

Analisis Trend Penjualan dan Strategi Pemasaran pada *Home Industry* Jus Pala Morella



Analysis of Sales Trends and Marketing Strategies in Home Industry Pala Juice, Morella

Mici Sunloy^{1*}, Martha Turukay², Weldemina B. Parera³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura

*Corresponding author's e-mail: kalasinamicisunloy@gmail.com

Article history

Received:

25-02-2026

Last revision:

15-03-2026

Accepted:

20-03-2026

Available online:

28-03-2026

Published:

28-03-2026

ABSTRACT

This study aims to determine sales trends in the home industry of Morella nutmeg juice for a period of 11 years, to find out the sales forecast for Morella nutmeg juice in 2022 and the marketing strategies applied to increase sales in the home industry of Morella nutmeg juice. The results showed that sale of Morella nutmeg juice have a fluctuating trend from 2011-2021 and the forecasting results obtained for the sales of Morella nutmeg juice in 2022 tend to increase by 4,274 bottles. Marketing that can be applied to the Morella nutmeg juice business is improve the technology of production facilities in order to maximize raw materials and also to maintain the quality of the Morella nutmeg juice product, utilizing the use of the internet to expand the marketing are and distibution area of morella nutmeg juice, carry out promotional activities so that Morella nutmeg juice is better known to the public and encourage lokal governments to provide guidance and bussines development so that home industry Morella nutmeg juice is able to do a good productions system planning.

Keywords

juice; nutmeg; sales; trend

How to Cite:

Sunloy, M., Turukay, M., & Parera, W. B. (2026). Analisis Trend dan Strategi Pemasaran pada *Home Industry* Jus Pala Morella. *Conservare: Journal of Agricultural Knowledge*, 1(1), 11-19. <https://doi.org/10.67957/conserv.v1i1.11-19>

Copyright © 2026 by the Author(s)



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY)



Pendahuluan

Pala (*Myristica fragrans*) merupakan tanaman rempah asli Maluku dan telah diperdagangkan dan dibudidayakan secara turun temurun dalam bentuk perkebunan rakyat di sebagian besar Kepulauan Maluku (Simanjong et al, 2020). Setiap bagian tanaman pala dapat dimanfaatkan dalam industri (Ardian & Henaulu, 2021). Tanaman dengan nama latin *Myristica fragrans* ini merupakan tanaman yang memiliki banyak manfaat dalam kehidupan, salah satunya dengan pemanfaatan menjadi bahan manisan dan rempah masakan. Selain itu sejak dahulu tanaman pala dikenal sebagai obat herbal yang berkhasiat untuk mengobati kejang lambung, serta berbagai penyakit lain seperti disentri, mual, mulas, muntah, maag, kembung, dan juga diyakini mampu mencegah gangguan susah tidur (Pelupessy, 2022).

Berdasarkan data statistik Provinsi Maluku tahun 2018 memperlihatkan besarnya luas areal perkebunan tanaman pala mencapai 31.624 ha dengan jumlah petani yang mengusahakan sebanyak 28.360 kepala keluarga dan menghasilkan produksi sebanyak 5.512,1 ton. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila Maluku dikatakan sebagai pusat asal tanaman pala. Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Maluku Tengah 2018 menunjukkan

bahwa Kecamatan Leihiu merupakan salah satu kecamatan yang memiliki tingkat produksi pala tinggi dengan produksi sebanyak 230,2 ton dan memiliki luas panen tanaman pala sebesar 1.024 ha dengan luas tanaman menghasilkan mencapai 673 ha dan jumlah rumah tangga yang mengusahakan sebanyak 2.149 kk/ha (BPS Maluku Tengah, 2018). Desa Morella merupakan salah satu desa pada Kecamatan Leihiu yang memiliki luasan area cukup besar dengan jumlah tanaman pala yang diusahakan sebanyak 136. Tingginya produksi pala desa Morella mencapai 28 ton/ha, dengan produktifitas sebesar 500 kg/ha.

Jus pala Morella merupakan sebuah produk hasil diversifikasi dari buah pala yang dihasilkan oleh *home industry* di desa Morella. *Home industry* atau industri rumahan umumnya tergolong sektor informal yang memproduksi secara unik (Dedy & Soelaiman, 2023), terkait dengan kearifan lokal, sumber daya setempat dan mengedepankan buah tangan (Iskandar *et al*, 2019). *Home industry* bergerak dalam skala kecil, dari tenaga kerja yang bukan profesional, modal yang kecil dan produksi hanya secara musiman (Marlizar *et al*, 2024).

Proses produksi jus pala Morella yang dilakukan tergantung pada hasil panen buah pala, dimana pelaku usaha mengumpulkan daging buah pala yang dijual petani sampai bahan baku diperkirakan mencukupi untuk kegiatan produksi. Hal ini menyebabkan kegiatan produksi tidak dapat dipastikan berjalan setiap hari. Kegiatan produksi yang tidak menentu ini tentunya berdampak kepada produksi (Nugroho *et al*, 2024), hal ini juga terjadi pada *home industry* jus pala Morella.

Sehubungan dengan itu, agar perusahaan dapat bersaing dengan baik perlu program, dan perencanaan untuk mencapai tujuan perusahaan, seperti merencanakan penjualan di masa yang akan datang (Rofiah *et al*, 2024) dan target penjualan pada tahun berikutnya, sehingga perusahaan dapat meramal dan menentukan perkiraan penjualan pada waktu yang akan datang (Pakasi, 2017). Oleh karena itu, diperlukan suatu alat untuk menganalisis trend penjualan dari jus pala Morella sehingga industri rumahan ini dapat membuat sebuah pertimbangan yang baik untuk penjualan di tahun berikutnya (Sarwono & Ardianto, 2024). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui trend penjualan pada *home industry* jus pala Morella, mengetahui ramalan penjualan jus pala Morella dan strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan penjualan pada *home industry* jus pala Morella.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama satu bulan yaitu dari November 2021 sampai Desember 2021. Penelitian dilakukan pada *home industry* jus pala Morella yang berada Desa Morella. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) karena *home industry* jus pala Morella merupakan salah satu industri rumahan yang memanfaatkan hasil panen buah pala dari desa Morella, dan industri rumahan ini masih melakukan produksi dan pemasaran sampai saat ini sejak 2008 dan sudah terhitung sebelas tahun. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh dari dokumen milik *home industry* jus pala Morella berupa laporan penjualan pada periode tahun 2011- tahun 2021 dan uraian hasil wawancara.

Metode dalam menganalisis trend penjualan dan ramalan penjualan menggunakan metode kuadrat terkecil (*Least Square Method*) dan metode yang digunakan untuk menganalisis strategi pemasaran menggunakan analisis deskriptif dan SWOT. Dalam proses menganalisis trend penjualan, hal pertama yang dilakukan adalah menentukan persamaan trend yaitu dengan mencari nilai a dan b menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan : Y = Nilai dari ramalan dengan trend

a = Nilai tetap (konstan) atau nilai Y pada X sama dengan 0

b = Kemiringan (*slope*) atau perubahan nilai Y
dari waktu ke waktu

X = Variabel bebas

Untuk melakukan perhitungan analisa trend menggunakan metode *least square*, maka diperlukan nilai tertentu pada variabel waktu (X), sehingga jumlah nilai variabel waktu adalah nol atau $\sum X = 0$. Dalam menentukan nilai X, dibagi menjadi 2 kelompok yaitu: Data genap,

maka nilai $X...-5,-3,-1,1,3,5...$ dan Data ganjil, maka nilai $X...-3,-2,-1,0,1,2,3...$ Selanjutnya menentukan nilai $a = \sum Y_i / n$ dan menentukan nilai $b = \sum X_i Y_i / \sum X_i^2$

Dalam menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan dapat menggunakan matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks SWOT dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) • Penentuan beberapa faktor internal	WEAKNESSES (W) • Penentuan beberapa faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) • Penentuan beberapa faktor peluang eksternal	STRATEGI S.O Kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W.O Memanfaatkan peluang dan meminimalkan kelemahan yang ada
TREATHS (T) • Penentuan beberapa faktor ancaman eksternal	STRATEGI S.T Kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI W.T Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2006

Matrik SWOT dapat dijelaskan dengan singkat sebagai berikut:

- Strategi SO. Strategi dibuat dengan mengeluarkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada sebesar-besarnya.
- Strategi ST. Strategi dibuat dengan mengeluarkan kekuatan untuk mengatasi ancaman.
- Strategi WO. Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada.
- Strategi WT. Strategi yang dibuat untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman..

Hasil dan Pembahasan

Sejarah Singkat *Home Industry* Jus Pala Morella

Jus pala morella merupakan sebuah produk yang berasal dari desa Morella di Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah. Jus Pala Morella hadir pada tahun 2008 yang merupakan hasil dari inisiatif bapak Yasin Sianala setelah mengikuti pelatihan pengolahan daging buah pala menjadi sirup yang dibuat oleh *United Nations Industrial Development Organization* (UNIDO) pada tahun 2008.

Berbekal pengetahuan tersebut bapak Yasin dan keresahan hati terhadap daging buah pala di desa Morella yang selalu dibuang ketika musim panen tiba, karena yang diambil masyarakat hanya biji dan fuli dari buah pala kemudian berinisiatif untuk membuat menciptakan *home industry* bapak Yasin jus pala dengan memanfaatkan buah pala hanya dari desa Morella dan menamai produk hasil olahan dengan nama Jus Pala Morella yang menunjukan asal dari produk pala ini. Jus pala morella dijual pada awalnya dengan harga Rp 5.000 per botol dan sampai saat ini harga jus pala Morella Rp 6.000 per botol.

Trend Penjualan Jus Pala Morella Tahun 2011-2021

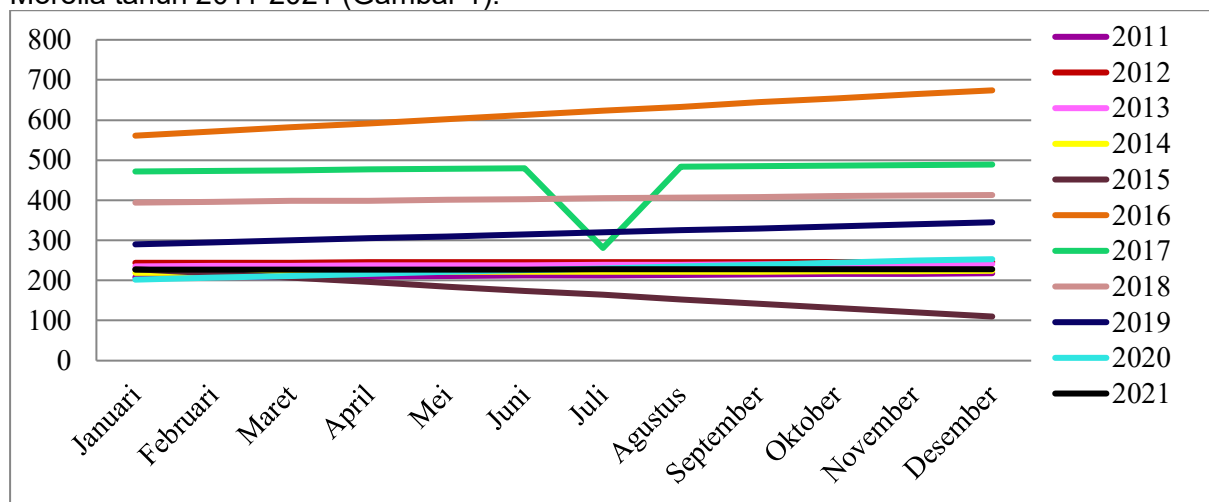
Hasil penelitian yang dilakukan pada *home industry* jus pala Morella di Desa Morella diperoleh data penjualan jus pala Morella selama kurun waktu sebelas tahun dari tahun 2011-2021 (Tabel 2). Selanjutnya dilakukan perhitungan dengan menggunakan analisis trend yang bertujuan untuk melakukan suatu estimasi atau peramalan pada masa yang akan datang (Prihanta *et al*, 2025).

Tabel 2. Perhitungan Trend Penjualan Jus Pala Morella Tahun 2011-2021

Tahun	Penjualan (Y)	X	XY	X ²	Trend
2011	2.562	-5	-12.810	25	3.172,1
2012	2.944	-4	-11.776	16	3.272,28
2013	2.865	-3	-8.595	9	3.372,46
2014	2.661	-2	-5.322	4	3.472,67
2015	2.035	-1	-2.035	1	3.572,82
2016	7.421	0	0	0	3.673
2017	5.773	1	5.773	1	3.773,18
2018	4.852	2	9.704	4	3.873,36
2019	3.816	3	11.448	9	3.973,54
2020	2.738	4	10.952	16	4.073,72
2021	2.736	5	13.680	25	4.173,9
Total	40.403	0	11.019	110	40.403

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka diperoleh grafik trend penjualan jus pala Morella tahun 2011-2021 (Gambar 1).



Gambar 1. Grafik Garis Trend Penjualan Jus Pala Morella

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan diketahui bahwa trend penjualan jus pala Morella selama 11 tahun menunjukkan garis peningkatan yaitu pada tahun 2011 sebesar 3.548,51 menjadi 4.295,45 pada tahun 2021. Trend penjualan jus pala Morella mengalami kenaikan pada tahun 2011 sampai tahun 2021. Pencapaian penjualan selama tahun 2011-2021 dengan jumlah tertinggi terdapat pada tahun 2016 sebanyak 7.421 botol dan penjualan terendah terdapat pada tahun 2015 sebanyak 2.035 botol.

Pada tahun 2011 total hasil penjualan jus pala Morella sebanyak 2.562 botol dengan penjualan tertinggi terdapat pada bulan Juni yaitu sebanyak 246 botol dan penjualan terendah terdapat pada bulan April sebanyak 172 botol. Berdasarkan hasil perhitungan trend penjualan jus pala Morella tahun 2011 menunjukkan trend yang positif, karena garis trend tersebut dimulai dari arah kiri atas ke kanan atas.

Tahun 2012 penjualan jus pala Morella mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebanyak 2.944 botol dengan penjualan tertinggi terjadi pada bulan November sebanyak 270 botol dan penjualan terendah sebanyak 220 pada bulan September. Peningkatan pembelian dari tahun 2011 ini dipengaruhi oleh pembelian dari agen yang selalu ada setiap bulan untuk memenuhi permintaan dari pembeli mereka, selain itu minat beli dari masyarakat Desa Morella pada tahun 2012 juga tinggi. Meskipun pergerakan garis trend pada tahun ini mengalami kenaikan yang tidak signifikan akan tetapi garis trend pada tahun 2012 positif.

Pada tahun 2013 diketahui bahwa penjualan jus pala Morella mengalami sedikit penurunan dari tahun sebelumnya sebanyak 2.865 botol dengan penjualan tertinggi sebanyak 260 botol pada bulan September dan penjualan terendah sebanyak 200 botol pada bulan April. Penjualan terbanyak yang dilakukan pada bulan ini adalah penjualan kepada agen-agen yang dimiliki di Kota Ambon, sedangkan faktor selera konsumen pada tahun ini mempengaruhi

terjadinya penurunan pembelian dari masyarakat desa Morella dan sekitarnya.. Garis trend penjualan jus pala Morella pada tahun 2013 masih menunjukkan garis trend yang positif karena pergerakannya dimulai dari arah kiri atas ke kanan atas.

Penjualan jus pala Morella pada tahun 2014 mempunyai pergerakan yang tidak terlalu fluktuatif dan menunjukkan penurunan penjualan dari tahun sebelumnya. Total penjualan jus pala Morella pada tahun 2014 sebanyak 2.661 botol dengan penjualan tertinggi terjadi pada bulan Juli yaitu sebanyak 240 botol dan penjualan terendah terjadi pada bulan September yaitu sebanyak 198 botol. Pembelian jus pala Morella dari para agen setiap bulan pada tahun 2014 merupakan faktor penting terjadinya penjualan pada tahun ini, selain itu minat beli dari masyarakat Desa Morella dan sekitarnya juga tidak terlalu besar pada tahun 2014. Garis trend penjualan pada tahun ini berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan trend positif, karena garis trend yang dihasilkan bergerak naik dari kiri atas ke kanan atas walaupun pergerakannya tidak terlalu besar.

Tahun 2015 menunjukkan penurunan penjualan jus pala Morella yang tajam. Pada tahun ini total hasil penjualan jus pala Morella sebanyak 2.035 botol yang merupakan penjualan paling terendah dari tahun-tahun sebelumnya, dengan penjualan tertinggi terjadi pada bulan Maret yaitu sebanyak 230 botol dan penjualan terendah terjadi pada bulan Agustus yaitu sebanyak 120 botol. Faktor penyebab terjadinya penurunan penjualan yaitu keterlambatan pengiriman botol untuk mengemas jus pala Morella. Keterlambatan ini terjadi dalam kurun waktu yang cukup lama sehingga mempengaruhi proses produksi dan mengakibatkan *home industry* jus pala Morella tidak dapat memenuhi permintaan dari agen sehingga terjadinya penurunan penjualan. Selama kurun waktu beberapa bulan tersebut *home industry* jus pala Morella berusaha secara maksimal untuk tetap melakukan produksi agar dapat memenuhi permintaan pembelian walaupun tidak dapat diproduksi dan dijual dalam jumlah yang banyak. Berdasarkan gambar grafik diatas terlihat garis trend menunjukkan trend negatif yang bergerak menurun dari kiri atas ke kanan bawah.

Pada tahun 2016 merupakan tahun dengan penjualan tertinggi dari beberapa tahun sebelumnya, total hasil penjualan jus pala Morella pada tahun ini sebanyak 7.421 botol dengan penjualan tertinggi sebanyak 799 botol pada bulan Desember dan penjualan terendah sebanyak 450 botol pada bulan Maret. Faktor penyebab tingginya penjualan pada tahun ini karena permintaan dalam jumlah besar oleh para agen untuk memenuhi kekosongan stok produk jus pala Morella yang terjadi pada tahun 2015 juga banyak permintaan dari instansi-instansi di Kota Ambon yang melakukan pembelian pada tahun ini. Selain itu peningkatan penjualan jus pala Morella pada tahun 2016 ini karena adanya pembeli dari luar kota yang melakukan perjalanan ke Ambon dan berkunjung ke *home industry* jus pala Morella untuk membeli jus pala Morella yang dijadikan oleh-oleh. Garis trend penjualan pada gambar grafik diatas menunjukkan trend positif, karena garis trend yang dihasilkan bergerak naik dari kiri atas ke kanan atas dan kenaikan yang terjadi pada tahun 2016 sangat signifikan

Penjualan jus pala Morella pada tahun 2017 mengalami sedikit penurunan dari tahun sebelumnya, total hasil penjualan jus pala Morella pada tahun 2017 sebesar 5.773 botol dengan penjualan sebanyak 550 botol yang terjadi pada bulan Agustus dan penjualan terendah sebanyak 350 botol pada bulan Mei. Penurunan penjualan tersebut disebabkan oleh munculnya produk pesaing seperti sirup dan jus kemasan lainnya, salah satunya yaitu produk jus pala Hutumuri. Produk dengan nama yang sama dan dari cita rasa yang hampir sama ini mampu eksis dipasar dengan jangkauan pasar pada hotel-hotel yang ada di Kota Ambon, dan juga penjualan yang mampu menjangkau daerah diluar Maluku. Adanya produk pesaing ini memberikan dampak pada menurunnya penjualan jus pala Morella pada tahun ini. Hasil perhitungantrend penjualan tahun 2017 pada gambar grafik menunjukkan garis trend positif, karena garis trend yang dihasilkan bergerak naik dari kiri atas ke kanan atas walaupun pergerakannya tidak terlalu besar.

Penjualan jus pala Morella pada tahun 2018 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Total penjualan yang terjadi pada tahun ini sebanyak 4.852 botol dengan penjualan tertinggi sebanyak 462 botol yang terjadi pada bulan November dan penjualan terendah sebanyak 279 botol pada bulan Juni. Penjualan tertinggi pada tahun 2018 dikarenakan produk jus pala Morella mendapat kesempatan untuk menempati satu stand pada acara Pesparani (Pesta Paduan Suara Gerejani) Katolik di Kota Ambon sehingga banyak pembeli dari berbagai daerah yang membeli jus pala Morella pada saat itu, sedangkan

penurunan penjualan pada tahun 2018 terjadi karena kurangnya minat beli dari masyarakat sekitar dan juga berkurangnya permintaan dari agen pada tahun ini, yang mana hanya beberapa agen yang melakukan pembelian secara berkala, hal ini dikarenakan berkurangnya pembelian jus pala Morella pada toko atau outlet agen sehingga membutuhkan waktu yang lama agar agen melakukan pembelian kembali. Hasil perhitungan garis trend pada grafik menunjukkan trend positif, karena garis trend yang dihasilkan bergerak naik dari kiri atas ke kanan atas walaupun pergerakannya tidak terlalu besar.

Pada tahun 2019 penjualan jus pala Morella masih mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, dengan total hasil penjualan pada tahun ini sebanyak 3.816 botol dengan penjualan tertinggi sebanyak 457 botol pada bulan Agustus dan penjualan terendah sebanyak 211 botol pada bulan April. Penjualan tertinggi pada tahun 2019 terjadi karena jus pala Morella berkesempatan mengikuti Pameran Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Trade Ekspo Indonesia/ TEI) di Tangerang, dan penurunan penjualan terjadi karena menurunnya minat beli dari masyarakat sekitar dengan alasan bahwa jus pala Morella bukan merupakan pilihan untuk menghilangkan dahaga namun untuk menambah stamina tubuh. Hasil perhitungan garis trend yang dihasilkan pada gambar grafik diatas menunjukkan trend positif penjualan pada tahun ini, karena garis trend yang dihasilkan bergerak naik dari kiri atas ke kanan atas walaupun pergerakannya tidak terlalu besar.

Penjualan jus pala Morella pada tahun 2020 menunjukkan penurunan dari tahun sebelumnya dimana total penjualan sebanyak 2.738 botol dengan penjualan tertinggi sebanyak 260 botol pada bulan Juli dan penjualan terendah sebanyak 180 botol pada bulan Februari. Terjadinya penurunan penjualan pada awal tahun 2020 disebabkan oleh dampak dari virus covid19 yang melanda Negara Indonesia oleh karena berbagai keputusan yang dikeluarkan pemerintah sehingga akhirnya memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung terhadap perekonomian. Namun dampak dari bencana ini terhadap penjualan jus pala Morella tidak berlangsung dalam jangka waktu yang lama, karena pada bulan Maret sampai bulan Desember penjualan jus pala Morella kembali normal.

Penjualan jus pala Morella pada tahun 2021 tidak berbeda jauh dengan tahun sebelumnya dengan total penjualan 2.736 botol. Penjualan terbanyak terjadi pada bulan Juli sebanyak 258 botol dan penjualan terendah terjadi pada bulan Desember sebanyak 168 botol. Peningkatan penjualan pada tahun ini disebabkan oleh adanya agen baru yang membeli jus pala Morella, selain itu pembelian dari kalangan masyarakat sekitar ataupun dari wilayah lain di Kota Ambon juga cukup banyak pada tahun ini. Sedangkan penurunan penjualan dikarenakan kurangnya pembeli dari luar kota yang biasanya menjadikan jus pala Morella sebagai oleh-oleh begitu juga dengan masyarakat sekitar yang tidak selalu membeli untuk konsumsi sehari-hari.

Trend penjualan jus pala Morella selama 11 tahun mengalami peningkatan yaitu sebesar 3.172,1 pada tahun 2011 menjadi 4.173,9 pada tahun 2021. Sehingga dapat dikatakan bahwa berdasarkan perhitungan analisis trend, trend penjualan jus pala Morella pada tahun 2011-2021 mengalami peningkatan.

Ramalan Penjualan Tahun 2022

Perhitungan trend penjualan jus pala Morella periode 2011-2021 digunakan untuk menghitung prediksi (*forecasting*) tahun 2022. Berdasarkan hasil perhitungan maka penjualan jus pala Morella pada tahun 2022 ini diramalkan akan terjual sebanyak 4.274 botol. Hasil ramalan ini dapat menjadi pertimbangan bagi *home industry* jus pala Morella untuk dijadikan target pencapaian. Hal yang harus diperhatikan agar hasil penjualan mencapai hasil ramalan yaitu dengan memanfaatkan segala peluang yang dimiliki, seperti lebih memaksimalkan penjualan secara online, hingga dapat menjangkau penjualan diseluruh wilayah Maluku dan diusahakan agar dapat melakukan penjualan sampai di luar wilayah Maluku. Dengan demikian maka penjualan jus pala Morella akan lebih meningkat.

Matriks SWOT

Berdasarkan hasil penelitian dengan mengidentifikasi sejumlah faktor internal dan eksternal yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari usaha jus pala morella. Selanjutnya strategi pemasaran jus pala Morella dengan matriks SWOT menggunakan empat kuadran. Pertama (S-O), dengan memanfaatkan kekuatan yang ada untuk menangkap peluang. Kedua (W-O), dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk

meminimalisasi kelemahan. Ketiga (S-T), dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman. Keempat (W-T), dengan menghindari ancaman dan meminimalisasi kelemahan. Hasil Matriks SWOT (Strategi Pemasaran Jus Buah Pala Morella) dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil matriks SWOT (strategi pemasaran jus buah pala Morella)

IFAS EFAS	Kekuatan (S) a. Bahan baku berkualitas b. Kemudahan memperoleh bahan baku. c. Tersedianya tenaga kerja lokal. d. Memilik agen. e. Harga terjangkau.	Kelemahan (W) a. Perencanaan sistem produksi belum maksimal. b. Belum bisa memaksimalkan bahan baku . c. Terbatas sarana produksi (teknologi). d. Wilayah distribusi terbatas. e. Kurang melakukan promosi.
Peluang (O) a. Penggunaan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk. b. Penggunaan internet untuk perluasan daerah pemasaran. c. Membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. d. Mengikuti even dan pameran. e. Kerja sama dengan berbagai pihak.	Strategi S-O Meningkatkan teknologi sarana produksi agar dapat memaksimalkan bahan baku dan juga untuk tetap menjaga kualitas produk jus pala Morella	Strategi W-O Memanfaatkan penggunaan internet untuk perluasan wilayah pemasaran dan distribusi
Ancaman (T) a. Pesaing semakin meningkatkan promosi. b. Kurangnya bimbingan dan pembinaan usaha yang intensif dari pemerintah daerah. c. Kondisi perekonomian tidak kondusif. d. Kenaikan biaya produksi. e. Munculnya produk pesaing dengan kualitas produk baik dan jangkauan pasar lebih luas.	Strategi S-T Melakukan kegiatan promosi agar produk jus pala Morella lebih dikenal masyarakat	Strategi W-T Mendorong pemerintah daerah agar memberikan bimbingan dan pembinaan usaha sehingga <i>home industry</i> jus pala Morella mampu melakukan perencanaan sistem produksi secara baik

Kesimpulan

Penjualan jus pala Morella mempunyai trend yang fluktuatif dari tahun ke tahun dimana terdapat kenaikan penjualan pada tahun tertentu dan terjadi penurunan yang tajam pada tahun tertentu. Hasil perhitungan menggunakan analisis *least square* menunjukkan bahwa trend penjualan jus pala Morella mengalami kenaikan pada tahun 2011 sampai tahun 2021 yaitu pada tahun 2011 sebesar 3.172,1 menjadi 4.173,9 pada tahun 2021. Hasil peramalan yang diperoleh untuk penjualan jus pala Morella pada tahun 2022 mengalami peningkatan, dimana penjualan pada tahun ini sebesar 4.274botol. Hasil ramalan penjualan ini dapat digunakan sebagai target capaian untuk penjualan jus pala Morella tahun 2022.

Hasil analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT diperoleh empat strategiyaitu,meningkatkan teknologi sarana produksi agar dapat memaksimalkan bahan baku dan juga untuk tetap menjaga kualitas produk jus pala Morella, memanfaatkan penggunaan internet untuk perluasan wilayah pemasaran dan distribusi jus pala Morella, melakukan kegiatan promosi agar produk jus pala Morella lebih dikenal masyarakatdan mendorong pemerintah daerah agar memberikan bimbingan dan pembinaan usahasehingga *home industry*jus pala Morella mampu melakukan perencanaan sistem produksi secara baik.

Conflict of Interest

The author(s) declare no conflicts of interest and take full responsibility for the content of the article.

Referensi

- Ardian, S., & Henaulu, A. K. (2021). Perbaikan Model Bisnis UMKM Jus Pala Morella Menggunakan Canvas Business Model (CBM). *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 18(2), 245-250. <https://doi.org/10.24014/sitekin.v18i1.11402>
- BPS Maluku Tengah. (2018). Maluku dalam Angka. Retrieved from <https://maluku.bps.go.id/id/publication/2018/08/16/ff1f52bdbc1b5938d5ef6206/provinsi-maluku-dalam-angka-2018.html>
- Dedy, N. M., & Soelaiman, L. (2023). Pengaruh orientasi pasar dan bauran pemasaran terhadap keunggulan bersaing usaha olahan Pala di kota Ternate. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(4), 1496-1506. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.04.26>
- Iskandar, M., Turukay, M., & Leatemia, E. D. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Jus Pala Kud Tomasiwa Morella Di Kota Ambon. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 6(3), 269-283. <https://doi.org/10.30598/agrikan.v6i3.806>
- Marlizar, M., Lisnawati, L., & Muliahati, S. O. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Produk Olahan Pala Pada Usaha Dagang (Ud) Mestika Pala Tapaktuan. *Journal Of Economic Science (JECS)*, 10(1), 13-28. <https://doi.org/10.33143/jecs.v10i1.4032>
- Nugroho, A., Setiawan, A., Aziza, T. N., Dwinawan, A. N., & Sukmawati, A. D. (2024). Dinamika Pemasaran Produk B2C di Indonesia: Tren Sosial Media, Influencer, dan Strategi Diferensiasi Produk Dalam Studi Kasus Kue Cromboloni Buatan Monsieur Spoon. *Determinasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 67-76. <https://doi.org/10.23917/determinasi.v2i1.191>
- Pakasi, C. (2017). Analisis pola pembiayaan produk turunan pala Sebagai komoditi pangan unggulandi provinsi sulawesi utara. *Agri-Sosioekonomi*. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.13.1.2017.14882>
- Pelupessy, J. (2022). Studi Kelayakan Pemanfaatan Produk Berbahahan Baku Pala:(Basic Product). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 11(2), 540-545. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1495>
- Prihanta, W., Harahap, D., Agustina, F., Pohan, H. M., Darmayanti, R., Dhema, M., ... & Ratau, A. (2025). Local Wisdom To Build An Environmentally Literate And Numerical Community. *Available at SSRN 5666731*.
- Rofiah, S., Aji, A. A., & Kurniasanti, S. A. (2024). Strategi Pemasaran Manisan Kering Buah Pala Barokah Di Era VUCA Pada Home Industry Rizkia Desa Pesucen Kecamatan Kalipuro. *Jurnal Javanica*, 3(1), 14-24. <https://doi.org/10.57203/javanica.v3i1.2024.14-24>
- Sarwono, Y. F., & Ardianto, B. (2024). Pelatihan Branding dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Nilai Jual Bagi UMKM di Negeri Morella. *Jurnal Pengembangan dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 178-186. <https://doi.org/10.22437/jppm.v3i3.38723>
- Simanjanrang, T., Waluyati, L., & Mulyo, J. H. (2020). Comparative and Competitive Advantages of Nutmeg Farming in Two Regions in Maluku Province, Indonesia. *Biodiversitas*, 21(3). <https://doi.org/10.13057/biodiv/d210342>
- Tullah, D. S., Abdillah, F., Sudradjat, S., Asyifa, S., Febriyan, F., & Callista, C. (2025). Peningkatan Produksi dan Pengetahuan Diversifikasi Produk Olahan Pala: Pemanfaatan Teknologi, Strategi Pemasaran, serta Pelaporan Keuangan Usaha

- Mikro. *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 7(1), 1-9.
<https://doi.org/10.31092/kuat.v7i1.2855>
- Waromi, J. (2021). Keberlanjutan agroindustri pala Fakfak: a systematic literature review (SLR). *Median: Jurnal Ilmu Ilmu Eksakta*, 13(1), 32-43.
<https://doi.org/10.33506/md.v13i1.1151>
- Zain, R., Hidayati, N., Sapurta, M., Saori, S., Jannah, P., Iswandari, N., ... & Maoizati, Z. (2025). Inovasi Olahan Buah Pala Menjadi Produk Wellcome Drink Sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Dan Pengembangan Potensi Lokal Desa Tetebatu Tahun 2025. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 493-498.
<https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.196>