Berat	Kemasan	Nomor izin
1	Kuah Rujak Instan	150 g	Standing pouch	043682000300012
2	Sarabati Instan	150 g	Standing pouch	043682000100012
3	Aer Guraka Instan	150 g	Standing pouch	043682000400012
4	Kopi Gura Instan	150 g	Standing pouch	043682000200012
5	Teh Jahe Instan	150 g	Standing pouch	043682000500012

Sumber: Data primer dan observasi lapangan, 2026.

D. Peran Penyuluh dalam Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran memperoleh skor rata-rata 3,97 dan indeks efektivitas 79,50%, sehingga termasuk kategori cukup efektif. Nilai tersebut lebih rendah dibandingkan pengembangan produk dan pengemasan. Secara deskriptif, kondisi ini menunjukkan bahwa pendampingan penyuluh telah membantu kelompok mengenali peluang pasar dan melakukan pemasaran, tetapi penguatan pada perluasan jaringan, promosi, dan pemasaran digital masih dibutuhkan.

Strategi pemasaran KTH Majojo dilakukan melalui konsinyasi atau titip jual dan penjualan langsung. Produk dititipkan pada beberapa toko oleh-oleh lokal di Kota Ternate dan Kota Tidore Kepulauan, termasuk Toko Oleh-Oleh Taranoate, Toko Oleh-Oleh Pakesang, dan Upi Mart. Konsinyasi memungkinkan produk ditempatkan pada titik penjualan yang telah memiliki konsumen sehingga kelompok tidak sepenuhnya menanggung kegiatan promosi dan distribusi sendiri.

Selain konsinyasi, kelompok menjual produk secara langsung melalui rumah produksi yang dilengkapi etalase. Penjualan langsung memungkinkan konsumen berinteraksi dengan produsen dan memperoleh informasi mengenai bahan, proses pengolahan, serta produk. Pola tersebut juga memberikan ruang bagi kelompok untuk mengelola transaksi dan mencatat penjualan secara langsung.

Walaupun saluran pemasaran telah tersedia, jangkauan pasar masih relatif lokal. Promosi digital, pengelolaan katalog produk, dokumentasi visual, penguatan merek, dan perluasan kemitraan distribusi belum dikembangkan secara optimal. Prasetyo *et al.* (2023) serta Aryani dan Tuti (2023) menunjukkan relevansi pemasaran digital dan aktivitas konten media sosial bagi usaha makanan dan minuman. Dalam konteks KTH Majojo, temuan tersebut memberikan dasar bahwa pendampingan pemasaran dapat diperluas dari pola konsinyasi dan penjualan langsung menuju pemanfaatan saluran digital.

Nilai 79,50% tidak menunjukkan tidak adanya pendampingan, melainkan menggambarkan bahwa capaian pada aspek pemasaran belum setara dengan aspek produksi dan pengemasan. Pemasaran membutuhkan kombinasi antara ketersediaan produk, kemampuan promosi, jaringan distribusi, pencatatan penjualan, dan kemampuan membaca kebutuhan konsumen. Karena itu, peran penyuluh pada tahap berikutnya dapat diarahkan pada penguatan kapasitas anggota dalam promosi, pemetaan pasar, pengelolaan media sosial, serta pembentukan kemitraan pemasaran.

E. Efektivitas Pendampingan Penyuluh

Berdasarkan hasil pengolahan data 20 responden, indeks gabungan efektivitas pendampingan pada tiga aspek penelitian mencapai 83,25% dan termasuk kategori sangat efektif. Nilai tersebut merupakan gambaran deskriptif mengenai persepsi responden terhadap pelaksanaan pendampingan penyuluh, bukan ukuran hubungan sebab-akibat. Hasil ini memperlihatkan bahwa pendampingan telah mendukung kegiatan pengembangan produk, pengemasan, serta pemasaran, meskipun tingkat efektivitas berbeda antar-aspek.

Tabel 3. Indeks efektivitas pendampingan penyuluh

No.	Aspek	Indeks efektivitas	Kategori
1	Pengembangan produk	85,25%	Sangat efektif
2	Pengemasan	85,00%	Sangat efektif
3	Pasar dan pemasaran	79,50%	Cukup efektif
	Gabungan	83,25%	Sangat efektif

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Aspek pengembangan memperoleh 85,25%. Nilai tersebut berkaitan dengan peran penyuluh dalam memberikan pengetahuan, arahan, dan pendampingan teknis pada proses pengolahan serta mendorong inovasi produk. Aspek pengemasan memperoleh 85,00% dan didukung oleh praktik penggunaan standing pouch, pemberian label, penimbangan, penyegelan, serta pemeriksaan produk sebelum dipasarkan. Aspek pasar dan pemasaran memperoleh 79,50%, yang menunjukkan bahwa fondasi pemasaran sudah terbentuk tetapi masih menghadapi keterbatasan jangkauan pasar, promosi, dan pemasaran digital.

Secara deskriptif, pola ketiga indeks memperlihatkan bahwa pendampingan lebih kuat pada kegiatan yang berhubungan langsung dengan proses produksi dan pengemasan. Hal tersebut dapat dijelaskan karena penyuluh mempunyai ruang intervensi yang lebih langsung melalui pelatihan, kunjungan, bimbingan teknis, dan fasilitasi sarana. Sebaliknya, perluasan pasar membutuhkan faktor tambahan seperti jaringan distribusi, kemampuan branding, kapasitas promosi, konsistensi pasokan, dan kemampuan administrasi penjualan.

Temuan ini sejalan dengan Falo *et al.* (2025), Mardawati *et al.* (2025), dan Zuzana *et al.* (2024) yang menempatkan penyuluh sebagai aktor penting dalam penguatan kapasitas kelompok. Pada sisi produk dan kemasan, temuan ini juga konsisten dengan Handayani dan Rukmana (2022), Sutrawan *et al.* (2024), serta Yuliani dan Pratiwi (2024), yang menekankan hubungan antara inovasi produk, kemasan, dan daya saing usaha. Pada sisi pemasaran, Aryani dan Tuti (2023) dan Prasetyo *et al.* (2023) memperlihatkan pentingnya strategi digital bagi usaha pangan dan minuman.

Faktor pendukung pendampingan di KTH Majojo meliputi keterlibatan anggota, ketersediaan bahan baku, dukungan sarana dan prasarana, serta struktur kelembagaan kelompok. Keterlibatan anggota memudahkan penerapan pengetahuan yang diberikan penyuluh, sedangkan ketersediaan bahan baku memungkinkan kegiatan produksi berjalan. Dukungan berbagai instansi terhadap rumah produksi, peralatan pengolahan, kemasan, dan mesin pendukung juga memperkuat kapasitas kelompok.

Kendala utama terdapat pada aspek pasar dan pemasaran. Keterbatasan jangkauan pasar, promosi digital yang belum optimal, dan kemampuan anggota dalam membangun jaringan pemasaran menjadi faktor yang menahan perluasan usaha. Pada aspek produksi dan pengemasan, masih terdapat ruang perbaikan dalam standarisasi proses, inovasi produk, konsistensi kualitas, dan penyempurnaan informasi kemasan. Dengan demikian, pendampingan selanjutnya perlu menjaga penguatan produksi dan kemasan sekaligus meningkatkan kapasitas pemasaran agar ketiga aspek berkembang secara lebih seimbang.

3.6. Implikasi Pengembangan Usaha dan Pendampingan

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa pengembangan usaha KTH Majojo perlu dilakukan secara terpadu. Peningkatan mutu produk, pengemasan, dan pemasaran tidak dapat dipisahkan karena ketiganya membentuk rangkaian nilai tambah. Produk yang telah diperbaiki dari sisi bahan baku dan proses membutuhkan kemasan yang mampu mempertahankan mutu dan menyampaikan informasi kepada konsumen. Selanjutnya, produk dan kemasan tersebut membutuhkan saluran pemasaran yang sesuai agar nilai tambah dapat diterima oleh pasar.

Implikasi pertama adalah perlunya standarisasi proses produksi. Pendampingan dapat diarahkan pada penyusunan prosedur operasional sederhana yang memuat pemilihan bahan baku, kebersihan peralatan, tahapan pengolahan, pengeringan atau kristalisasi, penimbangan, dan penyimpanan. Standar tertulis dapat membantu anggota menjaga konsistensi proses ketika produksi dilakukan oleh anggota yang berbeda. Pendekatan ini juga dapat menjadi bahan evaluasi penyuluh dalam kunjungan berikutnya.

Implikasi kedua adalah penguatan kemasan dan identitas produk. KTH Majojo telah menggunakan standing pouch dan label, sehingga tahap berikutnya dapat diarahkan pada konsistensi identitas visual antarvarian, kelengkapan informasi, dan dokumentasi produk. Mardani dan Prihastomo (2025) menunjukkan perkembangan penggunaan desain kemasan fleksibel, sedangkan Handayani dan Rukmana (2022) menekankan fungsi desain kemasan dalam meningkatkan daya tarik produk. Dengan demikian, pendampingan kemasan perlu diarahkan tidak hanya pada fungsi perlindungan, tetapi juga pada komunikasi merek.

Implikasi ketiga berkaitan dengan pemasaran. Nilai efektivitas 79,50% menunjukkan bahwa aspek ini masih membutuhkan penguatan. Pendampingan dapat diarahkan pada pembuatan katalog digital, pengelolaan media sosial, pencatatan stok dan penjualan, pemetaan toko oleh-oleh, serta pengembangan kemitraan distribusi. Prasetyo *et al.* (2023) dan Aryani dan Tuti (2023) menunjukkan relevansi pemasaran digital bagi usaha makanan dan minuman. Dalam konteks KTH Majojo, penguatan tersebut dapat dilaksanakan secara bertahap sesuai kemampuan anggota agar tidak menambah beban operasional kelompok.

Implikasi keempat adalah penguatan kapasitas kelembagaan. Partisipasi anggota dan pembagian tugas merupakan faktor pendukung yang sudah dimiliki kelompok. Kondisi tersebut dapat dikembangkan melalui pembagian tanggung jawab yang lebih jelas antara produksi, pengemasan, pemasaran, dan administrasi. Penyuluh dapat berperan sebagai fasilitator yang menghubungkan kelompok dengan pelatihan, lembaga pendukung, serta peluang promosi. Dengan demikian, keberhasilan pendampingan tidak hanya diukur dari skor

persepsi, tetapi juga dari kemampuan kelompok mempertahankan praktik yang telah dipelajari.

IV. PENUTUP

Peran penyuluh dalam pengembangan usaha jahe instan KTH Majojo mencakup pemberian informasi dan pengetahuan, fasilitasi sarana dan dukungan kelembagaan, motivasi untuk melakukan perbaikan, pembimbingan teknis, serta dukungan terhadap akses pasar dan promosi. Peran tersebut diterapkan pada tiga aspek utama, yaitu pengembangan produk, pengemasan, serta pasar dan pemasaran. Efektivitas pendampingan pada aspek pengembangan produk mencapai 85,25% dan termasuk kategori sangat efektif, aspek pengemasan mencapai 85,00% dan termasuk kategori sangat efektif, sedangkan aspek pasar dan pemasaran mencapai 79,50% dan termasuk kategori cukup efektif. Secara gabungan, ketiga aspek memperoleh indeks 83,25% dan termasuk kategori sangat efektif. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pendampingan paling kuat dirasakan pada kegiatan produksi dan pengemasan, sementara penguatan pemasaran masih diperlukan, terutama pada perluasan jaringan pasar, promosi digital, pengelolaan merek, dan kemampuan pemasaran anggota.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Program Studi Magister Ilmu Pertanian Universitas Khairun, para pembimbing, para penguji, KPH Ternate-Tidore, Dinas Kehutanan Provinsi Maluku Utara, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tidore Kepulauan, Bank Indonesia Provinsi Maluku Utara, Pemerintah Kelurahan Tuguwaji, serta pengurus dan anggota KTH Majojo yang telah memberikan dukungan, informasi, dan kesempatan dalam pelaksanaan penelitian.

REFERENSI

- Aryani, D. R., & Tuti, M. (2023). Entrepreneurial orientation studies on food and beverage MSMEs to examine the effects of social media marketing and digital content marketing activity on business performance. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 9(3), 513. <https://doi.org/10.17358/ijbe.9.3.513>
- Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik hortikultura 2024. Badan Pusat Statistik.
- Ersedo, T. L., Teka, T. A., Forsido, S. F., & Dessalegn, E. (2025). Effect of packaging materials and storage durations on nutritional composition and antimicrobial potential of ginger (*Zingiber officinale*) genotypes from Ethiopia. *Food Nutrition*, 1(1), 100004.
- Falo, M., Kobesi, P. S., Matoneng, O. W., Zakiah, A., & Tabenu, O. (2025). The role of agricultural extension workers in empowering horticultural farmer groups in border areas Indonesia-Timor Leste. *ZIRAA'AH*

- Majalah Ilmiah Pertanian, 50(3), 765–779.
<https://doi.org/10.31602/zmip.v50i3.19536>
- Fauzi, A., Rahman, D., & Sumarni, E. (2021). Pelatihan kewirausahaan dan inovasi produk bagi UMKM berbasis pertanian. *Jurnal Abdi Inovasi*, 3(1), 22–30.
- Handayani, R., & Rukmana, S. (2022). Pengaruh desain kemasan terhadap daya tarik produk minuman herbal di pasar lokal. *Jurnal Pemasaran dan Kewirausahaan*, 6(1), 18–27.
- Lestari, E., & Aminah, H. (2021). Analisis faktor yang mempengaruhi efektivitas penyuluh pertanian lapangan di Indonesia. *Jurnal Agrisep*, 10(2), 145–156.
- Mardani, A., & Prihastomo, Y. (2025). Recent trends in packaging design based on industrial design registrations in Indonesia. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 8(1).
- Mardawati, Hikmah, A. N., & Dambe, J. (2025). The role of agricultural extension workers in developing farmer groups in Rea Village Binuang District Polewali Mandar Regency. *Tarjih: Agribusiness Development Journal*, 5(01), 41–50.
<https://doi.org/10.47030/tadj.v5i01.927>
- Mulyani, S., & Sari, A. (2023). Transformasi peran penyuluh sebagai fasilitator agribisnis di era digital. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(3), 210–220.
- Prasetyo, H., Utami, D., & Rahmad, Y. (2023). Strategi digital marketing untuk produk pangan lokal di Kalimantan Timur. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 87–98.
- Sukadi, A., Siregar, A. Z., & Hidayat, R. (2020). Pemberdayaan petani jahe melalui pelatihan dan pengolahan hasil di Sleman, Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 32(1), 54–63.
- Sutrawan, I. G., Ariani, I., Puspatrinayanti, N. K., Salsabila, B. S. P., Gazi, N., Fakar, H. M., Kurniawan, R., Kurniawati, Suraya, A., & Hariadi, H. U. (2024). Peningkatan ekonomi kreatif melalui inovasi kemasan pada produk serbuk jahe UMKM lokal di Desa Mekar Bersatu, Kecamatan Batukliang, Kabupaten Lombok Tengah, NTB. *Jurnal Wicara Desa*, 2(4), 295–303.
<https://doi.org/10.29303/wicara.v2i4.5532>
- Yuliani, M., & Pratiwi, D. (2024). Inovasi pengembangan produk jahe instan untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pengembangan Agroindustri*, 9(2), 102–111.
- Zuzana, Y., Aquarini, & Nurhasanah. (2024). The role of agricultural extension workers in the development of farmer groups in Tanjung Riu Village, Kurun District, Gunung Mas Regency. *Indonesia Journal of Public Administration and Government*, 1(1), 66–74.
<https://doi.org/10.70074/ijpag.v1i1.25>