



Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemasaran Gula Semut dengan Pengenalan dan Pemanfaatan *Marketplace* di Desa Cipelah

Muhammad Fahmi Fathullah¹⁾, Dita Erica Sintyawati²⁾, Ineu Rizki Oktaviani³⁾, Rahdian Fathurachman⁴⁾, M Anwar Sadad⁵⁾, Ida Yusidah⁶⁾

¹⁾ Manajemen, Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Gunung Djati, e-mail: fahmif201@gmail.com

²⁾ Bahasa dan Sastra Inggris, Adab dan Humaniora, UIN Sunan Gunung Djati, e-mail: ditaericasintyawati@gmail.com

³⁾ Pendidikan Guru MI, Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Gunung Djati, e-mail: ineurizki16@gmail.com

⁴⁾ Fisika, Sains dan Teknologi, UIN Sunan Gunung Djati, e-mail: rahhhfuture@gmail.com

⁵⁾ Kimia, Sains dan Teknologi, UIN Sunan Gunung Djati, e-mail: sadad.anwar.m@gmail.com

⁶⁾ Agroteknologi, Sains dan Teknologi, UIN Sunan Gunung Djati, e-mail: idayusidah16@gmail.com

Abstrak

Gula semut adalah olahan dari air nira yang prosesnya lebih panjang dari pembuatan gula aren. Gula semut merupakan salah satu olahan daerah di desa cipelah yang dijadikan sebagai usaha local, namun belum memiliki pemasaran yang baik sehingga produksi dan penjualannya sangat minim, di sisi lain masyarakatpun mengalami kesulitan dalam memasarkan gula semut cipelah sehingga program ini direncanakan dapat menjadi solusi bagi permasalahan tersebut. Tujuan pengabdian di desa cipelah ini salah satunya adalah membuat penjualan gula semut di Desa Cipelah meningkat dan gula semut Cipelah dapat dikenal oleh lingkungan di luar desa, metode yang digunakan pada program ini yaitu dengan memberikan edukasi kepada para pengerajin gula semut tentang perluasan pasar melalui *marketplace*, yaitu dengan membuat pasar digital pada *e-commerce shopee* dan konten

promosi yang menarik. Selama melakukan edukasi didapat hasil yaitu telah terbentuknya *marketplace shopee* untuk menjual gula semut cipelah secara digital lalu konten-konten menarik yang membuat lingkungan luar desa Cipelah mengenal gula semut desa Cipelah dan membuat para pengerajin gula aren mengerti cara membuat dan mengoprasikan *marketplace* tersebut.

Kata Kunci: Gula Semut, Pemasaran, *Marketplace*, Promosi.

Abstract

Gula Semut is processed from nira which is a process that is longer than the manufacture of sugar palm. Gula Semut is a processed area in cipelah village which is made local, but has not had good marketing, so production and sales are very low, on the other hand people have difficulty marketing gula semut so that the program is designed to provide the solution to the problem. The aim of the service in cipelah village is to make the sale of the gula semut increase and the gula semut Cipelah can be known by the environment outside the village, the method used in this program by teaching the sugar palm workers about expanding the market through marketplace, which is to create a digital marketplace on e-commerce shopee and promotional content. As a result of education, it has created a shopee to sell gula semut Cipelah digitally and the interesting content that will make Cipelah village environment know gula semut and make sugar palm workers understand how to make and control the materials of marketplace.

Keywords: Palm Sugar, Marketing, Marketplace, Promotion.

A. PENDAHULUAN

Aren atau enau (*Arrenga pinnata* Merr) adalah salah satu keluarga palma yang memiliki potensi nilai ekonomi yang tinggi dan dapat tumbuh subur di wilayah tropis seperti Indonesia. Tanaman aren bisa tumbuh pada segala macam kondisi tanah, baik

tanah berlempung, berkapur maupun berpasir. Namun pohon aren tidak tahan pada tanah yang kadar asamnya terlalu tinggi (Soesanto, Tanudjaja, & Baskoro, 2010).

Sebagai salah satu target yang menjadi tujuan di lakukan nya KKN Sisdamas 2021 UIN SGD Bandung, para mahasiswa diupayakan semaksimal mungkin untuk dapat menggali potensi ekonomi kreatif dari masyarakat di sekitar tempat kegiatan KKN tersebut berlangsung. Desa Cipelah merupakan Desa Pegunungan yang berbatasan dengan Kabupaten Cianjur Selatan, sebagai daerah Perkebunan dan Pertanian. Adapun yang menjadi tujuan KKN ini tersebar di beberapa dusun yakni dusun 1, dusun 2, dusun 3 dan dusun 4. Masing-masing dusun tersebut memiliki potensi yang beragam dan cukup baik untuk dapat dimaksimalkan oleh tim penulis, dan juga memiliki lokasi tempat usaha berskala kecil. Berdasarkan hasil survei mahasiswa di Desa Cipelah, bahwa Desa Cipelah merupakan desa yang sudah unggul dimana dalam kegiatan-kegiatan di desa sangat terkelola dengan baik, bukan hanya perangkat desa saja yang bekerja seluruh lapisan masyarakat ikut bahu-membahu. Banyak kegiatan desa yang ikut melibatkan banyak masyarakat.

Dalam bidang perkembangan perekonomian Desa Cipelah, mayoritas masyarakat bermata pencaharian perkebunan, namun masyarakat disana juga sudah sadar akan potensi lain seperti pertanian dan perdagangan. Produksi bahan-bahan mentah yang ada di Desa Cipelah diantaranya dari produksi air nira yang di produksi jadi gula aren. Hal ini, yang menjadi sorotan para mahasiswa untuk melaksanakan program yang berkaitan dengan KKN. Namun ada hal yang disayangkan di desa Cipelah sendiri dimana komoditi penghasil gula yang masih kurang adalah hal inovasi, pengemasan, pemasaran, branding dan lain-lainya. Maka dari itu, para mahasiswa berusaha membantu dalam itu semua sesuai dengan 6 Apek KKN KWU yang telah dijelaskan pada Seminar Youth Fasilitator pada tanggal 18-19 Juli 2019, pada Aspek No. 4 yaitu: Menambah Nilai Jual dan Jejaring Usaha.

Pada kesempatan kali ini mahasiswa KKN desa Cipelah Kecamatan Rancabali, Bandung, Jawa Barat melihat potensi produksi gula aren di desa setempat untuk dapat dimaksimalkan menjadi produk yang memiliki mutu, kualitas dan daya saing pasar yang lebih baik dan produktif dari segi ekonomi. Adapula gula aren dapat dikembangkan menjadi produk yang bernama gula semut (Andryanto, S. Dian, 2021). Pada kesempatan kali ini para tim penulis memfokuskan diri untuk mengembangkan usaha gula semut sebagai komoditas yang diunggulkan. Pemilihan gula semut sebagai salah satu komoditas yang digarap oleh para mahasiswa dilatar belakangi oleh adanya peningkatan akan permintaan yang relatif tinggi dari para pelaku usaha yang berkaitan dengan gula aren dan juga gula semut ini. Banyaknya usaha kopi yang bermunculan di berbagai tempat dengan menyertakan gula aren dan gula semut sebagai tambahan pemanis di dalamnya membuat permintaan pasar terhadap gula semut meningkat dengan pesat. Permintaan tersebut dirasakan oleh para produsen gula aren di desa Cipelah dan di diskusikan bersama dengan para mahasiswa KKN dan segera dilakukan pembahasan untuk menentukan strategi yang terbaik dan efisien untuk meningkatkan mutu dan kualitas produk gula aren yang akan dipasarkan kemudian. Mutu, kualitas isi, pengemasan produk dan branding menjadi fokus utama dalam kegiatan ini sebagai bagian dari ikhtiar para mahasiswa dan produsen gula aren lokal desa Cipelah untuk menambah daya saing dan daya tarik konsumen terhadap produk tersebut. Produksi gula aren sendiri sudah sejak lama diproduksi oleh sebagian masyarakat desa Cipelah selama turun temurun, dan cara yang dilakukan pun sesuai dengan petunjuk yang diberikan dari para sesepuh atau orang tua dari para produsen gula aren.

Adapun upaya untuk meningkatkan nilai jual dari gula aren ini dapat diperoleh dengan cara menjadikan gula aren dengan mengolahnya menjadi gula semut. Dengan adanya pemanfaatan gula aren yang dijadikan produk menjadi gula semut menjadikan gula semut sebagai produk khas dari Desa Cipelah sendiri. Namun, pemasaran yang kurang mencaup luas membuat Gula Semut hanya diketahui oleh masyarakat Desa Cipelah, dilihat dari segi kualitasnya, gula semut mampu bersaing dengan produk luar.

Meski aktivitas membuat dan menjual gula aren sudah dilakukan sejak lama, namun kegiatan ini belum dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa Cipelah secara signifikan, dan rata-rata masyarakat sekitar desa masih berada dalam tingkatan ekonomi lemah. Salah satu tujuan daripada kegiatan peningkatan mutu dan pemasaran gula aren yang telah dilakukan adalah untuk mencari solusi yang mungkin dapat memberikan jawaban atas masalah yang terjadi dalam proses kegiatan produksi gula aren yang kembali diolah menjadi gula semut tersebut hingga tahap pemasaran kepada konsumen.

B. METODOLOGI PENGABDIAN

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan perencanaan program pemberdayaan masyarakat sebagai bagian dari KKN DR SISDASMAS yang diselenggarakan oleh UIN SGD Bandung. Penelitian ini dapat menemukan peran marketplace yang mana diharapkan dapat memberikan manfaat pada program kerja branding Gula Semut sehingga dapat memberikan kebermanfaatannya pada kebutuhan masyarakat. Lokasi penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam penyusunan artikel ini berlokasi di Desa Cipelah Kecamatan Rancabali. Adapun lokasi penelitian ini dipilih dikarenakan besarnya peluang besar untuk menggali potensi usaha yang ada di desa tersebut.

Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif, metode ini diambil dengan hasil berupa kata kata tulis ataupun lisan dari perilaku manusia yang diamati. Metode penelitian kualitatif disebut juga penelitian *naturalistic* karena penelitian dilakukan pada kondisi alamiah, disebut juga sebagai metode *etnografi*. Pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan di penelitian bidang budaya, disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. (Sugiono, 2005)

Penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu penelitian deskriptif yang mana dalam hal ini ada empat tahapan dalam rancangan kegiatan yaitu refleksi, perencanaan,

pelaksanaan, dan evaluasi (Fritantus, Yohanes, dkk, 2021). Tahapan refleksi meliputi izin kepada Kepala Kelompok Wanita Tani (KWT) selaku penggerak pengusaha di lingkungan Desa Cipelah. Tahapan ini juga meliputi rencana penelitian dan kesepakatan jadwal penelitian. Tahapan pelaksanaan yaitu peneliti melaksanakan program kerja yang telah disepakati dan kemudian melaksanakan serangkaian kegiatan branding gula aren dan gula semut. Peneliti juga menyampaikan maksud dari program kerja yang telah disepakati. Peneliti dan juga objek penelitian mengamati permasalahan yang muncul pada saat program kerja dilaksanakan.

Tahapan evaluasi, peneliti memberikan evaluasi tindakan pada kegiatan yang telah dilakukan. Peneliti mengamati keberhasilan dan juga hambatan yang dialami dalam proses branding yang belum sesuai dengan harapan dari penelitian. Secara kolaboratif pula, peneliti dan objek penelitian menganalisis dan mendiskusikan hasil dari pengamatan (Rukmini, dkk., 2021).

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Pada kegiatan branding gula semut Kuliah Kerja Nyata berbasis pemberdayaan masyarakat di desa Cipelah ini berlangsung selama satu bulan yaitu dari tanggal 5 sampai 30 Agustus 2021, dalam proses kegiatan ini dibagi menjadi empat siklus agar dalam proses pelaksanaannya berjalan dengan lancar, dan prosesnya yaitu siklus refleksi sosial, siklus perencanaan program, siklus pelaksanaan program dan siklus evaluasi program.

Pada siklus refleksi sosial, tim penulis melakukan sosialisasi akan perkenalan dengan warga desa Cipelah dan melakukan rembug warga untuk mengidentifikasi berbagai permasalahan yang ada di desa terutama terkait permasalahan branding gula semut, sekaligus untuk menumbuhkan kesadaran warga terhadap akar penyebab masalahnya.

Pada siklus perencanaan kegiatan, tim penulis memulai untuk merencanakan dalam proses pemasaran gula semut, menyusun strategi agar program branding gula semut ini membuahkan hasil yang maksimal, dan menyepakati hasil pelaksanaan pemasarannya yaitu dengan memberikan edukasi mengenai pemasaran melalui marketplace Kepada Kelompok Wanita Tani (KWT) selaku produsen guna menciptakan pemberdayaan masyarakat turut dalam pemecahan masalah pemasaran gula semut ini, dan membuat video iklan yang disebarakan melalui media sosial para tim penulis dan marketplace yang telah dibuat.

Selanjutnya pada proses pelaksanaan kegiatan, tim penulis membagi kedalam dua kegiatan berbeda. Pertama yaitu fokus terhadap pengamatan proses pembuatan gula aren dan pengolahan gula aren menjadi gula semut, lalu yang kedua fokus terhadap pemberian edukasi terhadap Kelompok Wanita Tani (KWT) mengenai pemasaran melalui marketplace dan pembuatan video iklan.

Kegiatan pertama, sebelum memasarkan produk gula aren khas cipelah, tim penulis ingin mengetahui proses pembuatannya terlebih dahulu agar bisa mengetahui segala kelebihan, kekurangan dan hal lain yang kira-kira diperlukan untuk dianalisis sebagai bahan pemasarannya agar dalam proses pemasaran produk gula aren ini berjalan dengan lancar dan bisa menarik para konsumen untuk membelinya secara terus menerus karena tujuan dari diadakannya program pemasaran ini adalah untuk membantu perekonomian desa cipelah dengan memperluas target pasar dari produk yang menjadi unggulan desa cipelah itu sendiri.

Pada awal kegiatan, tim penulis pergi ke curug tilu yang terletak di desa cipelah dari pukul lima pagi hingga dua belas siang untuk melihat proses pengambilan gula aren dari pohonnya yaitu dengan mengambil air nira yang menjadi bahan baku pembuatan gula aren, lalu air nira tersebut dimasak kurang lebih sekitar 5 jam diatas wajan dengan menggunakan tumbu kayu bakar seraya diaduk hingga mengental sempurna, lalu setelah itu gula aren dicetak. Tim penulis memantau proses pembuatan

gula aren ini dari awal hingga akhir agar memudahkan dalam pembuatan iklan pemasarannya.



Gambar 1. Proses pengambilan air nira di pohon.

Setelah mengamati proses pembuatan gula aren itu maka pada hari berikutnya tim penulis mendatangi rumah Bu RW desa Cipelah karena sekaligus yang menjadi produsen dalam pengolahan gula semut dan yang menjualnya ke pasar, warung, dan toko-toko yang berada di Desa Cipelah.

Proses pembuatan gula semut diawali dengan mengiris kecil-kecil gula aren yang masih utuh hingga menjadi bubuk lalu menuangkan kedalam wajan dengan menggunakan air secukupnya. Setelah itu dimasak diatas kompor dengan api secukupnya, tidak terlalu besar dan juga tidak terlalu kecil. Proses perebusan ini dibutuhkan waktu sekitar 15 menit, karena tergantung dari banyaknya volume gula aren tersebut. Untuk proses ini sambil mengaduk-aduk gula arennya hingga mendidih.

Untuk proses pengadukan gula, disini sebenarnya bisa menggunakan bantuan mesin, namun jika tidak mempunyai mesin tersebut, maka cukup menggunakan cara yang manual ini. Untuk proses pemanasan bisa mengakhirinya setelah gula aren tersebut menjadi kental sekitar 8%. Disini proses pengadukan memang lebih sering

sehingga gula aren yang direbusnya itu menjadi pekat. Setelah 15 menit berlalu, bisa mengangkat dari wajannya dan melakukan kembali pengadukan secara perlahan hingga sampai terjadinya proses pengkristalan.

Jika sudah melewati proses pengkristalan, maka bisa mempercepat pengadukan supaya terbentuk serbuk kasar. Serbuk yang kasar inilah yang biasa dipanggil dengan gula semut setengah jadi dengan memiliki kadar air sekitar 5%. Gula semut yang setengah jadi ini dihaluskan dulu supaya gula kristal masih menggumpal dan menjadi lebih halus.



Gambar 2. Proses penyaringan

Setelah selesai maka melanjutkan proses penyaringan dengan ukuran sekitar 20 mesh. Supaya menyempurnakan kandungan kadar, disini menjemur hasil saringannya dibawah sinar matahari dalam proses pengeringan dengan menyesuaikan waktu dan panasnya matahari tersebut agar kualitasnya bagus dan seragam hasilnya. Gula semut pun akhirnya siap digunakan.



Gambar 3. Packaging Gula Semut

Perbedaan yang signifikan dari gula aren dan gula semut itu terletak dari proses pembuatannya saja, gula semut memiliki proses pengolahan yang lebih panjang dibandingkan dengan gula aren dan bisa disebut juga bahwasannya gula semut itu merupakan gula aren yang telah dibubukkan. Kegiatan yang kedua, target pasar dari gula semut ini dirasa masih sempit yaitu hanya di daerah desa cipelah saja, maka tim penulis berinisiatif untuk membantu pemasaran produk dalam melakukan ekspansi pasar (perluasan pasar) yaitu dengan membuat toko online shop khusus untuk gula semut dan memberikan edukasi bagaimana mengelola toko online shop dengan baik dan benar kepada para Kelompok Wanita Tani (KWT) disana agar produk gula semut yang berada di desa Cipelah dapat terkenal diluar sehingga dapat meningkatkan penjualan produk gula semut Desa Cipelah karena pada zaman yang modern atau biasa disebut pada Era 4.0 ini dimana teknologi telah mendominasi peradaban manusia sehingga dalam melakukan berbagai hal yang perlu adanya interaksi dengan sesama manusia terutama dalam dunia bisnis, harus memiliki ilmu dan kemampuan lebih agar bisa beradaptasi dengan teknologi serta dapat mengikuti perkembangan zaman yaitu salah satunya dengan cara melakukan ekspansi pasar seperti memasarkan produk secara online agar dapat meningkatkan penjualan sesuai yang diharapkan.



Gambar 4. Edukasi *Marketplace*



Gambar 5. Pembuatan Marketplace

Terakhir yaitu siklus evaluasi program, tim penulis mempertimbangkan hasil pemetaan dan refleksi sosial yang menjadi keluhan dan disampaikan oleh masyarakat yaitu mengenai pemasaran dari gula semut ini, lalu melakukan penilaian dan evaluasi terkait beberapa masalah yang dialami sejauh ini yang dianggap sebagai kendala demi keberlangsungan program branding gula semut guna mendapatkan hasil yang maksimal sesuai yang diharapkan baik dari pihak tim penulis maupun dari masyarakat Desa Cipelah.



Gambar 6. Evaluasi

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu komoditi perkebunan yang banyak dilestarikan oleh warga sekitar ialah kelapa. Kelapa pun dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku obat – obatan, kosmetik, bahan pembuatan shampoo dan sebagainya. Bagian lain dari kelapa yang dapat dimanfaatkan juga diantaranya adalah nira. Nira adalah cairan dengan kadar gula tinggi yang diambil dari bunga kelapa atau sering disebut dengan mayang. Produk lain yang dapat diproses dari nira itu sendiri adalah gula kelapa, gula semut, dan lain sebagainya.

Gula semut adalah bagian dari produk turunan yang dihasilkan dari pohon aren dan kelapa. Sebutan dari gula semut itu sendiri adalah karena bentuknya yang menyerupai sarang semut di tanah. Gula semut mempunyai nilai ekonomis yang lebih tinggi daripada gula merah. Keunggulan lain dari gula semut adalah aromanya yang khas, penyimpanan yang lama dengan kadar air 2-3% mudah larut dalam air panas ataupun dingin, pengemasannya pun lebih praktis dan mudah untuk dikombinasikan dengan bahan yang lain dalam pengolahan makanan dan minuman.

Proses memasak untuk gula semut tersebut lebih panjang yaitu hingga gula merah aren mengkristal, kemudian dikeringkan hingga kadar airnya di bawah 3%. Pohon aren berpotensi untuk menghasilkan 10-15 liter air nira tiap harinya dan proses penampungan ini dapat dilakukan setiap hari selama 3 bulan pada saat pagi dan sore hari. Air nira hasil sadapan ini setelah dikurangi kadar airnya dan menjadi padat inilah yang akan menjadi gula merah aren (Arnida, 2019)

Nira aren mudah mengalami kerusakan karena dipengaruhi oleh kondisi lingkungan selama penyadapan dan pengangkutan ke tempat pengolahan dan kerusakan akibat fermentasi. Fermentasi ini disebabkan oleh mikroba yang mengkontaminasi nira (Arnida, 2019).

Marketplace adalah suatu platform dimana memiliki tugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk secara online.

Situs marketplace bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. Marketplace atau pasar daring juga menyediakan berbagai fasilitas seperti metode pembayaran, estimasi pengiriman, pemilihan produk sesuai kategori, dan fitur yang lainnya. Bisa dikatakan marketplace adalah department store online. Penggunaan internet dalam dunia bisnis menurut Fransisca telah mengalami perubahan fungsi yang mulanya sebagai media pertukaran informasi saja kemudian menjadi media aplikasi strategi bisnis yang meliputi pemasaran, penjualan, dan pelayanan (Alix, 2013). Untuk dapat memanfaatkan marketplace menjadi wadah pengusaha dalam menjalankan bisnisnya maka menurut Hidayat, 2008, dibutuhkan beberapa komponen, yaitu produk, tempat menjual produk, cara menerima pesanan, cara pembayaran, metode pengiriman, dan *customer service*. Adanya marketplace ini pula dapat membantu pengusaha kecil untuk meningkatkan peluang yang besar. Sehingga, penelitian ini juga berfungsi untuk mengenalkan marketplace terhadap pelaku usaha agar dapat pula meningkatkan ekonomi Indonesia.

Adapun pemanfaatan marketplace yang dimaksudkan untuk memperluas pasar ini cenderung tidak berjalan dengan baik dikarenakan marketplace yang telah dibuat tidak dikelola dengan baik oleh pengrajin gula aren dan gula semut. Ada beberapa faktor yang menyebabkan pengelolaan ini tidak berjalan dengan baik diantaranya:

1. Pengelola yang terlalu banyak

Dalam prakteknya, pengrajin gula semut ini memiliki banyak pengrajin, adapun pengelolaan terhadap marketplace yang dibuat tersebut meliputi banyak pengrajin sehingga belum ada satu pengelola pasti yang dapat dijadikan sebagai patokan pengurus untuk mengelola marketplace. Sehingga dengan banyaknya pengelola gula semut ini dan minimnya pengetahuan mengenai pemasaran produk, maka hal tersebut pada akhirnya tidak berjalannya pengelolaan bisnis gula semut ini secara optimal.

2. Harga

Harga merupakan salah satu unsur pertama yang dilihat saat konsumen akan membeli suatu produk. Kelemahan dari produk yang ditawarkan disini cenderung lebih mahal dari produk yang kebanyakan dijual. Ini disebabkan karena kualitas produk yang dijaga oleh pengrajin gula tersebut. Namun, dikarenakan menjaga kualitas produk tersebut, produk yang ditawarkan menjadi susah bersaing dipasaran. Harga yang ditawarkan ini jauh lebih mahal dari produk yang ditawarkan orang lain.

3. Sikap yang kurang bersungguh sungguh dalam berusaha

Sikap ini dapat terlihat dari pengelolaan marketplace yang telah dibuat, seperti kurang keberlanjutannya pengecekan terhadap toko online. Ini mengakibatkan anggapan konsumen akan toko tersebut hanyalah toko yang kurang merawat marketplacenya sendiri. Karena dalam menjalankan bisnis online terutama apabila menggunakan marketplace sebagai alatnya, maka pemiliknya diharuskan untuk mengontrol secara rutin dan memberikan terus inovasi terhadap tokonya agar menarik konsumen dan meningkatkan penjualan.

4. Lokasi yang kurang memadai

Lokasi usaha juga merupakan salah satu masalah yang kerap kali muncul. Lokasi usaha yang strategis merupakan salah satu faktor yang dapat menyebabkan suatu usaha mencapai keberhasilan (Yudho dkk., 2021). Namun, Desa Cipelah merupakan salah satu desa yang lokasinya cukup sulit di akses, keterbatasan transportasi pula menjadi hal utama dalam pendistribusian produk.

Target pasar dalam sebuah bisnis perlu dikembangkan untuk mengenalkan produk yang dijual dan meningkatkan penjualan, karena semakin besar target pasar yang dituju dalam sebuah bisnis maka semakin besar pula keuntungan yang didapat. Permasalahan yang timbul dari gula semut ini adalah dilihat dari segi harganya yang

begitu mahal karena kualitas produk yang dijaga yaitu bahan baku gula semut ini asli dari pohonnya tanpa ada campuran apapun.

Pemasaran gula semut yang berada di Desa Cipelah masih sempit yaitu hanya di daerah desa cipelah saja. Dan setelah melihat perkembangan yang begitu maju, para produsen dan pemilik bisnis gula semut ini melakukan pemasaran dengan menggunakan media sosial yang bernama Facebook untuk dijadikan sebuah tempat memasarkan produk gula semut ini, namun dikarenakan keterbatasan alat, fasilitas dan pengetahuan mengenai pemasaran maka dari segi keuntungan yang didapat tidak begitu besar.

1. Pembuatan marketplace sebagai solusi

Marketplace merupakan suatu platform untuk berbisnis agar produk yang ditawarkan dapat terkenal dan meningkatkan penjualan serta konsumen dengan cangkupan jarak yang tidak terbatas karena untuk marketplace ini siapapun dan kapanpun mudah untuk mengaksesnya tanpa harus banyak mengeluarkan banyak tenaga. Untuk menyelesaikan masalah target pasar yang sempit tim penulis memiliki rencana untuk memperluas pasar gula semut cipelah ini ke pasar digital yaitu dengan membuat marketplace di beberapa marketplace, sehingga langkah yang tim penulis lakukan adalah memberikan edukasi kepada para pengrajin gula aren tentang cara membuat marketplace, cara menampilkan produk yang akan dijual di marketplace, cara mengiklankan produk di marketplace, dan cara ketika produk tersebut terjual di marketplace. Karena tujuan tim penulis adalah memperluas pasar dengan membuat marketplace dan membuat gula cipelah dikenal diluar desa cipelah, maka perlu adanya konten konten promosi seperti video produk dan gambar produk untuk ditampilkan di marketplace, sehingga tim penulis pun membuatkan sekaligus memberikan edukasi tentang cara membuat video produk dan foto produk yang menarik.

Dalam penyelesaian masalah ini, tim penulis memiliki ide dan strategi yang bisa disebut dengan ekspansi pasar atau biasa disebut perluasan pasar yang memiliki

pengertian yaitu strategi pertumbuhan di mana perusahaan menargetkan produk yang ada ke pasar baru, pengembangan pasar dengan menargetkan pasar geografis baru, segmen demografis atau psikografis baru, atau benar-benar pengguna baru guna meningkatkan penjualan, sehingga dari strategi inilah tim penulis berharap agar produk gula semut yang ada di Desa Cipelah ini bisa terkenal dan dari segi penjualannya pun terus meningkat.

2. Tolak Ukur keberhasilan

Promosi online merupakan kegiatan yang mana dapat membuat seorang pengusaha memajukan program yang dijalani para pengusaha. Suatu peningkatan penjualan dalam suatu bidang usaha umumnya mengarah pada peningkatan pertumbuhan ekonomi. Keberhasilan usaha dapat terlihat pula dari target yang dibuat. Adapun alat ukur keberhasilan dari program kerja yang dilaksanakan dapat terlihat dari marketplace yang dibuat. Dalam marketplace yang dibuat terlihat belum ada perubahan yang signifikan. Pembuatan marketplace sendiri dimaksudkan untuk bisa memperluas pasar yang mana jangkauan pasar bukan hanya terletak di Desa Cipelah saja, melainkan meluas ke berbagai daerah. Indikator dalam suatu produk dikatakan berhasil dapat terlihat dari bagaimana suatu produk dikemas dan dipasarkan. Produk gula semut mampu bersaing dengan produk serupa di pasaran, hal ini dapat terlihat dari kemasan dengan jenis resealable zip lock, higienis dan desain yang cukup menarik. Sehingga, produk yang diproduksi oleh pengrajin di Desa Cipelah ini sendiri mempunyai daya saing di pasaran.

Adapun alat ukur keberhasilan dari program kerja yang dilaksanakan dapat terlihat dari marketplace yang dibuat. Dalam marketplace yang dibuat terlihat belum ada perubahan yang signifikan. Pembuatan marketplace sendiri dimaksudkan untuk bisa memperluas pasar yang mana jangkauan pasar bukan hanya terletak di Desa Cipelah saja, melainkan meluas ke berbagai daerah. Produk gula semut mampu bersaing dengan produk serupa di pasaran, hal ini dapat terlihat dari kemasan dengan

jenis resealable zip lock, higienis dan desain yang cukup menarik. Sehingga, produk yang diproduksi oleh pengrajin di Desa Cipelah ini sendiri mempunyai daya saing di pasaran.

Tolak ukur keberhasilan dapat terlihat dari pendapatan dan perluasan daerah pemasaran. Dilihat dari pembuatan marketplace yang digunakan untuk perluasan daerah pemasaran menjadikan indikator suatu keberhasilan dapat tercapai namun dikarenakan beberapa faktor internal yang telah dijelaskan sebelumnya maka kegiatan ini dapat dikatakan belum mendapatkan hasil yang maksimal. Pendapatan merupakan tolak ukur dari suatu bisnis berjalan dengan baik atau tidak. Hal ini disebabkan karena pendapatan merupakan tujuan utama dari adanya bisnis. Pendapatan dapat pula berupa peningkatan modal, jumlah produksi sehingga tolak ukur keberhasilan dapat terlihat ketika pendapatan usaha naik.

Dalam menerapkan strategi pemasaran untuk produk gula semut di desa Cipelah telah dilaksanakan secara maksimal yaitu dengan memberikan edukasi dan pelatihan kepada para pengrajin gula semut tentang bagaimana cara mengelola marketplace dengan baik dan benar agar produk yang dijual dapat terkenal, target pasar semakin luas, serta meningkatkan laba. Namun, dikarenakan waktu yang begitu singkat, maka tim penulis belum melihat hasil yang signifikan dari penjualan melalui marketplace tersebut, dimana pada dasarnya proses pemasaran sebuah produk itu butuh waktu yang cukup lama agar terlihat laku atau tidaknya karena suatu produk baru itu butuh beradaptasi dengan para pesaingnya dari segi harga dan kualitas yang ditawarkan. Sehingga dengan keadaan begitu, pendapatan bagi pemilik bisnis gula semut ini belum mengalami peningkatan penjualan.

Perluasan pemasaran merupakan salah satu tolak ukur yang sangat penting, perluasan pemasaran termasuk kedalam target dari pelaku usaha agar produk yang ditawarkan dapat dikenal oleh masyarakat luas diluar di Desa Cipelah sendiri. Adapun adanya pembuatan marketplace yang ada membuat Gula Semut dapat dikenal bukan

hanya di lingkungan Desa Cipelah tapi juga masyarakat Indonesia. Dengan adanya foto produk dan juga pengenalan produk melalui video yang dibuat dapat disebarluaskan.

3. Rekomendasi Alternatif

1) Pemberdayaan usaha makanan olahan gula semut

Salah satu permasalahan yang tim penulis dapati didesa cipelah adalah banyak anak-anak yang sudah lulus SD dan tidak ingin melanjutkan sekolahnya sehingga mereka akhirnya tidak memiliki pekerjaan karena tidak mempunyai keahlian. Tim penulis merekomendasikan salah satu strategi agar produksi dan penjualan gula semut terus berputar yaitu dengan memberikan pemberdayaan usaha olahan makanan yang berbahan dasar gula semut kepada para pemuda yang tidak memiliki pekerjaan, sehingga nantinya para pemuda yang belum memiliki pekerjaan dapat mempunyai penghasilan dari usaha makanan tersebut dan para pengerajin gula semut akan selalu memproduksi karena gula semut menjadi bahan dasar dari usaha para pemuda.

2) Kerjasama dengan wisata agar produk dapat terjual

Gula semut merupakan salah satu olahan yang menjadi produk unggulan didesa cipelah dan juga melihat banyaknya sektor wisata disekitar desa cipelah seperti curug tilu dan curug citampur. Maka salah satu strategi pemasaran gula semut yaitu dengan menjalin kerjasama dengan salah satu sector wisata di Desa Cipelah dimana nantinya setiap wisatawan yang datang ke tempat wisata akan membeli tiket masuk yang mana dalam tiket masuk tersebut meliputi biaya pembelian gula semut. Hal ini dapat memberikan efek yang signifikan bagi penjualan gula semut.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Pembuatan marketplace gula semut khas cipelah sebagai usaha mahasiswa dalam mengembangkan usaha didaerah tersebut belum menunjukkan hasil yang signifikan

dikarenakan pengelola yang terlalu banyak, harga yang cukup mahal dan lokasi yang kurang memadai. Adapun rekomendasi alternatif agar usaha di desa cipelah diantaranya pemberdayaan usaha makanan olahan gula semut dan kerjasama dengan wisata agar produk dapat terjual.

2. Saran

Pelaku usaha perlu memelihara marketplace yang telah dibuat dan juga perlu adanya pembaharuan informasi agar marketplace yang telah dibuat tidak hanya memuat informasi informasi lama. Foto produk yang digunakan diharapkan dapat menarik minat pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

Alix, Theresia, 2013. Penggunaan Facebook Sebagai Media Internet Marketing. Jurnal

Andryanto, S. Dian. 2021. Proses Pengolahan Gula Aren, Berbahan Dasar Air Nira dari Pohon Enau. Diakses melalui <https://travel.tempo.co/read/1471972/proses-pengolahan-gula-aren-berbahan-dasar-air-nira-dari-pohon-enu>

Arnida, Eli. 2019. Karakteristik Kristal Gula Semut Pada Berbagai Persentase Pengkristal Gula Kelapa dan Gula Aren Cetak. Sulawesi selatan: Politeknik Pertanian Negeri Pangkep

Fritantus, 2021. Yohanes, dkk. Penguatan Pemerintahan Desa Bijeli Kabupaten Timor Tengah Utara Melalui Kegiatan Praktek Kerja Mahasiswa. 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.

Sugiono 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Alfabeta, Bandung

Yudho, F. H. P., Taufik, M. S. & Rahadian, A. (2021). *Usaha Pengembangan Mutu Produk Kolang-Kaling Khas Desa Cidadap*. *Reswara*, 2(1), 147–154.
<https://doi.org/https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i1.875>