



# **PENDAMPINGAN MASYARAKAT USAHA GULA AREN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EKONOMI KELUARGA DESA GUNGGUNGAN KIDUL KECAMATAN PAKUNIRAN**

Fahrudin <sup>\*)1</sup>, Mohammad Sofyan Adi Pranata<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Prodi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid

<sup>2</sup>Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid

Corresponding author, ✉ [fahrudinamin92@gmail.com](mailto:fahrudinamin92@gmail.com)

## **Histori Artikel:**

**Revisi** 25 Juli 2023

**Diterima** 27 Juli 2023

**Publish** 28 Juli 2023

## **Kata kunci:**

Pendampingan, Usaha gula aren, Meningkatkan ekonomi

## **Abstrak**

Pengabdian ini dilakukan karena banyak pengusaha gula aren yang bingung atas pemasaran yang selama ini dilakukan, mereka bergantung pada pengepul saja yang mana harga yang ditawarkan cukup murah. Pendampingan dilakukan bertujuan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Metode kegiatan melalui beberapa tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Kegiatan berjalan dengan lancar dan masyarakat antusias dalam melaksanakan sebagai peserta. Strategi yang dilakukan dalam kegiatan berupa strategi pemasaran gula aren dengan media sosial. Cara promosi produk gula aren di media sosial yang pengusaha gula aren sebelumnya tidak dimaksimalkan. Hasil dari kegiatan ini berupa pengalaman dan pengetahuan akan pemasaran gula aren melalui media sosial mulai dari teori hingga praktek. Manfaat lain pelaksanaan kegiatan ini yaitu gula aren dapat dikenal oleh pangsa pasar lebih luas dan untuk jangka panjang sangat bagus karena semakin banyak orang tahu semakin gampang akses pelanggan sehingga penjualan mudah dilakukan.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2023 by author (s)

## **PENDAHULUAN**

Negara yang agraris sebagian besar penduduknya menggantungkan hidup pada sektor pertanian maupun perkebunan. Selain sebagai penyedia bahan pangan, sektor pertanian juga berperan sebagai penyumbang dan penyedia kebutuhan pangan dalam negeri. Produk-produk di sektor pertanian ini mempunyai peranan penting bagi keberlangsungan hidup masyarakat. Salah satunya sebagai bahan baku dalam kegiatan industri, baik industri besar maupun industri kecil atau industri rumah tangga. Sektor pertanian ini memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional.

---

Industri pengolahan yang berbahan baku produk pertanian adalah industri gula kelapa atau dikenal dengan nama gula merah (gula aren). Gula merah merupakan jenis gula yang terbuat dari nira kelapa yaitu cairan yang dihasilkan dari bunga kelapa. Keadaan alam Indonesia yang beriklim tropis membuat tanaman kelapa banyak tumbuh dan berkembang di Indonesia khususnya di sepanjang daerah pantai, karena tanaman kelapa dapat tumbuh dengan baik di lingkungan yang bersuhu kurang lebih 27° C dan pada ketinggian tempat 0-450 meter dpl.

Menurut Baharuddin (2009:25), tanaman kelapa sudah lama dikenal masyarakat Indonesia dan prospektif sebagai komoditas ekspor. Secara nasional tanaman kelapa berpotensi menjadi salah satu komoditas substitusi gula merah andalan dalam negeri selain itu dapat berperan untuk menekan ketergantungan terhadap impor gula. Gula Aren (*Arenga Pinatta*) merupakan tumbuhan biji tertutup yaitu biji buahnya tertutup oleh pelepah. Tanaman pohon aren hampir mirip dengan pohon kelapa. Akan tetapi pohon kelapa dan pohon aren mempunyai perbedaan tersendiri. Pohon kelapa memiliki batang pohon yang bersih, dan pelepah daun kapasnya mudah diambil. Sedangkan pohon aren sendiri memiliki batang yang kotor dan penuh dengan ijuk warnanya hitam dan ditumbuhi dengan berbagai jenis tanaman paku-pakuan, sehingga dalam proses pemanjatan pohon aren harus menggunakan bambu sebagai alat pembantu untuk mempermudah dalam pengambilan daun pelepah, air nira, serta buahnya.

Pengabdian ini dilakukan karena banyak pengusaha gula aren yang bingung atas pemasaran yang selama ini dilakukan, mereka bergantung pada pengepul saja yang mana harga yang ditawarkan cukup murah. Sehingga pengabdian ini dilakukan untuk membantu dengan memberikan cara-cara dalam pemasaran terutama promosi melalui media sosial yang ada.

Media sosial juga memungkinkan para pelaku pasar untuk berkomunikasi dengan sesama produsen, pelanggan, dan atau calon pelanggan. Media sosial memberi identitas kepada brand atau merek yang dipasarkan serta membantu dalam menyebarkan pesan dengan cara yang santai dan komunikatif (Kurniawati & Arifin, 2015). Pengabdian penting untuk dilakukan dikarenakan perlu ada startaegi pemasaran yang tepat sasaran dan produk dapat dipasarkan sendiri tanpa selalu menunggu pengepul. Pengabdian dilakukan di Kecamatan Pakuniran tepatnya di Desa Gunggungan Kidul.

Seperti yang telah dijelaskan bahwa pemasaran gula aren di Desa Gunggungan Kidul masih belum bisa diterapkan secara efektif karena masyarakat yang memproduksi gula aren di desa masih belum begitu tau tentang penggunaan media sosial. Oleh karena itu kami sebagai tim pengabdian akan mencari sebuah solusi untuk memecahkan permasalahan terkait pemasaran gula aren di Desa Gunggungan Kidul dengan cara memanfaatkan media sosial. Media yang dimaksud yaitu Whatsapp, Instagram, dan Facebook. Pengabdian ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan dari hasil produksi gula aren.

## **METODE PELAKSANAAN**

Tahapan pada kegiatan pendampingan masyarakat usaha gula aren ini terdiri dari tiga tahapan. Tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi (Fahrudin et al., 2021). Tahap awal dimulai dengan tahap perencanaan, kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan pengusaha. Dilanjutkan dengan tahapan kedua yaitu pelaksanaan program dengan memberikan materi serta praktek promosi di media sosial kepada peserta yaitu pengusaha gula aren. Kemudian pada tahap akhir yaitu tahap evaluasi, evaluasi diukur dengan menilai keterampilan yang dikuasai peserta pendampingan setelah pendampingan tersebut diberikan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui

tingkat pemahaman peserta pelatihan terhadap materi yang telah diberikan evaluasi yang dilakukan dalam pelatihan mempromosikan produknya di media sosial.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Profil Wilayah Pengabdian***

Pengabdian ini berlokasi di Kecamatan Pakuniran Kabupaten Probolinggo tepatnya di Desa Gunggungan Kidul. Batasan desa tersebut dilihat dari letak geografisnya, berbatasan sebelah barat Desa Patemon dengan Desa Gunggungan Lor, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Ranon, sebelah timur Gunung Malang, dan utara Desa Muniran. Pengabdian dilakukan di Desa Gunggungan Kidul tepatnya di Dusun gunung malang RT 03 RW 06.

### ***Pendampingan Usaha Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga***

Pendampingan dilakukan dengan cara mengajak dan memotivasi bahwa usaha ini masih tergolong jarang sedangkan peminat masih banyak. Perlunya dilestarikan usaha semacam ini, karena ini merupakan usaha turun temurun menurut ibu amina salah satu pengusaha gula aren. Tim pengabdian melakukan penelusuran ke beberapa pengusaha dengan hasil observasi mendapat beberapa orang pengusaha yang sama. Mereka rata-rata menjual hasil usahanya menunggu pengepul saja. Promosi merupakan konsekuensi dari melaksanakan bisnis (Syam, 2014). Perkembangan teknologi elektronik mendorong semakin berkembangnya teknologi komunikasi (Kurniawati & Arifin, 2015). Sehingga tim mencoba menyusun rencana untuk memberi pendampingan dalam mempromosikan melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, akan tetapi masyarakat gunggungan kidul mengalami kesulitan dalam mengaplikasikan pemasarannya dengan menggunakan media sosial tersebut, oleh karenai itu masyarakat tidak bisa menerapkan strategi pemasarannya terutama dalam meluaskan jangkauan pemasaran gula aren, hanya saja memasarkan dengan cara mulut ke mulut atau hanya menjualnya sendiri di Pasar Senen yang cukup lumayan jauh jarak tempuhnya.

Masyarakat diajak kerjasama untuk program pendampingan ini sebagai upaya solusi atas kebingungan selama ini dalam memasarkan produknya (Jufri & Fahrudin, 2023). Melalui kegiatan ini masyarakat dapat paham akan penggunaan media sosial sehingga dapat mempromosikan produk gula aren secara mandiri dirumah masing-masing. Strategi untuk melayani pasar agar mempertahankan usaha yang dibangun dalam bersaing dengan pengusaha lain (Maulidah, 2023). Sehingga dengan media sosial pangsa pasar tepat sasaran.

**Tabel 1.** Tim Pengabdian

| <b>No</b> | <b>Nama</b>           | <b>Sebagai</b> |
|-----------|-----------------------|----------------|
| 1         | Fahrudin              | Ketua          |
| 2         | M. Sofyan Adi Pranata | Anggota        |
| 3         | Nanang Kosim          | Anggota        |
| 4         | Zubaidi               | Anggota        |

---

---

|   |         |                     |
|---|---------|---------------------|
| 5 | Amina   | Pengusaha gula aren |
| 7 | Sulaiha | Pengusaha gula aren |

---

### ***Strategi Pendampingan Masyarakat Usaha Gula Aren***

Kegiatan pendampingan ini dilakukan di salah satu rumah milik masyarakat setempat Desa Gunggungan Kidul tepatnya di dekat rumahnya Kepala Desa. Peserta yang hadir dalam kegiatan ini sebagian besar dari kalangan ibu-ibu dan juga remaja. Remaja dianggap sudah lebih familier dalam menggunakan media sosial dan mampu untuk membantu proses pendampingan yang lebih inovatif dan kreatif dengan menggunakan media sosial, WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Penggabungan sosial media dengan pemasaran adalah untuk mendukung kinerja pemasaran seiring perkembangan teknologi dan informasi (Untari & Fajariana, 2018). Kombinasi media sosial dan pemasaran cocok untuk masa sekarang karena lebih menyisir pelanggan lebih mengena dan tepat sasaran. media sosial dapat diartikan sebagai suatu sarana berkomunikasi yang berbasis internet yang bertujuan untuk bertukar informasi (Maria Nila Anggia & Muhammad Rifki Shihab, 2019). Kegiatan ini menjadi sangat penting bagi pemilik usaha terutama pengusaha penghasil produk.



Gambar 1. Proses Pendampingan

Jumlah peserta yang hadir dalam pelatihan ini sekitar 15 orang dan itu sudah lebih cukup untuk melakukan pendampingan kepada masyarakat sekitar khususnya kepada pengusaha gula aren. Dalam pelaksanaan pendampingan ini kami sangat menjaga tingkah laku dan cara berbicara dalam penyampaian bagaimana cara pemasaran menggunakan media sosial, agar para peserta benar-benar memahami tahap-tahap pembuatan akun dan cara penggunaan aplikasi tersebut. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui tiga tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan, evaluasi. Untuk lebih rinci sebagai berikut:

- a) Tahap perencanaan
 

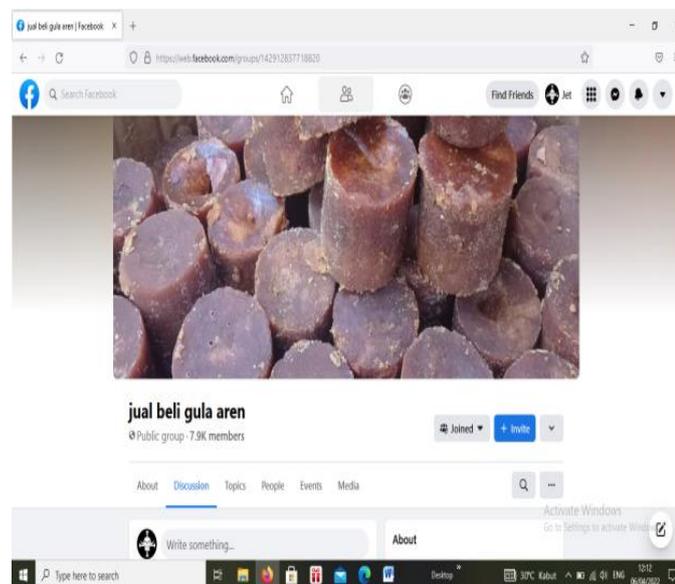
Pada kegiatan ini mengobservasi dan survey lapangan dilakukan sebagai langkah awal untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan menyeluruh mengenai permasalahan dan mencari solusi yang dibutuhkan hingga menyusun rencana pada kegiatan.
- b) Tahap pelaksanaan
 

Dalam tahap ini fokus kepada pendampingan dan bimbingan kepada pengusaha sebagai berikut:

  1. Pemberian pengetahuan mengenai pemasaran produk gula aren dengan memanfaatkan media sosial Instagram, Facebook, WhatsApp kepada warga Desa Gunggungan Kidul yang hadir pada kegiatan wini dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan terkait cara, fungsi dan teknik pemasaran gula aren dengan menggunakan sosial media. Selama

ini mereka hanya memasarkan gula aren secara mulut ke mulut dan menunggu pengepul saja

2. Kegiatan pendampingan yaitu sebuah pembelajaran kepada warga secara langsung teori dan praktek membuat akun media sosial dan bagaimana cara memasarkan gula aren dengan media sosial. Warga sangat berantusias karena dapat langsung membuat akun media sosial dan dapat mempromosikannya sendiri.
- c) Tahap evaluasi
- Dilakukan pada saat kegiatan berlangsung dengan melihat pemahaman peserta mulai membuat akun hingga mempromosikannya. Selanjutnya evaluasi dilakukan tim pengabdian terhadap pelaksanaan yang sudah dilakukan mengetahui apa kekurangan dan kelebihan dalam pendampingan masyarakat.



**Gambar 2.** Promosi di Media Sosial

## **KESIMPULAN**

Kegiatan ini bersifat informatif melalui kegiatan pendampingan dirasa sudah cukup efektif dan efisien. Masyarakat Desa Gunggungan Kidul merasa terbantu dengan adanya kegiatan ini karena besar harapan mereka untuk dapat melanjutkan usaha yang telah mereka lakukan secara turun temurun dengan program yang telah di terapkan kepada masyarakat mengenai pendampingan pengusaha gula aren upaya meningkatkan ekonomi mereka. Masyarakat bisa merasakan hasil dari adanya kegiatan ini berupa pengalaman dan pengetahuan akan pemasaran gula aren melalui media sosial mulai dari teori hingga praktek. Manfaat lain pelaksanaan kegiatan ini yaitu gula aren dapat dikenal oleh pangsa pasar lebih luas dan untuk jangka panjang sangat bagus karena semakin banyak orang tahu semakin gampang akses pelanggan sehingga penjualan mudah dilakukan. Dengan adanya pembelajaran media sosial diharapkan dapat mempromosikan seluas-luasnya secara mandiri oleh pengusaha sendiri dirumah masing-masing.

---

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Fahrudin, Putri, A. M., Isnaini, A. H., Isnaini, A. L., Okta, R. D. H., Nurjannah, R., & Suharno. (2021). PKM Penyuluhan Pembuatan dan Penyemprotan Disinfektan (PEPEDES) sebagai Upaya Pencegahan Covid-19 di Desa Kalikajar Kulon Probolinggo. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 2(2), 178–191. <https://doi.org/10.33650/guyub.v2i2.2142>
- Jufri, A., & Fahrudin. (2023). Analisis Manajemen Produksi Pada Mebel Sekawan Rimba Desa Wangkal Kecamatan Gading Kabupaten Probolinggo. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 1–6.
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika*, 1(2), 193–198.
- Maria Nila Anggia, & Muhammad Rifki Shihab. (2019). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>
- Maulidah, W. H. (2023). Skripsi Strategi Pemasaran Kopi Telapen Pada Kelompok Wanita Tani Kaki Rinjani Di Desa Karang Sidemen. In *Universitas Islam Negeri Mataram* (pp. 1–80).
- Syam, S. (2014). *Skripsi Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pupuk Organik Cair Pada Gapoktan Sipakainge* (pp. 1–85). Universitas Hasanuddin.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram ( Studi Deskriptif Pada Akun @ Subur \_ Batik ). *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.
- Kotler, Philip. dan Amstron, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga