

# Optimalisasi Pemasaran Gula Aren dengan Menggunakan Media Sosial

Ahmad Jufri<sup>1</sup>, Hammad Nur Kamil<sup>2</sup>, Nanang Nur Afian<sup>3</sup>

{[rrimbaperkasa@gmail.com](mailto:rrimbaperkasa@gmail.com), [nurk7624@gmail.com](mailto:nurk7624@gmail.com), [ffian4827@gmail.com](mailto:ffian4827@gmail.com)}  
Program Studi Ekonomi, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia

**Abstrak.** Desa Gunggungan Kidul merupakan desa yang kaya akan sumber daya alam yang melimpah salah satunya bahan utama membuat gula aren. Masalah yang dihadapi oleh masyarakat sebagai pengolah adalah penurunan penjualan gula aren karena tingkat pengetahuan masyarakat dalam teknik memasarkan gula aren menggunakan media social Whatsapp, Instagram, dan Facebook masih rendah sehingga pemasaran gula aren hanya dapat dijual didalam lingkungan sekitar atau dari mulut- kemulut saja. Dalam kegiatan ini bertujuan untuk melakukan pendampingan kepada masyarakat terutama kepada pengusaha gula aren mengenai teknik pemasaran yang menarik dengan menggunakan media social Whatsapp, Instagram, dan Facebook. Sistem penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif serta berasal dari sumber internal dan eksternal perusahaan. Data primer diperoleh langsung dari pihak manajemen atau pemilik usaha gula merah melalui wawancara, dan pengamatan secara langsung (observasi). Data sekunder diperoleh melalui literature atau studi pustaka yang mendukung penelitian. Data tersebut bersumber dari data surat kabar, situs-situs internet, buku teks manajemen, perpustakaan dan data-data dari beberapa instansi terkait lainnya. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini berupa penyampaian materi kepada masyarakat dalam kegiatan workshop. Kemudian rekan-rekan mahasiswa KKN unuja memberikan sebuah arahan atau pendampingan dalam membuat akun social media Whatsapp, Instagram, dan Facebook dan teknik mengenai pemasaran didalam media social. Dari hasil kegiatan ini yang dilakukan oleh peneliti cukup membuahkan hasil yang mana masyarakat yang berpengusaha gula aren berkeinginan untuk memasarkan gula aren menggunakan media social Whatsap, Instagram, dan Facebook agar lebih mudah dalam menjual produk serta akan meningkatkan penjualan, pendapatan, dan pemasaran mereka lebih meluas dari daerah ke daerah dan masyarakat selain memudahkan pemasaran gula aren tentunya juga menambah wawasan dan pengetahuan mengenai teknologi terutama dalam pemasaran yang menggunakan media social.

Kata Kunci : *Pemasaran; Gula Aren; Media Sosial; Desa Gunggungan Kidul*

**Abstract.** Gunggungan Kidul Village is a village that is rich in abundant natural resources, one of which is the main ingredient for making palm sugar. The problem faced by the community as processors is the decline in palm sugar sales because the level of public knowledge in the technique of marketing palm sugar using social media WhatsApp, Instagram, and Facebook is still low so that palm sugar marketing can only be sold in the surrounding environment or by word of mouth. This

activity aims to provide assistance to the community, especially palm sugar entrepreneurs regarding attractive marketing techniques using social media WhatsApp, Instagram, and Facebook. This research system uses qualitative methods. The data collected in this study are primary data and secondary data that are qualitative in nature and come from internal and external sources of the company. Primary data were obtained directly from the management or brown sugar business owners through interviews, and direct observation (observation). Secondary data is obtained through literature or literature studies that support the research. The data is sourced from newspaper data, internet sites, management textbooks, libraries and data from several other relevant agencies. The method used in this activity is in the form of delivering material to the community in workshop activities. Then fellow students of KKN Unuja provide a direction or assistance in creating Whatsapp, Instagram, dan Facebook social media accounts and techniques regarding marketing in social media. From the results of this activity carried out by researchers, it is quite successful where people who are palm sugar entrepreneurs want to market palm sugar using social media WhatsApp, Instagram, and Facebook to make it easier to sell products and will increase their sales, income, and marketing more. Extends from region to region and the community in addition to facilitating the marketing of palm sugar, of course, also adding insight and knowledge about technology, especially in marketing using social media.

Keywords: *Marketing; Palm sugar; Social media; Gunggungan Kidul Village*

## **Latar Belakang**

Indonesia merupakan Negara yang agraris sebagian besar penduduknya menggantungkan hidup pada sektor pertanian. Selain sebagai penyedia lapangan pekerjaan, sektor pertanian juga berperan sebagai penyumbang devisa negara serta sebagai penyedia kebutuhan pangan dalam negeri. Produk pertanian ini mempunyai peranan penting bagi masyarakat. Salah satunya adalah sebagai bahan baku dalam kegiatan industri, baik industri besar, industri menengah, industri kecil maupun industri rumah tangga. Sektor pertanian ini memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional. Hal tersebut dapat dilihat dari pembangunan pertanian yang diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha (Soekartawi., 2005:22).



Gambar 1. Proses Pengambilam Air Nira

Sumber : Data Primer 2022

Salah satu industri pengolahan yang berbahan baku produk pertanian adalah industri gula kelapa atau dikenal dengan nama gula merah. 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  $27^{\circ}$  C dan pada ketinggian tempat 0-450 meter dpl. Oleh karena itu, industri gula merah banyak dijumpai di beberapa daerah pantai di Indonesia, yang salah satunya adalah di Kabupaten bulukumba kecamatan kajang (Praditya., 2010:133).

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. Tanaman kelapa umumnya dimanfaatkan oleh masyarakat di wilayah yang tergolong miskin, sehingga secara tidak

langsung berperan dalam mengurangi kemiskinan (poverty alleviation) melalui pemasaran produk tanaman kelapa dan ketahanan pangan di tingkat petani.

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 memiliki batang yang kotor dan penuh dengan ijuk warnannya hitam dan ditumbuhi dengan berbagai jenis tanaman paku-pakuan, sehingga Dalam proses pemanjatan pohon aren harus menggunakan bamboo sebagai alat pembantu untuk mempermudah dalam pengambilan daun pelepah, air nira, serta buahnya.



Gambar 2. Proses Pembuatan Gula Aren

Sumber : Data Primer 2022

Pada era ini yaitu era revolusi 4.0 yang menuntut kita untuk berdampingan dengan berbagai kecanggihan teknologi dalam pemenuhan informasi dan pengetahuan. Perkembangan teknologi dan informasi yang begitu

pesat sehingga muncul internet. Internet membuat segalanya menjadi lebih mudah. Internet dengan memanfaatkan website, blog, dan media social dapat menjadi solusi untuk mempromosikan produk dan potensi local Indonesia ke manca negara. Media social telah menjadi pilar utama penyampaian informasi. Media social dapat digunakan untuk sosialisasi program dan kebijakan, memperkenalkan produk dan potensi Indonesia, memulihkan dan meningkatkan citra pariwisata serta media social dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran masyarakat (Suryani, 2015).

Pengabdian ini berlokasi di Kecamatan Pakuniran tepatnya di Desa Gunggungan Kidul. Batasan desa tersebut dilihat dari letak geografisnya, batasan sebelah barat Desa Patemon dengan Desa Gunggungan Lor, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Ranon, sebelah timur Gunung Malang, dan utara Desa Muniran.

Terlihat latar belakang diatas, Desa Gunggungan Kidul telah banyak bertambah industri-industri yang bergerak di berbagai usaha, diantaranya home industry yang bergerak dalam usaha produksi gula aren. Tanaman aren tidak dibudidayakan melainkan tanaman tersebut tumbuh sendiri di sekitar lingkungan mereka, jadi dengan begitu para masyarakat setempat memanfaatkan pohon aren karena pohon aren merupakan tumbuhan serbaguna, Dimana pohon aren dapat dimanfaatkan salah satunya dari akar untuk dijadikan obat tradisional, Batang dijadikan berbagai macam peralatan seperti bangunan maupun jembatan dan sebagainya, Daun muda/ janur untuk pembungkus pada gula aren. Dari hasil produksinya juga dapat dimanfaatkan misalnya buah aren yang masih muda diolah menjadi kolang kaling, Air nira dijadikan bahan pembuatan gula merah/ cuka dan pati/ tepung dalam batang untuk bahan pembuatan berbagai macam makanan. Akan tetapi masyarakat Desa Gunggungan Kidul hanya memanfaatkan air niranya untuk diolah menjadi gula merah.

Asosiasi pemasaran Amerika ( Kotler dan Armstrong, 2012 ) menyatakan bahwa pemasaran merupakan proses social dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan hal-hal yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas menu-

karkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Bila dikaitkan dengan pengertian tersebut dapat dilihat bahwa Desa Gunggungan Kidul sebagai individu atau kelompok dalam pengusaha gula aren juga ingin menawarkan gula aren kepada pihak lain.

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 Gunggungan Kidul masih belum begitu tau tentang penggunaan media social. Selain itu yang menjadi kendala lain dalam pemasaran gula aren yaitu akses jalan kurang mendukung, jejaring yang masih begitu luas karena Desa Gunggungan Kidul masih dalam lingkup terpencil, sehingga para konsumen masih kesulitan untuk membeli langsung pada tempat produksinya. 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 social. Seperti, Whatsapp, Instagram, Facebook dll. Sehingga dalam pengabdian pada masyarakat ini dilakukan pendampingan pemasaran gula dengan menggunakan media social di Desa Gunggungan Kidul Kabupaten Probolinggo yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran tentunya juga meningkatkan penjualan dari hasil produksi gula aren dan dapat meningkatkan keuntungan dengan memanfaatkan media social tersebut. Sehingga pada laporan penelitian ini bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi pengusaha.

1. Bagi Penulis dapat dijadikan sebuah pembelajaran terkait bagaimana proses produksi gula aren dari proses penyadapan air nira, perebusan air nira, hingga proses pencetakan gula aren hingga siap dipasarkan ke konsumen.
2. Bagi Pembaca dapat dijadikan informasi untuk dijadikan bahan penelitian bagi peneliti selanjutnya
3. Bagi Pengusaha dapat dijadikan sebagai pedoman untuk meningkatkan penjualan, pendapatan, serta dapat memperluas jangkauan pemasaran.

## Metode Pelaksanaan

Teknik pengumpulan data dalam tim pengabdian ini dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu melakukan secara langsung ke desa Gunungngnan Kidul dan diperdalam melalui kegiatan wawancara dengan masyarakat yang memproduksi gula aren mengenai pemasarannya. Sedangkan data sekunder yaitu data yang usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, data sekunder dalam penelitian ini berupa literasi yang berkaitan dengan materi penelitian. Adapun metode pengumpulan data sebagai berikut;

1. Wawancara yaitu melakukan Tanya jawab secara langsung dengan pengelola unit produksi gula aren.
2. Kepustakaan (*library research*) yaitu pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan-bahan dari berbagai literasi untuk memperoleh data teoritis
3. Observasi, mengumpulkan data dengan cara mengamati objek yang diteliti secara langsung.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa kegiatan workshop dan pendampingan terkait pemasaran gula aren menggunakan media sosial. Dalam kegiatan ini menggunakan komunikasi secara langsung dengan mengadakan kegiatan workshop mengenai penggunaan dan pemanfaatan media sosial berupa media seperti, Instagram, Whatsapp, Facebook, dan untuk meningkatkan pemasaran gula aren guna meningkatkan pendapatan masyarakat yang memproduksi gula aren di Desa Gunggungan Kidul Kecamatan Pakuniran Kabupaten Probolinggo, kemudian mensosialisasikan penyuluhan tentang kewirawsahaan dan pendampingan tentang pembuatan media sosial. Dengan menggunakan metode ini informasi yang diberikan kepada masyarakat bukan hanya teori tetapi didampingi dengan praktek langsung memasarkan gula aren dengan menggunakan media sosial yang mencakup media seperti, Instagram, Whatsapp, Facebook, sehingga dalam

memasarkan gula aren kemungkinan akan lebih efektif dan efisien dari pada pemasaran yang masih manual.

Metode pelaksanaan ini menggunakan metode deskriptif yang bersifat kualitatif, Abdullah ( 2015:220 ) mendefinisikan sebagai suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan suatu yang berlangsung pada saat kegiatan dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Pengabdian ini berlokasi di Desa Gunggungan Kidul kecamatan pakuniran kabupaten probolinggo. Pendekatan yang diterapkan yaitu pendekatan kualitatif dimana melakukan wawancara secara langsung kepada warga dengan mengadakan kegiatan workshop. Pengabdian ini dilakukan mulai pengajuan judul pada tanggal 22 maret 2022 dan mulai menentukan tempat lokasi serta kegiatan sampai dengan tanggal 27 maret 2022, pertama kali dimulainya tim pengabdian membawa pernyataan tugas kkn dari kampus menuju kepala desa untuk dikoordinasi, adapun tahap-tahapannya sebagai berikut.



### Tahapan pelaksanaan

Berikut alur tahapan pelaksanaan pengabdian dapat dilihat sebagai berikut.

1. Tahap persiapan. Dalam tahap ini mengajukan tema/ judul, penentuan tempat atau lokasi, persetujuan kepala desa, identifikasi
2. Tahap pelaksanaan
  - a. Rencana kegiatan
    - Koordinasi tim dan mitra
    - Pengumpulan masyarakat



b. Pengadaan workshop

- Memberikan pendampingan pada masyarakat tentang penggunaan sosial media bagaimana cara memasarkan gula aren
- Edukasi cara membuat akun serta mengupload hasil produksi gula aren disosial media dengan benar
- Memberikan kesempatan anggota workshop untuk bertanya terkait penggunaan media sosial

3. Tahap evaluasi

Dikarenakan keterbatasan waktu selama pengabdian dilakukan maka tahap selanjutnya adalah tahap akhir yaitu mengevaluasi kegiatan, sasaran dalam kegiatan workshop ini pertama: pengusaha yang ingin mengembangkan usahanya, kedua: pengetahuan tentang sosial media bagi pengusaha dalam pemasaran gula aren, ketiga: masyarakat dan kepala desa mendukung atas pelaksanaan ini guna meningkatkan taraf hidup masyarakat

Program kegiatan ini telah disesuaikan dengan tahap-tahapannya yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap akhir (evaluasi) sampai pembuatan suatu laporan.

**a. Partisipasi mitra**

Dalam pelaksanaan pengabdian pengusaha gula aren memberikan informasi mengenai teknik pemasaran gula aren yang masih bersifat tradisional, yaitu dengan mulut kemulut atau langsung ke pengepul dan hanya memasarkan kepasar senen. Masyarakat juga menjelaskan keluhan-keluhan terkait bagaimana cara meningkatkan pendapatan masyarakat dengan memanfaatkan gula aren sebagai mata pencaharian. Masyarakat sangat berantusias apabila mahasiswa membantu masyarakat cara memperluas jangkauan pemasarannya dengan baik dan menarik agar konsumen bisa menjangkau mengenai pemasaran gula aren tersebut dan dapat meningkatkan pendapatannya.

## **b. Peran dan Masing-Masing Tugas Anggota**

Ketua bertanggung jawab atas semua proses tahanpan-tahapan yang akan dilaksanakan bagi anggota-anggotanya.

Peran anggota

1. Mengumpulkan masyarakat untuk bimbingan pemasaran.
2. Membuka acara dikegiatan workshop.
3. Memberikan bimbingan terkait pembuatan akun sosial media dan pemasarannya.
4. Pengambilan foto saat acara workshop untuk dokumentasi.
5. Revisi dalam pelaporan p a per proseding.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **a. Pengertian Manajemen Usaha**

Manajemen berasal dari kata “to manage” yang memiliki arti mengatur, mengusahakan dan juga memimpin. Manajemen merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan organisasi dengan cara bekerjasama bersama orang-orang dan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi. Manajemen usaha merupakan ilmu dan seni dalam menjalankan segala aktivitas dari suatu organisasi. Fungsi utama Manajemen Usaha dari pelaksanaan manajemen usaha terdiri dari:

1. **Planning (Fungsi Perencanaan)** Perencanaan merupakan bagaimana cara perusahaan dalam menetapkan tujuan yang diinginkan dan kemudian menyusun rencana strategi dan bagaimana cara dalam mencapai tujuan.
2. **Organizing (Fungsi Pengorganisasian)** Organizing merupakan suatu proses menghubungkan orang-orang yang terlibat dalam organisasi tertentu dan menyatu padukan tugas serta fungsinya dalam organisasi.
3. **Direction (Pengarahannya)** Directing adalah suatu upaya yang dilakukan untuk dapat menciptakan suasana kerja yang dinamis, sehat agar kinerja perusahaan dapat menjadi lebih efektif dan efisien.

4. Controlling (Pengendalian) Controlling adalah segala upaya yang dilakukan untuk menilai suatu kinerja yang berpedoman kepada standar yang sebelumnya telah dibuat, juga untuk melakukan perbaikan-perbaikan jika memang dibutuhkan.

b. Manajemen Pemasaran

Menurut Assauri (2013 : 12), manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, penerapan serta pengendalian suatu program yang di buat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi. Ada 3 elemen penting yang termasuk konsep manajemen pemasaran yaitu:

1. Orientasi Pada Konsumen (Market Oriented) Pelayanan produsen dilakukan dengan memberikan berbagai penawaran yang menarik, mulai dari produk terbaik hingga cara pelayanan konsumen.
2. Perencanaan Kegiatan Pemasaran Pengaturan secara dinamis sebagai bentuk penyusunan berbagai kegiatan pemasaran secara menyeluruh. Semua aktivitas pemasaran, mulai dari strategi, implementasi, analisis, pengawasan, dan kegiatan lain yang terkait dengan pemasaran harus disusun secara terperinci. Dengan begitu, maka proses analisis dan pengawasan terhadap hasil pemasaran dapat dilakukan dengan baik. Hal ini pada akhirnya akan memudahkan dalam melakukan evaluasi dan tindakan perbaikan terhadap kegiatan pemasaran.
3. Kepuasan Konsumen Unsur paling penting di dalam pemasaran adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen ini tidak hanya diukur dari kualitas produk saja, tapi juga dari bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan.

c. Sistem Pemasaran

Seperti halnya dengan fungsi-fungsi lain, dalam sistem pemasaran ini juga terdapat beberapa faktor yang saling bergantung dan saling berinteraksi satu sama lain sebagai berikut:

1. Organisasi yang melakukan tugas- tugas pemasaran
  2. Sesuatu ( barang, jasa, ide, orang) yang sedang dipasarkan
  3. Pasar yang dituju
  4. Para perantara yang membantu dalam pertukaran ( arus) antara organisasi pemasaran dan pasarnya. Mereka ini adalah pengecer, pedagang besar, lembaga keuangan, agen pengangkutan dan sebagainya.
  5. Faktor-faktor lingkungan seperti faktor demokratis, kondisi perekonomian, faktor sosial dan kebudayaan, kekuatan politik dan hukum, teknologi dan persaingan.
- d. Pengertian Gula Merah Gula merah merupakan gula yang dihasilkan dari penguapan nira pohon kelapa (Santoso.,1993:11). gula merah biasanya dijual dalam bentuk setengah mangkok. Bentuk demikian dihasilkan dari cetakan yang digunakan berupa setengah tempurung kelapa (dalam bahasa Jawa disebut batok).
1. Bahan Baku Gula Kelapa Diantaranya yaitu, Untuk membuat gula kelapa bahan baku yang diperlukan adalah nira. Nira kelapa adalah cairan bening yang dihasilkan dari bunga kelapa yang pucuknya belum membuka. Nira diperoleh dari pohon kelapa dengan cara penyadapan atau penderesan. Satu buah mayang bisa disadap selama 10-35 hari. Hasil penyadapan yang diperoleh dari setiap mayang sekitar 0.5-1 liter nira atau sekitar 2-4 liter nira perpohon setiap harinya (Santoso.,1993:15)

Penelitian ini dilakukan di Desa Gunggungan Kidul tepatnya di Dusun gunung malang RT 03 RW 06 mengenai cara pemasaran gula aren dengan menggunakan media social seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, akan tetapi masyarakat gunggungan kidul mengalami kesulitan dalam mengaplikasikan pemasarannya dengan menggunakan media social tersebut, oleh karena 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. Tim

pengabdian masyarakat melihat bahwa masyarakat gunggung kidul perlu akan tambahan wawasan dan pengetahuan terkait pemasaran dengan menggunakan media social dan kewirawsahaan agar dapat meningkatkan penjualan gula aren dengan mengadakan workshop dan pendampingan.



Gambar 3

#### Proses Workshop

Sumber: Data Primer 2022

Pada gambar 5 diatas yaitu Kegiatan workshop dan pendampingan yang dilakukan di salah satu rumah milik masyarakat setempat atau musholla yang ada dilingkungan sekitar Yaitu Desa Gunggung 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 social dan mampu untuk membantu proses pelatihan pemasaran gula aren yang lebih inovatif dan kreatif dengan menggunakan media social, whatsApp, instagram, dan facebook. Jumlah peserta yang hadir dalam pelatihan ini sekitar 15 orang dan itu sudah lebih cukup untuk melakukan pelatihan atau pendampingan kepada penduduk sekitar khususnya kepada masyarkat yang memproduksi gula aren. Dalam pelaksanaan workshop dan pendampingan ini kami sangat menjaga

tingkah laku dan cara berbicara dalam penyampaian bagaimana cara pemasaran menggunakan media social, agar para peserta benar-benar memahami tahap-tahap pembuatan akun dan cara penggunaan aplikasi tersebut. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui tiga tahap yaitu persiapan, pelaksanaan, evaluasi . secara umum tahapan pengabdian sebagai berikut

A. Tahap awal ( persiapan ) pada kegiatan ini meliputi :

1. Observasi dan survey lapangan dilakukan sebagai langkah awal untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan menyeluruh mengenai permasalahan dan mencari solusi yang dibutuhkan .
2. Merencanakan pada kegiatan inti dan menyusun program kerja yang sesuai dengan kebutuhan mitra dan sebagai solusi untuk permasalahan yang dihadapi.

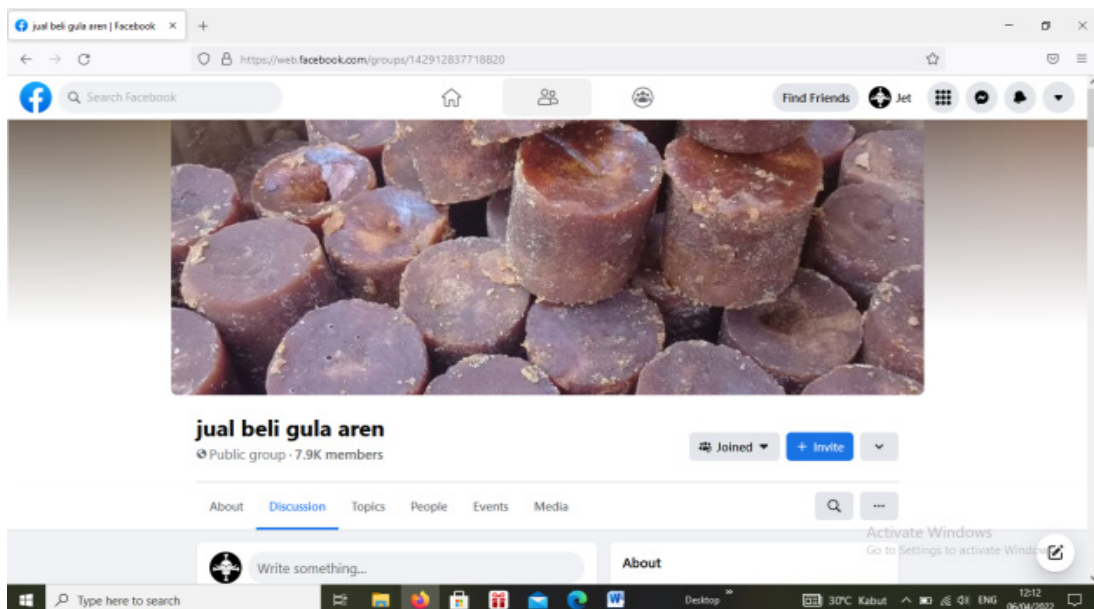
B. Tahap inti ( pelaksanaan ) dalam tahap ini fokus kepada pendampingan dan bimbingan kepada mitra melalui workshop adapun kegiatan yang dilaksanakan adalah sbb:

1. Pemberian pengetahuan mengenai pemasaran produk gula aren dengan memanfaatkan media social instagram,facebook,whatsapp kepada warga Desa Gunggungan Kidul yang hadir pada kegiatan workshop dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan terkait cara,fungsi dan teknik pemasaran gula aren dengan menggunakan social media. selain itu tim pengabdian melakukan penyuluhan kewirausahaan sebagai bekal pengusaha gula aren dalam menjalankan usahanya. Mereka berharap dalam kegiatan ini akan terus berlanjut karena mereka sadar dan belum begitu banyak pengetahuan terkait pentingnya pemasaran menggunakan media social untuk meningkatkan pendapatan dengan hasil produk penjualan gula aren. Selama ini mereka hanya memasarkan gula aren secara mulut ke mulut ketika ada pesanan dan pada hari pemasaran di lingkungan terdekat,tetapi mereka tidak mengetahui jika produk gula aren ini dikemas dengan

menarik lagi dan dipasarkan dengan strategi pemasaran yang baik dan benar salah satunya menggunakan media social maka hal itu dapat meningkatkan pendapatan dengan hasil penjualan gula aren serta mereka akan dapat menjual produknya dengan lebih luas dari kota maupun provinsi dengan adanya media social.

2. Kegiatan pendampingan yaitu sebuah pembelajaran kepada warga secara langsung membuat akun media social instagram, facebook, whatsapp dan bagaimana cara memasarkan gula aren dengan media social. Warga sangat berantusias karena dapat langsung membuat akun media social dan dapat mengoprasikannya untuk pemasaran gula aren, ini adalah pengalaman baru bagi mereka.

- C. Tahap akhir ( Evaluasi ) yaitu setelah semua kegiatan selesai tim pengabdian melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan tentang pemasaran gula aren dengan menggunakan social media agar mengetahui apa kekurangan dan kelebihan dalam pemasaran gula aren selama kegiatan workshop dan pemdampingan dilangsungkan .



Gambar 4. Proses Apload ke Facebook

Sumber: Data Primer 2022

Pada gambar diatas yaitu proses pemasaran gula aren dengan media so-

cial yang mana proses tersebut dilakukan oleh salah satu pemilik usaha gula aren di akun Facebook pribadinya, pada proses tersebut dibagikan kesebuah group / komunitas gula aren yang mana pada komunitas tersebut terdapat beberapa macam dan jenis gula merah serta harga yang di tawarkan, salah satunya yaitu gula merah dari pohon kelapa, dan gula merah dari pohon aren, komunitas gula aren terdiri dari 20 ribu anggota dari anggota tersebut terdapat beberapa pengusaha dan juga pembeli. Pada saat tawar menawar berlangsung antara pengusaha dan pembeli yang saling berinteraksi didalam kolom komentar dengan foto gula aren yang telah dibagikan dimana proses tawar menawar dapat dilakukan dengan berbagai jenis harga, produk yang ditawarkan dengan harga dan kualitas yang berbeda-beda dapat terjual apabila pengusaha dan pembeli sepakat dengan harga yang ditentukan, sehingga pemasaran gula aren di media social Facebook baik dan efektif untuk digunakan.

## **Penutup**

### **a. Kesimpulan**

Kegiatan ini bersifat informative melalui kegiatan workshop juga pendampingan dirasa sudah cukup efektif dan efisien. Masyarakat Gunggungan Kidul merasa terbantu dengan adanya kegiatan ini karena besar harapan mereka untuk dapat melanjutkan usaha yang telah mereka lakukan secara turun menurun dengan program yang telah di terapkan kepada masyarakat mengenai pendampingan pemasaran gula aren dengan media social, dan masyarakat bisa merasakan hasil dari adanya kegiatan workshop ini serta warga mendapatkan manfaat atas pelaksanaan kegiatan ini yaitu pengalaman, pengetahuan, dan wawasan mengenai pemasaran gula aren di media social seperti instagram, whatsapp, facebook. Dengan adanya pembelajaran media social diharapkan bisa banyak belajar agar kehidupan mereka lebih baik kedepannya.

### **b. Implikasi**



Pemasaran gula aren menggunakan media sosial yang akan memudahkan dan dapat menjangkau seluruh konsumen di Indonesia untuk mengetahui produk yang dijual oleh masyarakat Gunggungan Kidul dan mereka merasakan dampak dari adanya pemasaran gula aren tersebut sehingga pendapatan mereka yang sebelumnya relative rendah hingga bisa lebih meningkat.

c. Keterbatasan Atau Rekomendasi

1. Bagi para pengusaha gula aren sebaiknya setelah dilakukannya pengabdian ini tetap melanjutkan menggunakan media sosial dalam pemasaran supaya pemasaran gula aren terus berkembang dan terus dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.
2. Dengan terlaksananya kegiatan ini masyarakat diharapkan dapat memaksimalkan pendampingan cara penggunaan media sosial yang sudah diterapkan agar kedepannya semakin terbiasa memasarkan gula aren dengan media social.

**Daftar Pustaka**

- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta: Jakarta
- Assuari, Sofyan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Assauri.1999. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Revisi, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Agus Paryanto, *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Gula Kelapa Di Desa Sumberagung Kecamatan Grabag Kabupaten Purworejo*, (Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo, 2017).
- Baharuddin. 2009. *Hasil Hutan Bukan Kayu*. Fakultas Kehutanan Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Buchari, Alma. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta

- Suryani, I. .2015. Jurnal Komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor2\ 2, April 2014, 8(April 2014), 123-138
- Muningsih, E. 2014. Facebook Commerce, E-commerce Pada Media Sosial Facebook Yang Modern Dan Populer. *Bianglala Informatika*, II(1), 11-18
- Anugrahati NA. 1999. *Optimasi Normalitas Asam Dan Waktu Hidrolisa Pada Pembuatan Sirup Glukosa Ganyong Secara Kimiawi Dan Kombinasi Enzimatis Kimiawi*. [Skripsi]. Yogyakarta (ID): Universitas Atmajaya.
- Balai Informasi Pertanian. 2000. Pembuatan Gula Semut. Padang (ID): Lip-tan, Balai Penelitian Tanaman Palma. 2010. *Pemanfaatan Tumbuhan Palma*. Manado (ID): Balai Penelitian Tanaman Palma.
- Darwin p. 2013. *Menikmati Gula Tanpa Rasa Takut*. Yogyakarta (ID): Sinar Ilmu.
- Hariyadi P. 2011. *Riset Dan Teknologi Pendukung Peningkatan Kedaulatan Pangan*. Jurnal Diplomasi. 3(3): 90-105.
- Dewan Gula Indonesia. 2013. *Kondisi Penggulaan Indonesia*. Jakarta (ID): Secretariat Dewan Gula Indonesia
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pusta-ka Setia.
- Elvina, E.2019. *Pengaruh Penggunaan Median Sosial Terhadap Pengembang-an Usaha Kecil Menengah (Ukm)*.*Ecobisma(Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 2(1), 106-118. <https://doi.org/10.36987/Ecobi.V2i1.722>