

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI *BRANDING* DAN PEMASARAN GULA SEMUT DENGAN PEMANFAATAN *E-COMMERCE* DI PEKON PENENGAHAN KECAMATAN LEMONG

Fadilla Ramadhan¹, Dimas Kiki Prasetyo¹, Nadila Ivana Salsabila¹, Izmi Suci Casmayati¹, Novia Vallen Betrianastasya¹, Sandra Mei Leny¹, Sandrina Via Laviola¹, A. Yudi Risano¹

¹Mahasiswa KKN Periode 1 2023 Universitas Lampung

Penulis Korespondensi : sandrinavialaviola@gmail.com

Abstrak

Gula semut dibuat dari sari nira tanaman pohon aren yang membutuhkan waktu lebih lama dibandingkan pembuatan gula merah. Gula semut merupakan salah satu olahan daerah di Pekon Penengahan, digunakan sebagai barang dagangan lokal, namun tanpa pemasaran dan kemasan yang baik produksi dan penjualannya sedikit. Salah satu tujuan penulisan artikel ini untuk Pekon Penengahan adalah meningkatkan penjualan gula semut di Pekon Penengahan dan membuat jalan Gula Semut Penengahan dikenal di luar Pekon, terutama dengan mendidik pengrajin membuat semut pada perluasan pasar melalui pasar yang menarik dan promosi. Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model deskriptif. Hasilnya masyarakat yang memproduksi gula semut telah terbentuk marketplace yang menjual gula semut KTH Aren Sejahtera Pugung Penengahan. Artikel ini terbatas pada pelaksanaan KKN Desa Penengahan Periode 1 2023.

Kata kunci: *Branding, Pemasaran, dan E-commerce.*

Abstract

Ant sugar is made from the sap of the palm tree plant, which takes a longer time than making brown sugar. Ant sugar is one of the regional processed products in Tengahan Village, used as local merchandise, but without proper marketing and packaging, production and sales are small. One of the goals of writing this article for the village of Penengahan is to increase the sale of ant sugar in the village of Penengahan and make the road of the penengahan ant sugar known outside the village, especially by educating the artisans of making ants on market expansion through attractive markets and promotions. Writing this article uses a qualitative approach with a descriptive model. As a result, the community that produces ant sugar has formed a marketplace that sells KTH Aren Sejahtera Pugung Tengahan ant sugar. This article is limited to the implementation of the Mediation Village KKN Period 1 2023.

Keywords: *Branding, Marketing, and e-commerce.*

1. Pendahuluan

Agroindustri sebagai salah satu sub sistem penting dalam sistem agribisnis berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi yang tinggi karena pangsa pasar dan nilai tambah yang relatif besar. Salah satu agroindustri potensial adalah industri olahan tanaman aren (*Arenga pinnata*). Aren dapat tumbuh subur di tengah pepohonan lain dan semak-semak, di dataran, lereng bukit, lembah, dan gunung. Akar tanaman mencapai kedalaman 6–8 meter ini dapat menahan erosi, serta sangat efektif menahan air. Aren termasuk palma multifungsi, karena seluruh bagian tanaman dapat dimanfaatkan (Dinas Kehutanan Jawa Tengah, 2009). Diantara kegunaan aren, akarnya dimanfaatkan sebagai anyaman, umbutnya sebagai sayuran, ijuk untuk tali, sapu, atap, bijinya diolah menjadi kolang-kaling dan niranya diolah menjadi gula merah dan gula semut (Anonim, 2005).

Menurut Baharuddin (2005), tanaman aren sudah lama dikenal masyarakat Indonesia dan prospektif sebagai komoditas ekspor. Secara nasional tanaman aren berpotensi menjadi salah satu komoditas substitusi gula pasir andalan dalam negeri selain dapat berperan untuk menekan ketergantungan terhadap impor gula. Tanaman aren umumnya dimanfaatkan oleh masyarakat di wilayah yang tergolong miskin, sehingga secara tidak langsung berperan dalam mengurangi kemiskinan (*poverty alleviation*) melalui pemasaran produk tanaman aren dan ketahanan pangan di tingkat petani. Kabupaten Pesisir Barat merupakan salah satu sentra produksi tanaman aren di Provinsi Lampung.

Menurut hasil survei mahasiswa di Pekon Penengahan, Pekon Penengahan merupakan pekon unggulan dimana kegiatan pekon sangat terkelola dengan baik, tidak hanya peratin tetapi semua lapisan masyarakat bekerja sama. Banyak kegiatan pekon yang melibatkan partisipasi banyak masyarakat. Di kawasan pengembangan ekonomi Pekon Penengahan, sebagian besar penduduknya hidup dari perkebunan dan hasil laut, namun masyarakat juga menyadari potensi lain seperti pertanian dan perdagangan. Salah satu produksi bahan baku di Pekon Penengahan meliputi produksi nira yang diubah menjadi gula merah dan diproduksi lagi menjadi gula semut. Ini adalah tujuan mahasiswa untuk menyelesaikan program terkait KKN. Namun sangat disayangkan di Pekon Penengahan sendiri, dimana produk gula masih minim inovasi, kemasan, pemasaran, branding dan lain-lain.

Kelompok Tani Hutan (KTH) Aren Sejahtera merupakan lembaga yang umumnya beranggotakan para petani aren yang melakukan kegiatan usaha yang berkaitan dengan bidang pertanian. Mereka sudah memproduksi gula aren yang biasa dalam bentuk balok maupun sudah diolah lebih lanjut menjadi gula semut. Namun dalam pelaksanaannya, petani gula semut memiliki kendala untuk pengemasan produk serta pembuatan logo produk. Padahal pengemasan dan pemasaran produk ini merupakan hal yang penting dilakukan untuk mengenalkan produk gula semut secara luas kepada masyarakat.

Prospek pasar gula semut yang menarik ini umumnya belum dapat dimanfaatkan masyarakat. Menurut Sinar Tani (2006), mayoritas masyarakat masih memproduksi gula aren cetak seperti di daerah Banten yang dikenal dengan nama gula batok, sedangkan gula semut umumnya dihasilkan oleh industri dengan bahan baku gula cetak produksi petani. Kondisi serupa terjadi di Kabupaten Pesisir Barat, dimana produk gula semut belum banyak dikenal dan hanya beberapa pengrajin yang telah memproduksi gula aren dalam bentuk serbuk. Maka untuk memanfaatkan optimal potensi gula semut perlu dilihat strategi pemasaran yang saat ini dilakukan berikut peluang dan tantangan pengembangan gula semut di Kabupaten Pesisir Barat.

Dengan demikian, program kerja kelompok KKN Pekon Penengahan salah satunya yaitu Branding dan pemasaran produk gula semut. Program kerja ini merupakan salah satu program kerja yang dapat memberikan manfaat kepada petani, serta memperkenalkan produk gula semut kepada

masyarakat luas. Produk gula semut yang di produksi KTH Aren Sejahtera Pekon Penengahan memiliki kandungan yang baik untuk tubuh dan dapat meningkatkan daya tahan tubuh. Karna selain kandungan gula aren, terdapat juga kandungan campuran rempah-rempah herbal yang baik untuk tubuh. Oleh karena itu, perlunya bantuan mahasiswa kelompok KKN Universitas Lampung untuk dapat membantu membuat *branding* dan pemasaran gula semut tersebut.

2. Bahan dan Metode

Metode dalam penulisan artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model deskriptif-eksplanatif yang bermaksud memberikan gambaran mendetail terkait program kerja *branding* dan pemasaran selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata. Data-data yang digunakan dalam pembuatan artikel ini merupakan data primer yang bersumber daripada pengalaman dan observasi langsung oleh anggota kelompok, serta data sekunder yang diperoleh melalui kajian sejumlah literatur dan penelitian terdahulu terkait branding dan pemasaran. Pelaksanaan KKN Berbasis Kelompok Masyarakat di Pekon Penengahan Kecamatan Lemong pada bulan Januari 2023. Adapun metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kemitraan Masyarakat meliputi:

- a) Metode survei potensi pekon dilakukan setelah ditentukan pekon mitra yakni Pekon Penengahan. Tujuan survei potensi pekon adalah untuk menggali dan mengidentifikasi potensi-potensi yang dimiliki pekon mitra, sehingga dapat ditentukan jenis program utama yang tepat untuk dikembangkan.
- b) Metode praktek berupa pelatihan dalam pembuatan *e-commerce* dan desain kemasan.
- c) Metode pengujian organoleptik untuk mengetahui tingkat kesukaan atau kelayakan suatu produk agar dapat diterima oleh konsumen.

Metode analisis deskriptif kualitatif yaitu menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan (Sugianto, 2019).

3. Hasil dan Pembahasan

Program kerja branding dan pemasaran gula semut dalam skala rumah tangga berlangsung selama 15 hari. Program ini dilakukan selama 2 kali kegiatan yang terdiri atas pembuatan desain logo gula semut, membuat perizinan pemasaran, pembuatan kemasan dan pemasaran yang sudah jadi. Pada tanggal 15 febuari 2023 program ini dimulai dengan melihat kondisi pembuatan dan pengemasan dari gula semut dan diakhiri pada tanggal 29 februari 2023 dengan pelaksanaan pengimplementasian pemasaran. Untuk mengetahui sejauh mana program kerja yang telah dilaksanakan berjalan dengan baik dan bermanfaat bagi para masyarakat desa dapat dilihat dari hasil evaluasi awal, evaluasi proses, dan evaluasi akhir. Sedangkan untuk mengetahui bentuk akhir pengemasan gula semut selama program kerja ini dapat digambarkan bagaimana berlangsungnya kegiatan.



Gambar 1. Kemasan Produk Gula Semut KTH Aren Sejahtera

Tabel 1. Keadaan awal dan keadaan akhir yang diharapkan dari program *Branding* dan Pemasaran

No	Keadaan Awal	Perlakuan	Keadaan Akhir
1)	Kemasan produksi gula semut pada awalnya masih menggunakan plastik kiloan yang dianggap masih terjangkau di daerah tersebut	Pemberian pengarahannya mengenai pengemasan, <i>branding</i> logo dan melakukan pemasaran secara <i>online</i>	Produksi gula semut sudah menggunakan kemasan yang menarik. Gula semut juga sudah mendapatkan izin untuk memasarkan dari pemerintah sehingga dapat dengan mudah untuk membantu penjualan secara <i>online</i>
2)	Produk gula semut belum mendapatkan izin pemasaran dari pemerintah	Membantu perizinan pemasaran gula semut dengan menyiapkan berkas-berkas yang diperlukan	Gula semut sudah mendapatkan surat perizinan pemasaran sehingga dapat melakukan distribusi secara <i>online</i> ataupun <i>offline</i>
3)	Produk gula semut terjual secara langsung dengan ruang lingkup pasar yang sempit	Mengenalkan <i>e-commerce</i> dan memberikan informasi yang luas seperti pasar <i>online</i> (e-mengenal cara pemakaian, <i>commerce</i>) pengelolaan <i>e-commerce</i>	Gula semut dapat dijual dengan pasar <i>online</i> (e-mengenal cara pemakaian, <i>commerce</i>)

Sumber: Hasil Diskusi dengan Staff Desa Penengahan

Marketplace adalah platform yang bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk memproses transaksi produk secara *online*. *Marketplace* bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi *online* dengan menyediakan tempat penjualan dan alat pembayaran. *Marketplace* atau pasar *online* juga menawarkan berbagai fitur seperti metode pembayaran, estimasi pengiriman, pemilihan produk berdasarkan kategori dan lain-lain. Bisa dibilang *marketplace* adalah toko *online* yang besar. Menurut Hidayat (2008), terdapat beberapa komponen yang dibutuhkan yaitu produk, tempat menjual produk, cara menerima pesanan, cara pembayaran, cara pengiriman dan pelayanan pelanggan. Adanya pasar ini juga dapat membantu usaha kecil melipatgandakan peluang besar. Sehingga kajian ini juga berfungsi untuk memperkenalkan pasar kepada para pelaku usaha agar juga dapat meningkatkan perekonomian Indonesia.

Menyelesaikan perkara sasaran pasar yang sempit kami mempunyai *planning* buat memperluas pasar gula semut ini ke pasar digital yaitu menggunakan menciptakan *marketplace* pada beberapa *e-commerce*, sebagai akibatnya langkah yang kami lakukan merupakan menaruh edukasi pada para pengrajin gula aren mengenai cara menciptakan *marketplace*, cara menampilkan produk yang akan dijual pada *marketplace*, cara mengiklankan produk pada *marketplace*, dan cara saat produk tadi terjual pada *marketplace*. Lantaran tujuan kami disana merupakan memperluas pasar menggunakan menciptakan *marketplace* dan menciptakan gula penengahan dikenal diluar Pekon Penengahan, maka perlu adanya produk & gambar produk buat ditampilkan pada *marketplace*, sebagai akibatnya kami pun mengembangkan sekaligus menaruh edukasi mengenai cara menciptakan video produk dan foto produk yang menarik.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari pemberdayaan dengan *branding* dan pemasaran yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Atensi atau perhatian masyarakat khususnya kelompok tani Pekon Penengahan terhadap *branding* dan pemasaran yang disampaikan cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kemajuan yang dilakukan oleh masyarakat dalam kegiatan produksi gula semut. Perkembangan yang dilakukan bukan hanya menyangkut bagaimana proses pembuatan branding tetapi bagaimana pengaplikasian terhadap *e-commerce* pada usaha gula semut.
- 2) Para petani berpartisipasi dengan baik dan ikut serta dalam melakukan pembuatan logo *branding* pada gula semut sangat tinggi. Melalui kegiatan ini diharapkan petani produksi gula dapat adaptif dengan perkembangan teknologi agar dapat memperbarui pengelolaan *branding* kemasan dan pemasaran sesuai dengan pasaran yang relative berubah. Tingkat keberhasilan *branding* dan pemasaran ini yaitu 95%. Hal tersebut disebabkan karena produk gula semut terjual cukup banyak dengan menggunakan kemasan dan logo yang menarik serta pemasarannya yang cukup luas dipasaran *online* maupun *offline*.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa kami panjatkan karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya kami dapat menyelesaikan pengabdian pemberdayaan kelompok masyarakat ini. Kami juga banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini kami mengucapkan terima kasih kepada:

- a) Universitas Lampung
- b) BPKKN Universitas Lampung
- c) Dosen KDPL Mahasiswa Universitas Lampung
- d) Dosen DPL Mahasiswa Universitas Lampung
- e) Peratin Pekon Penengahan Kec. Lemong Pesisir Barat
- f) Masyarakat Pekon Penengahan Kec. Lemong Pesisir Barat

Semoga amal dan kebaikan yang diberikan kepada kami akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Aamiin.



Daftar Pustaka

- Anonim. 2006. *Gula Aren Potensial untuk Tingkatkan Pendapatan Petani Banten*. Sinar Tani, Edisi 24, 30 Mei 2006.
- Baharuddin. 2005. *Prospek Pengembangan Usaha Koperasi dalam Produksi Gula Aren*, Jakarta.
- Alma, Buchari. 2017, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Fathullah, M. F., Sintyawati, D. E., Oktaviani, I. R., Fathurachman, R., Sadad, M. A., & Yusidah, I. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemasaran Gula Semut dengan Pengenalan dan Pemanfaatan Marketplace di Desa Cipelah. *Proceedings Uin Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(34), 109-128.
- Andryanto, S. Dian. 2021. Proses Pengolahan Gula Aren, Berbahan Dasar Air Nira dari Pohon Enau. Diakses melalui <https://travel.tempo.co/read/1471972/prosespengolahan-gula-aren-berbahan-dasar-air-nira-dari-pohon-enau>
- Fritantus, Yohanes, dkk. Penguatan Pemerintahan Desa Bijeli Kabupaten Timor Tengah Utara Melalui Kegiatan Praktek Kerja Mahasiswa. 2021. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2(1). pg.1-7.
- Hidayat, Taufik. 2008. *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*, Jakarta : Mediakita.
- Rukmini, dkk. 2021. Pembinaan Kemandirian dan Pengembangan Usaha Terhadap Desa Anggur Desa Ngroto Kismantoro Wonogiri. *Jurnal Budimas*. 2(1). pg.77
- Soesanto, L. A., Tanudjaja, B. B., & Baskoro. (2010). *Perancangan Desain Kemasan Gula Aren Tradisional Produksi Desa Margolelo Rowoseneng*. 1-12.
- Yudho, F. H. P., Taufik, M. S. & Rahadian, A. (2021). *Usaha Pengembangan Mutu Produk Kolang-Kaling Khas Desa Cidadap*. *Reswara*, 2(1), 147-154.