



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 5341-5347

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

## Inofasi Produk UMKM Berbasis Bahan Baku Lokal Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Negeri Titawaai

Frederik Wiilem Ayal<sup>1</sup>, Ade Yakob Lethulur<sup>2</sup>, Yanes Serpiela<sup>3</sup>, Lourensi Maatita<sup>4</sup>, Oktopinan Basar<sup>5</sup>, Feby Wendy Makatita<sup>6</sup>, Jeki Dadiara<sup>7</sup>

1 Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Pattimura Ambon

2,5 Pendidikan Biologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pattimura Ambon

3,6 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura Ambon

4 kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura Ambon

7 Pendidikan Sejarah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pattimura Ambon

[eddy.kakha@gmail.com](mailto:eddy.kakha@gmail.com)<sup>1</sup>, [adevakoblethulur293@gmail.com](mailto:adevakoblethulur293@gmail.com)<sup>2</sup>, [vanesserpiela@gmail.com](mailto:vanesserpiela@gmail.com)<sup>3</sup>, [louramaatita@gmail.com](mailto:louramaatita@gmail.com)<sup>4</sup>, [oktopinabasar02@gmail.com](mailto:oktopinabasar02@gmail.com)<sup>5</sup>, [fbvmktt@gmail.com](mailto:fbvmktt@gmail.com)<sup>6</sup>, [jekidadiara83@gmail.com](mailto:jekidadiara83@gmail.com)<sup>7</sup>

### Abstrak

Keterbatasan pemanfaatan bahan baku lokal serta rendahnya tingkat inovasi produk menjadi kendala utama dalam pengembangan UMKM di Negeri Titawaai. Padahal, potensi sumber daya alam seperti pala, cengkeh, dan kelapa sangat melimpah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kegiatan sosialisasi inovasi produk berbasis bahan baku lokal dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat serta implikasinya terhadap peningkatan ekonomi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Universitas Pattimura melalui penyampaian materi dan praktik langsung pembuatan produk olahan berupa selai pala sebagai bentuk pemanfaatan sumber daya lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya inovasi produk. Sebelum sosialisasi, masyarakat cenderung menjual bahan mentah tanpa nilai tambah. Setelah mengikuti sosialisasi dan praktik langsung, peserta mampu mengolah pala menjadi selai, memahami teknik pengemasan sederhana, serta memiliki motivasi untuk memulai atau mengembangkan usaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa sosialisasi yang disertai praktik langsung memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal. Implikasi ekonominya terlihat dari tumbuhnya kesadaran wirausaha, potensi peningkatan pendapatan rumah tangga, serta terbukanya peluang pemasaran produk lokal. Dengan demikian, pendekatan partisipatif seperti ini direkomendasikan untuk direplikasi di wilayah pedesaan lainnya guna mendorong kemandirian ekonomi masyarakat.

**kata kunci:** Inovasi Produk, UMKM, Bahan Baku Lokal, Peningkatan Ekonomi

### 1. Latar Belakang

Pembangunan ekonomi di pedesaan merupakan salah satu upaya fundamental dan strategis dalam mengurangi ketimpangan struktural antara wilayah perkotaan dan pedesaan yang selama ini menjadi tantangan utama pembangunan nasional. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis tidak hanya sebagai pencipta lapangan kerja, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan memperkuat perekonomian lokal dari tingkat paling bawah. Motivasi kewirausahaan yang tinggi mendorong terjadinya inovasi dan menciptakan dampak ekonomi berganda (multiplier effect) di masyarakat lokal (Sugiharjo et al., 2024). UMKM didefinisikan sebagai usaha yang didirikan dan dijalankan oleh individu, rumah tangga, atau kelompok usaha kecil yang diukur berdasarkan omset yang dihasilkan (Syafitri dkk, 2022). Pengembangan UMKM semakin menjadi perhatian serius pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan, khususnya dalam upaya memanfaatkan potensi sumber daya alam lokal yang melimpah secara optimal. Industri makanan dan minuman dalam skala UMKM merupakan sektor yang sangat potensial dalam peningkatan perekonomian masyarakat melalui pendekatan ekonomi kreatif (Samodro, 2024). Produk pangan lokal menjadi salah satu penggerak utama ekonomi di pedesaan karena memiliki karakteristik yang unik dan adaptif. Produk pangan lokal ini memanfaatkan bahan-bahan yang tersedia secara musiman maupun sepanjang tahun, mudah didapatkan dari lingkungan sekitar, diolah dengan teknologi yang relatif sederhana dan tradisional, serta memiliki

keterikatan yang kuat dengan budaya, tradisi, dan kearifan lokal masyarakat setempat. Produk pangan lokal biasanya menyandang nama daerah tertentu dan menjadi makanan khas tradisional suatu daerah dengan keunikan rasa, bentuk, cara pengolahan, dan filosofi yang melekat pada masing-masing produk (Utami, 2021). Inovasi produk mencakup berbagai upaya strategis mulai dari memperkenalkan varian baru dari suatu produk, meningkatkan kualitas produk secara berkelanjutan, memperbaiki proses produksi agar lebih efisien dan higienis, hingga mengembangkan kemasan yang lebih menarik dan fungsional. Salah satu tantangan utama pada industri ini adalah bagaimana toko oleh-oleh sebagai gerbang utama pemasaran produk lokal dapat terus berinovasi dalam produknya tanpa kehilangan identitas budaya lokal yang menjadi nilai jual utamanya. Perusahaan dan pelaku UMKM diharapkan mampu menciptakan inovasi yang dapat membantu serta mendukung usahanya agar meningkatkan dan mempertahankan posisi produknya di pasar sasaran. Inovasi merupakan suatu alat utama untuk mencapai posisi produk tersebut di pasar sasarnya (Hartuti et al., 2022). Inovasi produk dapat memiliki dampak yang signifikan dan terukur terhadap keputusan pembelian konsumen (Widiastuti & Mardiyanto, 2024). Ketika suatu produk dianggap inovatif, baik dari segi rasa, kemasan, maupun cara penyajiannya, konsumen cenderung memberikan pandangan yang lebih positif dan faktor ini bisa menjadi pendorong utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Negeri Titawaai yang terletak di wilayah Pulau Nusalaut, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku, memiliki potensi sumber daya alam yang cukup melimpah dan beragam, khususnya pada sektor pertanian, perkebunan, dan perikanan. Komoditas unggulan seperti pala, cengkeh, kelapa, serta berbagai hasil laut seperti ikan, biota laut, dan rumput laut menjadi sumber utama mata pencaharian masyarakat setempat. Namun demikian, potensi sumber daya alam yang luar biasa tersebut belum dimanfaatkan secara optimal dalam meningkatkan nilai ekonomi masyarakat. Sebagian besar masyarakat masih menjual hasil produksi dalam bentuk bahan mentah (raw material) tanpa melalui proses pengolahan lebih lanjut menjadi produk setengah jadi atau produk jadi yang memiliki nilai tambah tinggi. Kondisi ini menyebabkan rendahnya nilai tambah (value added) dari produk yang dihasilkan, sehingga pendapatan masyarakat menjadi kurang maksimal dan tidak sebanding dengan potensi ekonomi yang seharusnya dapat diraih. Selain itu, fluktuasi harga komoditas di pasaran yang tidak menentu juga berdampak langsung pada ketidakstabilan ekonomi masyarakat, terutama ketika harga komoditas utama jatuh secara drastis. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan teknis dalam mengolah bahan baku lokal menjadi produk yang inovatif dan bernilai jual tinggi, minimnya inovasi produk yang mampu mengikuti perkembangan selera pasar dan tren konsumen, serta kurangnya akses terhadap pasar yang lebih luas baik di tingkat lokal, regional, nasional, maupun internasional menjadi tantangan utama dan mendesak dalam pengembangan ekonomi masyarakat di Negeri Titawaai. Kondisi ini diperparah dengan terbatasnya infrastruktur pendukung, akses permodalan yang sulit, serta minimnya pendampingan usaha dari pihak-pihak terkait.

Penelitian ini dilakukan karena kesenjangan antara potensi sumber daya alam yang melimpah di Negeri Titawaai dengan rendahnya nilai tambah ekonomi yang diterima masyarakat akibat minimnya inovasi produk UMKM berbasis pangan lokal. Selain itu, masih terbatasnya kajian empiris yang secara spesifik membahas peran inovasi produk UMKM terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di wilayah kepulauan seperti Nusalaut, serta belum adanya strategi pemberdayaan yang tepat sasaran untuk mengatasi keterbatasan pengetahuan, keterampilan, akses pasar, dan permodalan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan solusi berbasis bukti ilmiah guna mendorong pengembangan UMKM yang inovatif dan berkelanjutan di pedesaan

Pertanyaan :

1. Bagaimana kondisi eksisting inovasi produk UMKM pangan lokal di Negeri Titawaai?
2. Apa saja faktor-faktor yang menghambat dan mendorong inovasi produk UMKM dalam meningkatkan ekonomi masyarakat di Negeri Titawaai?
3. Bagaimana pengaruh inovasi produk UMKM terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di Negeri Titawaai?
4. Strategi apa yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan inovasi produk UMKM pangan lokal guna memperkuat perekonomian masyarakat Negeri Titawaai?

Tujuan:

1. Menganalisis kondisi eksisting inovasi produk UMKM pangan lokal di Negeri Titawaai.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat dan mendorong inovasi produk UMKM dalam meningkatkan ekonomi masyarakat di Negeri Titawaai.

3. Mengukur pengaruh inovasi produk UMKM terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di Negeri Titawaai.
4. Merumuskan strategi pengembangan inovasi produk UMKM pangan lokal yang efektif untuk memperkuat perekonomian masyarakat Negeri Titawaai.

## 2. Metode Penelitian

Sasaran kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini adalah warga Negeri titawaai, kecamatan Nusalaut, Kabupaten Maluku Tengah yang di hadiri oleh 9 orang. Kegiatan ini melibatkan mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Universitas Pattimura Angkatan LII dengan tujuan untuk meningkatkan ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam membuat pakan dengan memanfaatkan bahan baku pakan lokal untuk hasil pertanian buat selei. Kegiatan ini dilaksanakan selama 1 bulan yang tahapannya pertama-tama dilakukan survei dalam pengumpulan data yang dan menyusun rencana kegiatan. Tahap ini menerapkan pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA) seperti yang direkomendasikan oleh Chambers (1994) serta Suciati dan Adnyana (2020), di mana masyarakat dilibatkan secara aktif dalam mengidentifikasi potensi, masalah, dan kebutuhan riil mereka sehingga program yang dirancang benar-benar sesuai dengan konteks lokal.

Selanjutnya, dilakukan kegiatan sosialisasi untuk menyampaikan manfaat ekonomi dari pembuatan pakan lokal dan selei, prospek pemasaran, serta prinsip-prinsip produksi yang higienis. Metode sosialisasi dalam kegiatan ini mengacu pada pendekatan andragogi (pendidikan orang dewasa) yang dikemukakan oleh Knowles (1980) dan diperkuat oleh Nugroho dan Susanti (2021), di mana materi disampaikan dengan cara dialogis, berbasis pengalaman peserta, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Tahap terakhir adalah praktek dan pelatihan yang menggunakan metode demonstrasi dan praktik langsung (hands-on training) . Penelitian oleh Handayani dan Prasetyo (2021) serta teori experiential learning dari Kolb (1984) menunjukkan bahwa metode ini lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan dibandingkan metode ceramah semata, karena peserta belajar melalui pengalaman konkret, refleksi, dan eksperimentasi aktif. Selama pelatihan berlangsung, juga diterapkan prinsip pendampingan berkelanjutan (continuous mentoring) sebagaimana direkomendasikan oleh Putri dan Kurniawan (2022) yang menyatakan bahwa pendampingan pasca-pelatihan sangat penting untuk memastikan keberlanjutan usaha setelah program KKN selesai.

## 3. Hasil dan Diskusi

### Hasil

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini dilaksanakan di Negeri Titawaai, Kecamatan Nusalaut, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku, dengan sasaran warga setempat yang berpartisipasi sebagai peserta berjumlah sembilan orang. Seluruh peserta merupakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) atau masyarakat yang memiliki potensi untuk mengembangkan usaha berbasis bahan baku lokal. Kegiatan dilaksanakan selama satu bulan yang terbagi dalam tiga tahapan utama, yaitu survei dan penyusunan rencana, sosialisasi, serta praktik langsung pembuatan produk olahan. Sebelum kegiatan sosialisasi dilaksanakan, tim KKN melakukan wawancara mendalam terhadap sembilan orang peserta untuk mengetahui kondisi awal pengetahuan dan keterampilan mereka. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih memiliki keterbatasan dalam hal inovasi produk dan pengolahan bahan baku lokal. Dari sembilan orang peserta, hanya dua orang yang memahami konsep inovasi produk, sementara satu orang mengetahui cara mengolah bahan baku lokal menjadi produk bernilai tambah. Lebih lanjut, tidak ada satu pun peserta yang memiliki keterampilan dalam membuat produk olahan berupa selai. Pengetahuan tentang pengemasan produk yang menarik juga hanya dimiliki oleh satu orang, sementara motivasi untuk mengembangkan usaha berbasis inovasi hanya dimiliki oleh tiga orang dari total peserta. Data ini menunjukkan bahwa secara umum tingkat pengetahuan dan keterampilan awal peserta tergolong rendah, sehingga intervensi melalui kegiatan sosialisasi dan praktik sangat diperlukan.



Gambar. 1 Pemaparan Materi

Kegiatan sosialisasi kemudian dilaksanakan di Kantor Negeri Titawaai dan dihadiri oleh seluruh sembilan orang peserta, berlangsung selama tiga jam yang terbagi menjadi dua sesi utama. Sesi pertama berupa pemaparan materi tentang inovasi produk UMKM berbasis bahan baku lokal yang berlangsung selama satu jam, di mana mahasiswa KKN menyampaikan materi secara interaktif dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan disesuaikan dengan kondisi riil yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Negeri Titawaai, mencakup pengertian inovasi produk, pentingnya inovasi dalam meningkatkan nilai jual produk, pemanfaatan potensi lokal, serta strategi sederhana dalam pengemasan dan pemasaran.

Sesi kedua berupa praktik langsung pembuatan selai dari buah pala yang berlangsung selama dua jam. Selama kegiatan berlangsung, tim KKN melakukan observasi terhadap tingkat partisipasi peserta dan menunjukkan bahwa partisipasi peserta tergolong tinggi. Pada sesi pemaparan materi, sebanyak enam orang peserta mengajukan pertanyaan terkait materi yang disampaikan. Pada sesi praktik langsung, seluruh peserta terlibat aktif dalam setiap tahapan pembuatan selai pala, mulai dari penyortiran buah, pencucian, pengupasan, pemasakan, hingga pengemasan. Sebanyak empat orang peserta mencatat prosedur pembuatan selai untuk dijadikan panduan di kemudian hari. Secara keseluruhan, delapan orang peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi yang ditandai dengan keaktifan bertanya, mencoba setiap tahapan proses, serta saling berbagi pengalaman antar peserta, sementara hanya satu orang peserta yang cenderung pasif dan lebih banyak mengamati daripada terlibat langsung dalam praktik. Praktik pembuatan selai pala dilaksanakan secara bertahap dengan bimbingan langsung dari mahasiswa KKN, dimulai dari penyortiran dan pencucian buah pala segar, di mana peserta secara bergiliran mempraktikkan cara memilih buah pala yang matang dan berkualitas baik.



Gambar. 2 Praktik Pembuatan Selai Dari Pala

Tahap selanjutnya adalah pengupasan kulit buah pala dan pemarkutan daging buah, di mana peserta mengalami sedikit kesulitan karena tekstur daging buah pala yang keras namun dengan bimbingan yang intensif seluruh peserta berhasil menyelesaikan tahap tersebut. Tahap ketiga adalah pencampuran daging pala yang telah diparut dengan gula dan bahan tambahan lainnya sesuai takaran yang ditentukan, dilanjutkan dengan proses pemasakan di atas kompor hingga mencapai kekentalan yang sesuai sebagai selai. Selama proses pemasakan, mahasiswa KKN mendemonstrasikan cara mengatur suhu dan waktu pemasakan yang tepat, dan peserta secara bergantian mencoba mengaduk selai yang sedang dimasak agar tidak gosong. Tahap terakhir adalah pengemasan sederhana selai yang telah matang ke dalam wadah plastik dan wadah kaca. Dari sembilan orang peserta, seluruhnya berhasil menyelesaikan proses pembuatan selai pala dengan bimbingan dari mahasiswa KKN, dan sebanyak lima orang peserta mampu mengulangi proses tersebut secara mandiri setelah satu kali demonstrasi, sementara empat orang peserta lainnya masih memerlukan bimbingan tambahan.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9367>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Hasil akhir dari praktik ini berupa produk selai pala dalam kemasan sederhana yang siap untuk dikonsumsi atau dipasarkan. Setelah kegiatan sosialisasi dan praktik selesai, tim KKN melakukan evaluasi untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta, dan hasilnya menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada seluruh aspek yang diukur. Seluruh sembilan orang peserta kini memahami konsep inovasi produk, meningkat dari sebelumnya hanya dua orang. Seluruh peserta juga mengetahui cara mengolah pala menjadi selai, meningkat dari sebelumnya hanya satu orang. Pada aspek keterampilan, seluruh peserta yang sebelumnya tidak ada satupun yang memiliki keterampilan membuat selai, kini semuanya memiliki keterampilan tersebut. Pemahaman tentang pentingnya kemasan produk yang menarik meningkat dari hanya satu orang menjadi delapan orang, sementara minat peserta untuk mengembangkan usaha berbasis inovasi meningkat dari hanya tiga orang menjadi seluruh sembilan orang peserta.

### Diskusi

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan praktik langsung pembuatan selai pala di Negeri Titawaai berhasil meningkatkan pengetahuan masyarakat secara signifikan, di mana pemahaman tentang inovasi produk meningkat dari hanya dua orang menjadi seluruh sembilan orang peserta setelah kegiatan. Hal ini sejalan dengan konsep inovasi produk yang dikemukakan oleh Diharto (2022), bahwa inovasi merupakan proses pengembangan ide dan pemanfaatan sumber daya yang telah ada sebelumnya menjadi lebih berarti, serta didukung oleh Widjaja dan Wildan (2023) yang menyatakan bahwa inovasi produk adalah pengembangan produk yang sudah ada dengan cara menciptakan pemikiran-pemikiran baru yang menawarkan produk inovatif. Dalam konteks Negeri Titawaai, masyarakat awalnya hanya memahami pala sebagai komoditas yang dijual dalam bentuk mentah, namun setelah kegiatan mereka mulai melihat pala sebagai bahan baku yang dapat diolah menjadi selai yang memiliki nilai tambah tinggi, dan ini merupakan bentuk inovasi produk yang paling mendasar yaitu *improvements and revisions to existing products* sebagaimana dijelaskan oleh Tjiptono dan Anastasia (2020). Temuan ini menjawab pertanyaan penelitian tentang kondisi eksisting inovasi produk UMKM di Negeri Titawaai yang awalnya sangat rendah, serta membuktikan bahwa intervensi melalui sosialisasi mampu mengubah kondisi tersebut.

Keberhasilan seluruh sembilan orang peserta dalam memperoleh keterampilan membuat selai pala, dengan lima orang di antaranya mampu mengulangi proses secara mandiri setelah satu kali demonstrasi, menunjukkan bahwa metode praktik langsung atau *hands-on training* sangat efektif untuk pembelajaran orang dewasa di pedesaan. Hasil ini memperkuat teori *experiential learning* dari Kolb (1984) yang menyatakan bahwa pembelajaran melalui pengalaman konkret lebih efektif dibandingkan pembelajaran teoritis semata, serta sejalan dengan penelitian Handayani dan Prasetyo (2021) yang membuktikan bahwa metode demonstrasi dan praktik langsung lebih efektif meningkatkan keterampilan dibandingkan metode ceramah. Peningkatan minat peserta untuk mengembangkan usaha berbasis inovasi dari hanya tiga orang menjadi seluruh sembilan orang peserta merupakan temuan yang sangat signifikan karena menunjukkan adanya potensi keberlanjutan ekonomi setelah kegiatan KKN berakhir, dan hal ini menjawab pertanyaan penelitian tentang pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan ekonomi masyarakat. Temuan ini sejalan dengan pernyataan Pasaribu dkk (2022) bahwa UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan membuka lapangan kerja, serta didukung oleh penelitian Sari dan Wijaya (2020) yang membuktikan bahwa pengolahan hasil pertanian menjadi selai dapat meningkatkan pendapatan petani hingga empat puluh hingga enam puluh persen dibandingkan menjual dalam bentuk buah segar. Lebih lanjut, temuan tentang delapan dari sembilan orang peserta yang kini memahami pentingnya kemasan produk yang menarik menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada produk itu sendiri tetapi juga mencakup aspek pengemasan sebagai bagian dari nilai jual, mendukung pernyataan Anggraeni dan Aminah (2023) bahwa peluncuran produk yang menambah keragaman mulai dari warna, kemasan, dan harga sangat penting untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Meskipun demikian, terdapat beberapa keterbatasan dan temuan yang meragukan yang perlu diakui secara objektif. Pertama, meskipun seluruh peserta menyatakan berminat mengembangkan usaha inovatif, penelitian ini tidak mengukur sejauh mana minat tersebut benar-benar direalisasikan dalam bentuk usaha nyata setelah kegiatan KKN selesai, sehingga diperlukan studi lanjutan untuk mengevaluasi tingkat keberlanjutan usaha. Kedua, adanya satu orang peserta yang cenderung pasif selama kegiatan dan empat orang peserta yang masih memerlukan bimbingan tambahan dalam mengatur tingkat kematangan selai mengindikasikan bahwa tidak semua peserta memiliki kemampuan belajar yang sama, dan pendekatan yang lebih personal mungkin diperlukan. Ketiga, keterbatasan alat produksi yang mengharuskan peserta menggunakan alat secara bergantian dapat mempengaruhi efektivitas pembelajaran karena waktu praktik efektif setiap peserta menjadi berkurang. Keempat, jumlah peserta yang hanya sembilan orang dan lokasi kegiatan yang terbatas di satu negeri membuat hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh masyarakat di Kabupaten Maluku Tengah atau Provinsi Maluku secara umum. Kelima, durasi pelatihan yang hanya tiga jam mungkin belum cukup untuk membekali peserta dengan

keterampilan yang benar-benar mapan, dan temuan dari Putri dan Kurniawan (2022) menegaskan bahwa pendampingan pasca-pelatihan sangat penting untuk memastikan keberlanjutan usaha. Secara umum, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa sosialisasi yang disertai praktik langsung memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan UMKM berbasis bahan baku lokal di pedesaan, namun keberhasilan jangka panjang sangat bergantung pada ketersediaan pendampingan berkelanjutan, akses terhadap peralatan produksi yang memadai, serta dukungan dari pemerintah negeri dalam bentuk fasilitasi pemasaran dan permodalan. Dengan demikian, strategi pengembangan yang efektif adalah kombinasi antara sosialisasi teori dan praktik langsung dengan pendekatan partisipatif dan andragogi, serta perlunya pendampingan berkelanjutan pasca kegiatan untuk memastikan keberlanjutan usaha.

## 5 Kesimpulan

Berdasarkan seluruh rangkaian kegiatan Kuliah Kerja Nyata dan penelitian yang telah dilaksanakan di Negeri Titawaai, Kecamatan Nusalaut, Kabupaten Maluku Tengah, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk UMKM berbasis bahan baku lokal terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan minat berusaha masyarakat pedesaan. Kondisi awal masyarakat sebelum kegiatan menunjukkan tingkat pemahaman dan keterampilan yang sangat rendah, di mana hanya sebagian kecil peserta yang memahami konsep inovasi produk dan tidak ada satupun peserta yang memiliki keterampilan mengolah bahan baku lokal menjadi produk bernilai tambah seperti selai. Permasalahan utama ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, minimnya inovasi produk, serta kebiasaan masyarakat yang masih menjual hasil pertanian dalam bentuk bahan mentah, sehingga nilai tambah dan pendapatan yang diperoleh menjadi kurang maksimal. Kegiatan yang dilaksanakan selama satu bulan dengan sasaran sembilan orang peserta melalui metode sosialisasi dan praktik langsung pembuatan selai pala berhasil membawa perubahan yang signifikan. Seluruh peserta kini memahami konsep inovasi produk, mengetahui cara mengolah pala menjadi selai, memiliki keterampilan membuat selai, dan menyatakan minat untuk mengembangkan usaha berbasis inovasi. Keberhasilan ini membuktikan bahwa metode praktik langsung atau hands-on training sangat efektif untuk pembelajaran orang dewasa di pedesaan, karena masyarakat lebih mudah memahami materi ketika terlibat langsung dalam pengalaman konkret. Hal ini sejalan dengan teori experiential learning yang menyatakan bahwa pembelajaran melalui pengalaman lebih efektif dibandingkan pembelajaran teoritis semata. Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi selama kegiatan, antara lain keterbatasan alat produksi, kesulitan sebagian peserta dalam mengatur tingkat kematangan selai, serta durasi pelatihan yang dirasa masih kurang. Selain itu, jumlah peserta yang terbatas membuat hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk wilayah yang lebih luas. Secara umum, kegiatan ini telah berhasil membuktikan bahwa inovasi produk UMKM berbasis bahan baku lokal memiliki peran strategis dalam peningkatan ekonomi masyarakat pedesaan. Untuk memastikan keberlanjutan hasil yang telah dicapai, diperlukan dukungan berkelanjutan dari pemerintah negeri dalam bentuk pelatihan lanjutan, pendampingan usaha, penyediaan alat produksi, serta fasilitasi pemasaran produk. Dengan demikian, inovasi produk bukan hanya solusi jangka pendek untuk meningkatkan pendapatan, tetapi juga strategi jangka panjang untuk membangun kemandirian ekonomi desa dan mengurangi ketimpangan antara wilayah perkotaan dan pedesaan.

## Referensi

1. Andaiyani, S., Yunisvita, Y., & Tarmizi, N. (2020). Peran Financial Technology sebagai Alternatif Permodalan bagi UMKM di Desa Kerinjing, Kabupaten Ogan Ilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(2), 85-92. doi:<https://doi.org/10.29259/jscs.v1i2.16>
2. Anggraeni, R., & Aminah, S. (2023). Pengaruh E-WOM dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk revlon di Kabupaten Jombang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, & Bisnis Syariah*, 6(2), 2861-2869. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4509>.
3. Diharto, A. (2022). Manajemen inovasi dan kreativitas. Penerbit Gerbang Media Aksara
4. Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*. 1(02). 157- 172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
5. Hartuti, E., Nariawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Pengaruh inovasi produk dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada citra perusahaan UMKM makanan tradisional getuk goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. *JiIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1144-1149. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i5.538>.
6. Pasaribu, Safran Efendi, et al (2024). "Peningkatan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal." *Jurnal Kolaboratif Sains* 7.12. 4385-4393.
7. Samodro (2024) "Upaya Meningkatkan Daya Saing Ekspor Produk Umkm Makanan Dan Minuman Melalui Pengembangan Usaha Dengan Berbasis Pada Kearifan Lokal Di Indonesia." *Prosiding Sembadha*, vol. 1, pp. 130-137, 2018, Accessed: Sep. 10,2024.[Online].Available:<https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/sembadha/article/view/361>
8. Nurul Hidayat, Febrianingsih, Audi Audi, Charla Ta'bi Sulung, Khairunnisa Khairunnisa, Owen Petit, Prithi Arvana Angody, and Rabi Simon, "Inovasi Produk Lokal untuk Peningkatan Ekonomi Masyarakat melalui Pengembangan Nugget dari Ikan Bandeng, Nusantara, vol 02 No 2(2025), <https://jurnal.appihi.or.id/index.php/numeken/article/view/941>
9. Subianto, D., & Basuki, K. (2024). Pengaruh influencer dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian Kahf dengan e-commerce sebagai moderating. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 826-831. <http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1322>.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9367>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

10. Sugiharjo, J, Rahmat, A, Paijan, P, F. Ekonomi, and D. Bisnis, "Mendorong Motivasi Wirausaha UMKM untuk Memajukan Ekonomi Masyarakat di Kelurahan Joglo Kota Jakarta Barat," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Singa Podium (JPMSIPO)*, vol.2, no.1, pp. 39–45, Apr.2024, doi: 10.58965/JPMSIPO.V2I1.26. <https://doi.org/10.58965/jpmsipo.v2i1.26>
11. Bunga Paramita, Fahrana Azzahra, and Siti Mayawi Vanesa, "Pemanfaatan dan Pengembangan Produk UMKM Berbasis Kearifan Lokal guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kepulauan Riau," *Jurnal Bahtera Inovasi*, Vol. 5 No. 2 (2022), <https://ojs.umrah.ac.id/index.php/bahterainovasi/article/view/4016>
12. Mutiara, Meir and Ridwan, Ridwan, "PENGEMBANGAN UMKM MELALUI FESTIVAL BAKU TIMBA DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI KABUPATEN JAYAPURA PROVINSI PAPUA. "Diploma thesis, Institut Pemerintahan Dalam Negeri, <https://eprints.ipdn.ac.id/24055/>
13. Marsellinus Bachtar, Enny Widiawati, Mario Cordelos Bisay and Klarissa, "PENGUATAN EKONOMI BERBASIS UMKM DAN KEARIFAN LOKAL" Vol. 6 No. 1 (2025): Prosiding Seminar Nasional Manajemen Industri dan Rantai Pasok 6th, Tangerang 2025, <https://jurnal.poltekapp.ac.id/index.php/SNMIP/article/view/1785>
14. Ahmad Thariq, Dynne Andriany, Diar Muzna Tangke, Chrestiana Aponno, Johanis M Tatelepta, and Rasni Hanipa Usemahu, "Digitalisasi Pemasaran Dan Penentuan Harga Jual Produk Lokal 7 Negeri Kecamatan Nusalaut Maluku Tengah" *jurnal pengabdian masyarakat bangsa* "Vol. 3 No. 10 (2025): Desember, <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/article/view/3484>
15. nadia Vega, Natalia Natalia, Brigita Zai, Armin Rahmansyah Nasution, Nadia Enjel lina Silalahi, Chelsya Olyza Malau and Anggun Sibarani, "Analisis Inovasi Produk Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital", *RIGGS*, Vol 04, No. 4: November-Januari, <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/4750>