



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 3812-3824

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Evaluasi dan Penetapan Strategi Pemasaran Moke (Studi Kasus di Desa Tuapukan Kabupaten Kupang)

Jeferson Tanesab^{1✉}, Jennilien Merindah Ghello², Army Damaris Tuauni³

Universitas Aryasatya Deo Muri

Email: jefersontanesib@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Masyarakat desa Tuapukan yang berada di wilayah Kabupaten Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur mayoritasnya adalah pengusaha penjualan minuman tradisional yang disebut moke. Moke merupakan hasil penyulingan lontar dan dikenal sebagai salah satu symbol utama dalam kegiatan sosial, berupa adat istiadat, pesta dan syukuran lainnya. Akan tetapi, metode pemasakan yang dipraktekkan masih sangat tradisional walaupun permintaan pasar sangat besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bentuk usaha moke yang dimulai dari proses pembuatan hingga pemasarannya dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yang kemudian diassesmen dengan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada standarisasi peralatan penyulingan moke dan belum adanya pemanfaatan teknologi dan media sosial, sehingga moke yang dihasilkan masih berkualitas rendah dan belum mampu menggapai cakupan konsumen yang lebih besar lagi dalam mendukung peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat yang menjalankan usaha penyulingan moke tersebut.

Kata Kunci : *Evaluasi, Moke, Pemasaran, SWOT*

Abstract

The majority of the residents of Tuapukan village, located in the Kupang Regency of East Nusa Tenggara Province, are entrepreneurs selling a traditional drink called "moke". Moke is the result of distilling palm juice and is known as one of the main symbols in social activities, such as customs, parties, and other celebrations. However, the marketing methods practiced are still very traditional, despite high market demand. This study aims to evaluate the moke business, starting from the production process to its marketing, using qualitative descriptive methods, which are then assessed with SWOT analysis. The results show that there is no standardization of moke distillation equipment, nor is there the use of technology and social media, which leads to the production of low-quality moke and the inability to reach a larger consumer base to support the improvement of the welfare of the community engaged in moke distillation.

Keywords: Evaluation, Moke, Marketing, SWOT

PENDAHULUAN

Moke merupakan hasil penyulingan nira dari sadapan tumbuhan Lontar (*Borassus flabelifer*) yang sangat populer di masyarakat Nusa Tenggara Timur (NTT). Moke dianggap sebagai minuman tradisional khas yang selalu digunakan dalam berbagai kegiatan budaya dan sosial lainnya, seperti ritual adat dan pesta (Detha & Datta, 2016). Kebiasaan mengonsumsi moke sudah menjadi kebiasaan yang diwariskan turun temurun. Hal ini menjadikannya sebagai salah satu simbol yang melambangkan nilai persaudaraan dan sarana pemersatu dalam kehidupan sosial masyarakat NTT (Soa et al., 2023). Dampak dari hal tersebut adalah nilai ekonomis yang dijadikan sebagai salah satu pendapatan utama masyarakat di wilayah Nusa Tenggara Timur, termasuk juga pada wilayah desa Tuapukan di kabupaten Kupang. Seorang produsen moke di desa Tuapukan mampu memproduksi hasil penyulingan nira menjadi moke sebanyak lima sampai delapan liter per harinya. Hasil yang diperoleh kemudian dipasarkan dalam botol ukuran 500 ml pada kisaran harga Rp.25.000,- - Rp.30.000,-. Untuk wadah (jerigen) ukuran 5 liter dijual pada kisaran Rp.250.000,- ke atas. Hal ini menjadikan para pengusaha moke mampu mendapatkan keuntungan pada kisaran Rp.100.000,- -Rp.150.000,- per hari. Dengan pendapatan sebesar itu, produsen minuman moke di desa Tuapukan mampu membeli peralatan rumah tangga, sepeda motor, membangun rumah dan bahan bisa membiayai pendidikan anaknya hingga ke level perguruan tinggi (Dentis, 2017a).

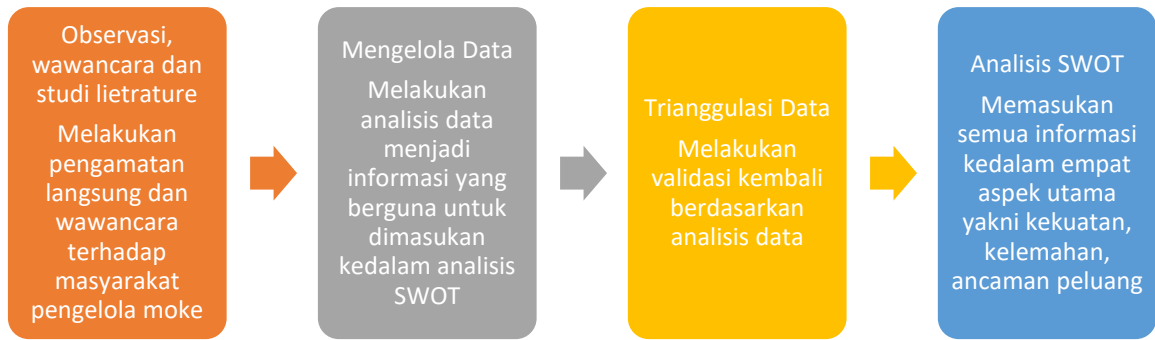
Berdasarkan hasil observasi lapangan yang telah dilakukan, diketahui bahwa usaha yang dijalankan dalam menjual moke ini dilakukan dengan metode yang sangat tradisional tanpa ada penyesuaian dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Oleh karena itu, dibutuhkan evaluasi terukur dalam menetapkan nilai dari suatu usaha

secara objektif (Aslihatul Rahmawati, Neni Nuraeni, 2020). Evaluasi merupakan suatu kegiatan penting yang harus dilakukan dalam suatu kegiatan pengelolaan usaha (N. O. Mekawati, H. Herianto, 2023). Segala bentuk kegiatan usaha perlu terus dievaluasi, sehingga dapat memberikan manfaat ekonomi secara langsung, di mana hal tersebut perlu terus ditingkatkan seiring dengan berjalannya waktu (K. Martowinangun, D. J. Sri Lestari, 2019). Dalam kaitannya dengan usaha produksi moke, dibutuhkan evaluasi khusus dalam memberikan arahan kepada para pelaku usaha moke, khususnya di desa Tuapukan. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat desa Tuapukan mampu mempertahankan usaha yang dijalankannya, sehingga dapat terus bermanfaat bagi kehidupannya (Yanti & Idayanti, 2022).

Dalam menjalankan evaluasi, selain memperhatikan kondisi internal usaha (M. Pauline, O. Alexandre, B. K. Andoseh, M. T. S. Abeline, 2017), kondisi eksternal lingkungan berupa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), keadaan sosial ekonomi seperti peraturan dan kebijakan pemerintah, kondisi sosial budaya dan pasar, serta keadaan politik juga perlu diperhatikan (Supriyat, 2018). Berdasarkan studi literatur yang dilakukan, diketahui bahwa sudah banyak penelitian yang melakukan penelitian terkait dengan moke [5], [8], [12]. Akan tetapi, belum pernah dilakukan penelitian, khususnya dalam hal membuat rancangan strategi pengembangan penjualan moke. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pemahaman serta pengetahuan tentang strategi pemasaran yang baik dalam memasarkan hasil usaha moke, bagi masyarakat dan Pemerintah Desa Tuapukan. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan menjadi panduan untuk mengembangkan hasil usaha moke sehingga dapat menjadi pusat penjualan moke di Desa Tuapukan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif pada hakekatnya ialah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami Bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya (Fadli, 2021),(Suwendra, 2018),(Al, 2020). Tahapan-tahapan yang dilakukan disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

Teknik pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara wawancara kepada kepala desa, pengelola dan pembeli moke. Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur, di mana pertanyaan-pertanyaan penelitian telah disiapkan terlebih dahulu, akan tetapi pelaksanaannya lebih bebas agar pertanyaan baru yang masih relevan dapat juga dihasilkan secara spontan. Hal ini dilakukan agar pendapat dan ide dari narasumber dapat diperoleh secara luas. Dokumentasi juga digunakan sebagai penunjang dalam penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model *interactive analysis*, yaitu: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Waruwu, 2023). Untuk mendapatkan kepercayaan hasil penelitian, peneliti menggunakan metode triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan cara membandingkan jawaban responden dari pemerintah desa, penjual dan pembeli moke. Selain itu, observasi langsung juga dilakukan agar dapat mengkonfirmasi langsung jawaban responden. Hasil jawaban yang sesuai dengan tujuan penelitian akan kembali dianalisis dengan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*) agar kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan usaha dapat diketahui dan dijadikan sebagai acuan dalam menentukan rekomendasi perbaikan dan pengembangan bentuk usaha penjualan moke di desa Tuapukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Moke yang dibuat dan dijual di Desa Tuapukan Kabupaten Kupang merupakan minuman tradisional beralkohol hasil penyulingan air nira sadapan dari bunga tumbuhan Lontar (*Borassus flabelifer*). Nira hasil sadapan difermentasi selama beberapa hari (Tuak) lalu kemudian disuling. Dalam 1 kali penyulingan, dibutuhkan minimal 20 liter Tuak untuk menghasilkan 5 liter Moke selama 4 jam. Berdasarkan observasi dan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada para pengusaha penyulingan Moke di Desa Tuapukan, diketahui pada awalnya usaha tersebut hanya dilakukan oleh beberapa kepala keluarga saja, Akan tetapi sejak awal tahun 2020, hampir semua kepala keluarga yang ada di Desa

Tuapukan beralih profesi dari buruh harian lepas dan karyawan swasta menjadi pengusaha Moke. Hal ini terjadi karena pada awal tahun tersebut terjadi pandemi Covid-19, yang mengakibatkan para warga yang dulunya bekerja sebagai buruh harian lepas dan karyawan swasta mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK) dan tidak bisa mencari pekerjaan keluar daerah sejak penetapan kebijakan New Normal. Fenomena ini merupakan bentuk adaptasi dan mitigasi ekonomi yang dilakukan oleh warga di Desa Tuapukan untuk tetap mempertahankan dan menjaga kebutuhan hidup hariannya (Tasrif, 2020).

Dalam perjalanan usaha penyulingan Moke tersebut, para warga menyadari bahwa keuntungan dari usaha tersebut tidak hanya sekedar untuk membantu memenuhi kebutuhan harian keluarga saja, melainkan dapat meningkatkan taraf hidup keluarganya juga. Hal ini terbukti melalui beberapa fakta di lapangan yang menunjukkan bahwa, banyak pengusaha penyulingan Moke di Desa Tuapukan mampu membangun rumah dan menyekolahkan anak-anaknya sampai ke tingkat perguruan tinggi dari keuntungan hasil penjualan Moke. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Moke di desa Tuapukan memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi. Besaran nilai ekonomi yang diberikan tersebut sangat bergantung pada nilai manfaat yang diperoleh dari suatu produk barang dan jasa yang dibeli (Agus Hasan Pura A., 2013).

Sebagai minuman tradisional setempat, mayoritas masyarakat di pulau Timor masih menggunakan Moke sebagai media silaturahmi/penyambung hubungan kekeluargaan. Moke tidak dianggap sebagai minuman keras yang hanya menimbulkan efek mabuk semata, tetapi juga dianggap sebagai symbol adat istiadat yang melambangkan hubungan kekeluargaan dan menjadi symbol wibawa seorang laki-laki (Soa et al., 2023). Mayoritas masyarakat desa di pulau Timor masih menggunakan pendekatan budaya dalam mengelola dan menyelesaikan setiap persoalan sosial yang terjadi, seperti ritual adat, penyelesaian sengketa, perkawinan, pesta dan sejenisnya. Oleh sebab itu, permintaan akan Moke sebagai salah satu media utama dalam ritual adat menjadi sangat tinggi (Betty & Nusarasriya, 2020). Hal ini dibuktikan melalui wawancara langsung di Desa Tuapukan, para pengusaha penyulingan Moke dapat menjual 10 sampai 15 liter per hari dengan harga Rp.25.000,- per botol ukuran 500 ml. Jumlah ini bisa lebih besar lagi ketika terdapat acara khusus tertentu, seperti pesta perkawinan, pesta sambut baru atau sejenisnya.

Hasil observasi langsung yang dilakukan peneliti, diketahui bahwa peralatan utama yang digunakan dalam penyulingan Moke adalah Panci ukuran 20 – 40 liter, bambu sebagai alat penyulingan dan juga kayu api sebagai bahan bakar. Gambar alat dan bahan dalam penyulingan Moke ditunjukkan pada Gambar 2.



1a. Tuak manis yang lagi difermentasikan



1b. Alat Masak Moke

Gambar 2. Alat dan Bahan Penyulingan Moke di Desa Tuapukan

Proses penjualan Moke hasil penyulingan kemudian didalami melalui proses wawancara dan diketahui bahwa dalam menentukan harga jual, pengusaha moke di desa Tuapukan akan mematok harga 5 liter moke dengan harga Rp. 180.000,00. Penetapan harga jual juga digunakan sebagai tolok ukur kualitas moke yang dihasilkan. Apabila dengan patokan harga tersebut, Moke yang dijual habis dan tidak ada *complain* dari pembeli, maka pengusaha mengambil kesimpulan bahwa Moke yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik. Strategi ini merupakan suatu metode yang umum diterapkan oleh masyarakat karena memahami bahwa terdapat produk lain sejenis yang mungkin saja lebih berkualitas (Yanti & Idayanti, 2022). Diketahui bahwa hampir semua daerah di wilayah Provinsi Nusa Tenggara Timur juga memiliki produk sejenis. Harga Moke yang dijual dari daerah lain juga sangat bervariasi dan yang umumnya memiliki kualitas terbaik biasanya memiliki harga Rp.50.000,- sampai Rp.100.000,- per 500 ml. Oleh sebab itu, diketahui bahwa para pengusaha penyulingan Moke di desa Tuapukan juga belum memiliki standar proses yang jelas dalam menghasilkan Moke dengan kualitas yang baik (Dentis, 2017b). Selain itu, menurut pengakuan para pengusaha Moke menyatakan bahwa penentuan harga jual ini juga disebabkan minimnya modal dalam membeli bahan baku, seperti nira dan kayu api.

Hasil penelitian juga mengkaji metode pemasaran produk melalui metode penjualan langsung atau dari mulut ke mulut. Akibatnya pula, cakupan area penjualan Moke menjadi sangat terbatas dan kemungkinan pengembangan usaha menjadi lebih besar menjadi terhambat. Pemasaran langsung atau dari mulut ke mulut (*word of mouth marketing*) merupakan salah satu strategi umum di masyarakat tradisional, tetapi memiliki kelemahan besar karena hanya berharap pada rekomendasi dan pengalaman pelanggan yang sudah pernah membeli produk saja. Akibatnya, jangkauan konsumen menjadi terbatas (Dinda Prameswari & Onny Fitriana Sitorus, 2024). Berdasarkan hasil wawancara, maka rangkaian

proses dari penyulingan Nira hingga penjualan Moke yang dilakukan di desa Tuapukan dikaji dan dievaluasi dengan menggunakan metode analisis SWOT (*strengths, opportunities, weaknesses, threats*) agar rekomendasi perbaikan dan pengembangan usaha Moke dapat dilakukan, sebagai berikut:

Kekuatan (*Strength*). Kekuatan dari usaha penyulingan Moke di desa Tuapukan dirangkum berdasarkan hasil observasi tentang hal apa saja yang benar-benar tersedia dan mampu menopang keberlangsungan usaha. Salah satu kekuatan dari usaha proses penyulingan nira menjadi moke adalah usaha yang dilakukan pada lahan milik sendiri. Masyarakat di desa Tuapukan yang melakukan usaha penyulingan Moke merupakan penduduk asli setempat yang masih memiliki luasan pekarangan yang cukup, sehingga keberlangsungan usaha tidak terbebani lagi dengan biaya tambahan untuk sewa lahan. Area yang digunakan untuk melakukan penyulingan moke dapat dilihat pada Gambar 1a dan 1b.



2a. Dapur penyulingan moke



2b. Pipa penyulingan ±10 meter

Gambar 3. Luasan Area Penyulingan Moke di Desa Tuapukan

Selanjutnya, hal lain yang menjadi kekuatan dalam usaha tersebut adalah kecukupan ketersediaan bahan baku. Lontar (*Borassus flabelifer*) merupakan tumbuhan asli di daerah tropis yang ketersediaannya sangat melimpah di pulau Timor, sehingga ketersediaan bahan baku yang melimpah dapat menjadi salah satu pilar kekuatan dalam mempertahankan usaha penyulingan dan penjualan Moke (Baihaqi et al., 2022). Sesuai observasi langsung yang dilakukan menunjukkan bahwa wilayah desa Tuapukan umumnya didominasi oleh tumbuhan Lontar seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 4. Wilayah desa Tuapukan yang didominasi oleh tumbuhan Lontar

Kekuatan lainnya adalah hubungan kekerabatan yang terjaga dari setiap pengusaha. Karena merupakan penduduk asli, warga di desa Tuapukan merupakan satu rumpun keluarga besar, sehingga cenderung untuk saling bahu membahu dalam menyediakan kebutuhan pasar (Andhini, 2017). Selalu tersedianya produk menjadikan wilayah desa Tuapukan memiliki ciri khas desa Moke oleh masyarakat umum, sehingga menjadi bentuk promosi tersendiri. Masyarakat dari wilayah lain akan cenderung terdorong untuk pergi mencari Moke ke daerah tersebut dengan sendirinya akibat dari ciri khas tersebut.

Kelemahan (*Weaknesses*). Kelemahan dirangkum berdasarkan hasil wawancara dan analisis hasil observasi langsung di lokasi penyulingan Moke. Ada pun bentuk kelemahan yang ditemukan, seperti standarisasi alat. Masyarakat asli desa Tuapukan didominasi oleh etnis Rote yang tidak memiliki warisan budaya langsung tentang teknik penyulingan Moke secara turun temurun. Diketahui bahwa pengetahuan tersebut diperoleh dari seorang warga etnis Larantuka (Flores) yang pernah menetap di wilayah tersebut. Pengetahuan tentang teknik penyulingan Moke secara tradisional memiliki nilai etnomatematika sendiri. Dengan kata lain terdapat penetapan standar ukuran dari sebuah etnis tertentu pada sarana dan pra sarana yang telah diajarkan secara turun temurun (Soa et al., 2023). Etnis larantuka memiliki warisan tersebut, sehingga kualitas Moke yang dijual dari daerah tersebut (Flores pada umumnya) kerap kali dianggap lebih bermutu dari desa Tuapukan.

Hal tersebut kemudian dipahami melalui penetapan harga jual produk yang disepakati pada wilayah tersebut. Terdapat juga perbedaan rasa yang cukup signifikan menurut para konsumen. Namun demikian, kelemahan ini tidak pernah dipikirkan untuk diatasi. Hal ini dipahami sebagai suatu konsekuensi logis apabila ditinjau lagi dari tingkat pendidikan utama masyarakat yang hanya berada pada jenjang SD saja. Diketahui tingkat pendidikan kerap berhubungan erat dengan minimnya tingkat evaluasi diri dalam berbagai hal. Sarana

dan prasarana moke yang masih menggunakan peralatan sederhana seharusnya juga dapat diatasi untuk memperbaiki atau meningkatkan kualitas suatu produk. Secara sains, metode penyulingan Moke menggunakan prinsip kerja destilasi sederhana. Dengan pengetahuan ini, seharusnya para penyuling dapat berupaya untuk berinovasi terus menerus sebagai upayanya dalam meningkatkan kualitas Moke yang disuling. Kelemahan lain yang diidentifikasi adalah bentuk promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth* marketing) yang dilakukan. Masih ada hubungannya dengan tingkat pendidikan, masyarakat desa Tuapukan dapat dikatakan belum fasih memanfaatkan teknologi. Seharusnya bentuk promosi Moke dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan kemajuan media social yang ada (*Facebook, tik tok, Instagram, dll*).

Ancaman (*Threats*). Semakin tingginya persaingan dalam menghasilkan Moke dengan kualitas terbaik dari seluruh wilayah NTT dapat menyebabkan moke yang dihasilkan di desa Tuapukan tidak mampu bersaing di pasaran, Selain itu, tidak adanya inovasi rasa Moke yang dihasilkan juga dapat menyebabkan konsumen mudah untuk merasa bosan. Variasi rasa merupakan salah satu bentuk inovasi yang baik dalam meningkatkan minat beli konsumen. Ancaman serius lainnya adalah Moke adalah jenis minuman keras yang di mana produk ini memiliki kecenderungan untuk menjadikan konsumen melakukan perbuatan kriminal. Akibatnya usaha yang dijalankan oleh masyarakat desa dapat ditutup. Potensi lain yang menjadi ancaman tidak adanya standarisasi sarana dan pra sarana yang sesuai dengan standar kesehatan menjadikan usaha ini tidak higienis dan sulit untuk mendapatkan izin usaha yang legal dalam rangka menjaga warisan budaya yang menjadikan Moke sebagai sarana pemersatu dalam ritual adat atau sejenisnya.

Tidak adanya upaya meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan dalam menghasilkan Moke dengan kualitas terbaik juga menjadikan generasi penerus dari kalangan muda tidak mau melanjutkan usaha yang sudah dijalankan ini. Dampak yang terburuk bahwa usaha ini tidak akan bertahan untuk jangka panjang. Salah satu cara untuk mempertahankan usaha dan budaya adalah mewariskan semua ketrampilan dan pengetahuan untuk dapat dijaga dan dikembangkan oleh generasi penerus.

Peluang (*Opportunities*). Berdasarkan hasil analisis, maka peluang yang dapat dimanfaatkan oleh para penyuling Moke di desa Tuapukan adalah pemanfaatan teknologi yang lebih modern dalam menyuling dan mempromosikan produk yang dihasilkan. Dalam hal sarana dan prasarana yang ada, para penyuling dapat berinovasi untuk lebih menggunakan peralatan yang lebih modern yang menggunakan sistem kerja reactor yang lebih ramah lingkungan. Penggunaan kayu api dapat dikurangi dengan cara menggantinya dengan gas alam atau sejenisnya. Penggunaan gas alam selain lebih murah dan ramah

lingkungan, dapat menjaga suhu operasi selama proses penyulingan. Hal tersebut dapat menjadikan produk yang dihasilkan dapat menjadi lebih seragam. Reaktor yang digunakan dapat dimodifikasi sedemikian rupa untuk meningkatkan kualitas Moke yang dihasilkan. Selain itu, para penjual Moke di wilayah NTT yang sudah berinovasi dalam memperkaya rasa Moke dengan rasa buah dan sejenisnya masih sangat minim. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat desa Tuapukan untuk meningkatkan harga jual Moke yang ada.

Dampak positif yang dihasilkan oleh masyarakat umum seharusnya bisa dimanfaatkan dengan menyekolahkan anak pada jenjang pendidikan yang sesuai dengan potensi wilayah mereka. Anak-anak bisa dikuliahkan pada bidang yang sesuai untuk berinovasi menciptakan alat suling dan metode pemasaran yang lebih baik. Diketahui bahwa saat ini golongan anak muda lebih menguasai dan lebih mudah beradaptasi dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Oleh karena itu, masyarakat desa Tuapukan masih belum terlambat untuk memanfaatkan platform media sosial untuk meningkatkan dan memperluas spectrum penjualan (Bading & Kwure, 2023). Dengan peningkatan ini akan menjadikan permintaan akan Moke akan semakin tinggi dan akan berdampak positif pada peningkatan kehidupan social ekonomi masyarakat desa Tuapukan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka terdapat beberapa bentuk rekomendasi yang dapat dilakukan oleh para pengusaha penyulingan Moke di desa Tuapukan adalah dengan cara memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada untuk mengatasi masalah dan ancaman yang dapat mengganggu ketahanan usaha yang dilakukan. Inovasi sarana dan pra sarana untuk menghasilkan moke dengan kualitas yang lebih baik merupakan bentuk investasi jangka panjang yang dapat meningkatkan nilai jual Moke. Inovasi peralatan menjadi lebih modern dan higienis menjadikan usaha dapat berpeluang menjadi industry yang lebih besar dan diakui secara hukum.

Pemanfaatan media teknologi dan informasi seperti social media menjadikan cakupan konsumen menjadi lebih luas, sehingga dapat meningkatkan keuntungan yang diperoleh oleh para pengusaha Moke. Keuntungan yang diperoleh dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha yang ada. Selain itu, untuk meningkatkan minat konsumen para pengusaha dapat memanfaatkan metode pencampuran Moke dengan sari buah-buahan sebagai bentuk inovasi dan kreasi untuk menghasilkan Moke dengan variasi rasa yang unik (Nathania Ariyani Paramesti Anindya & Ni Made Ida Pratiwi, 2023). Metode ini diketahui cukup aman dilakukan apabila dibandingkan dicampur dengan bahan-bahan alami.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa usaha moke yang ada di Desa Tuapukan tidak ada standarisasi alat penyulingan moke, sehingga moke yang dihasilkan masih memiliki kualitas rendah dibandingkan dengan produsen dari daerah lainnya. Selain itu, cara pemasaran moke yang dilakukan masih sangat tradisional, yakni metode dari mulut ke mulut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hasan Pura A. (2013). Manfaat dan Pengorbanan Sumberdaya sebagai Pembentukan Nilai Konsumen. *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar*, 17(2), 36–44. <http://ayutingtyas.blogspot.co.id/2012/01/pembentukan-sikap-penanaman-nilai-dan.html>
- Al, H. A. et. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu group.
- Andhini, N. F. (2017). Modernisasi Kemasan Produk Lontar di Desa Tuapukan Kabupaten Kupang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Aslihatul Rahmawati, Neni Nuraeni, H. (2020). Efektifitas Pelaksanaan Evaluasi Pendidikan Pada Minat Belajar Peserta Didik. *Islamika*, 14(1), 74.
- Bading, A., & Kwure, I. (2023). Transformasi Marketing Mimuman Lokal Bebas Digital pada Usaha Produksi Moke. ... *Journal of Community Service and ...*, 02(04), 454–461. <https://journals.eduped.org/index.php/income/article/view/827%0Ahttps://journals.eduped.org/index.php/income/article/download/827/530>
- Baihaqi, L., Wisanti, W., & Kristinawati Putri, E. (2022). Pemanfaatan Tradisional dan Pengetahuan Lokal Tanaman Lontar (*Borassus flabellifer* L.) oleh Masyarakat Pamekasan Madura. *LenteraBio: Berkala Ilmiah Biologi*, 11(1), 208–216. <https://doi.org/10.26740/lenterabio.v11n1.p208-216>
- Betty, D. F., & Nusarasriya, Y. H. (2020). Tata Cara Perkawinan Adat Suku Timor Dan Nilai Yang Terkandung Di Dalamnya (The Procedures For Traditional Marriage of the Timorese and the Values contained therein). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i1.24290>
- Dentis, Y. (2017a). "Kehidupan Sosial Ekonomi Komunitas Penyuling Minuman Tradisional (Tu Api Tua) Di Desa Hokor Kecamatan Bola Kabupaten Sikka. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(2), 45–54.
- Dentis, Y. (2017b). Kehidupan Sosial Ekonomi Komunitas Penyuling Minuman Tradisional (Tu Api Tua) Di Desa Hokor Kecamatan Bola Kabupaten Sikka. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 45–54. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379->

- 1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/
- Detha, A., & Datta, F. U. (2016). Skrining Fitokimia Minuman Tradisional Moke dan Sopi sebagai Kandidat Antimikroba. *Jurnal Kajian Veteriner*, 4(1), 12–16.
- Dinda Prameswari, A., & Onny Fitriana Sitorus. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada UMKM Kuliner Jakarta Timur. *Jurnal Niara*, 16(3), 513–519. <https://doi.org/10.31849/niara.v16i3.15267>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- K. Martowinangun, D. J. Sri Lestari, and K. K. (2019). "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 2(1). <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- M. Pauline, O. Alexandre, B. K. Andoseh, M. T. S. Abeline, and T. A. (2017). "Production technique and sensory evaluation of traditional alcoholic beverage based maize and banana. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 10, 11–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2017.09.003>
- N. O. Mekawati, H. Herianto, and M. M. (2023). No Title. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(2). <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i2.3362>
- Nathania Ariyani Paramesti Anindya, & Ni Made Ida Pratiwi. (2023). Peningkatan Inovasi Olahan Buah Menjadi Produk Yang Memiliki Daya Saing Tinggi Pada UKM Pejuang Rasa. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 260–266. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.518>
- Salwa, A. G. and S. (2023). "Analisis Penerapan Strategi Bauran Manajemen Pemasaran Terhadap Produk Tabungan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Penabung Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 4(1), 27–38.
- Soa, H. C., Aswim, D., & Natsir, H. (2023). Makna Minuman Tradisional (Moke) Ditinjau Dari Adat Masyarakat Sikka (Studi Kasus Di Desa Wairterang). *Jurnal Kajian Riset Pendidikan Dan Kebudayaan*, 1(4), 20–36.
- Supriyat, S. H. R. and F. (2018). "Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Pada Cv Certowin Multi Trading Indonesia. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 6(1), 48–55. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v6i1.492>
- Suwendra, I. W. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan. *Jurnal Penelitian Kualitatif*.
- Tasrif. (2020). Dampak Covid 19 Terhadap Perubahan Struktur Sosial Budaya dan Ekonomi.

EduSociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi, 3(1), 88–109.

- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Yanti, I., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 7(1), 1–13.