

Peningkatan Pengetahuan dan Pendapatan Pengrajin Gula Kelapa Melalui Pelatihan dan Pemasaran Online

Wulan Fitria Dewi¹, L. Dyah Purwita WSWW²

¹Jurusan Farmasi, Fakultas Farmasi, Universitas Jember, ²Jurusan Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jember

E-mail: wulanfitriadewi26@gmail.com, dyahpw.sastra@unej.ac.id

Abstrak

Desa Rejoagung merupakan salah satu desa di Banyuwangi yang memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan produksi gula kelapa. Pemasaran gula kelapa hanya dijual kepada pengepul di desa tersebut. Sehingga, gula kelapa sering mengalami peningkatan dan penurunan harga yang tidak menentu dikarenakan hanya berpatokan pada harga yang ditentukan oleh pengepul, serta pengrajin gula kelapa sangat minim pengetahuan mengenai cara pemasaran produk. Untuk membantu permasalahan tersebut, mahasiswa Universitas Jember melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan pembuatan produk inovasi gula kelapa dan strategi pemasaran yang dapat diterapkan di masa pandemi COVID-19 yakni strategi digital marketing. Metode yang digunakan adalah metode kelas secara offline, metode pelatihan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran, dan metode pelatihan pembuatan produk inovasi gula kelapa. Dampak yang dirasakan setelah adanya penyuluhan dan pelatihan pembuatan produk inovasi gula kelapa serta strategi digital marketing yaitu pengrajin gula kelapa dapat melakukan pemasaran secara online dan pendapatan pengrajin gula kelapa meningkat dengan adanya penjualan produk inovasi gula kelapa.

Kata kunci: Desa Rejoagung, produk inovasi gula kelapa, penapatan, pelatihan, strategi *digital marketing*

Abstract

Rejoagung Village is one of the villages in Banyuwangi which has great potential in increasing coconut sugar production. Marketing of coconut sugar is only sold to collectors in the village. Thus, coconut sugar often experiences erratic increases and decreases in prices because it is only based on the prices determined by collectors, and coconut sugar craftsmen have very little knowledge about how to market products. To help with these problems, University of Jember students do community service through training on making coconut sugar innovation products and marketing strategies that can be applied during the COVID-19 pandemic, namely digital marketing strategies. The methods used are offline class methods, training methods for using social media as a marketing tool, and training methods for making coconut sugar innovation products. The impact felt after counseling and training on making coconut sugar innovation products as well as digital marketing strategies, namely coconut sugar producers can do online marketing and the income of coconut sugar craftsmen increases with the sale of coconut sugar innovation products.

Keywords: Rejoagung Village, innovation products coconut sugar, income, training, digital marketing strategies

1. PENDAHULUAN

Tanaman kelapa merupakan suatu tanaman yang tumbuh di daerah tropis. Indonesia merupakan negara tropis, dimana tanaman kelapa banyak tumbuh di negara ini. Kelapa (*Cocos nucifera* L.) sebagai salah satu spesies dari genus *Cocos* dibedakan menjadi dua varietas yaitu kelapa Dalam (*Cocos nucifera* L. var *typica*) dan Kelapa Genjah (*Cocos nucifera* L. *nana* Griff) [1]. Selain itu terdapat juga kelapa Semi

Dalam (*Cocos nucifera L. aurantiaca*). Tanaman kelapa merupakan tanaman tahunan, memiliki tekstur batang yang keras, tidak bercabang, serta akarnya serabut. Bagian tanaman kelapa meliputi akar, batang, daun, bunga, dan buah. Tanaman kelapa merupakan tanaman serba guna. Hal ini dikarenakan, semua bagian dari tanaman kelapa dapat digunakan mulai dari batang, daun, dan buahnya. Batang tanaman kelapa dapat digunakan sebagai bahan dasar alat-alat rumah tangga, daun kelapa mulai dari yang muda bahkan tua dapat digunakan sebagai bahan kerajinan, serta buah dan air kelapa yang sangat banyak digunakan sebagai bahan dasar makanan. Tanaman kelapa memiliki banyak manfaat terutama bagi masyarakat di Indonesia. Indonesia merupakan negara agraris yang perekonomiannya didominasi oleh sektor pertanian. Tanaman kelapa merupakan salah satu komoditas pertanian di Indonesia yang cukup besar berperan dalam membangun perekonomian di Indonesia. Tidak hanya di bidang ekonomi, kelapa juga memiliki peran yang sangat strategis dalam memenuhi kebutuhan di bidang sosial dan budaya sehingga dapat disebut sebagai pohon kehidupan (*Tree of Life*)[2].

Kabupaten Banyuwangi di Jawa Timur tepatnya di Desa Rejoagung merupakan salah satu daerah yang megolah komoditas pertanian kelapa. Desa Rejoagung merupakan desa yang terletak di bagian paling utara dari wilayah Kecamatan Srono, Kabupaten Banyuwangi yang mempunyai luas wilayah sekitar 668.883 Ha, dengan tinggi dari permukaan laut 0,210 Meter dan curah hujan 1.066 mm / tahun yang secara garis besar di gunakan untuk pemukiman, pertanian, persawahan, perkebunan serta fasilitas umum lainnya. Bagian kelapa yang diolah di Desa Rejoagung yaitu nira kelapa. Nira kelapa merupakan suatu bagian dari tanaman kelapa yang dapat diolah menjadi gula kelapa. Karakteristik dari nira segar yaitu memiliki nilai pH mendekati pH normal yaitu pH 7. Kandungan gizi di dalam nira kelapa mengandung 16 jenis asam amino dan beberapa jenis vitamin seperti vitamin C, vitamin B kompleks, terutama asam nikotianik. Nira kelapa juga memiliki kandungan karbohidrat dan sebagian besar merupakan sukrosa. .Salah satu kendala yang dihadapi dalam pengolahan nira kelapa adalah mudahnya terjadi kontaminasi oleh ragi liar. Kontaminasi nira kelapa oleh ragi liar yang menghasilkan enzim sukrase atau invertase akan menyebabkan sukrosa terpecah menjadi glukosa dan fruktosa [3]. Nira yang telah rusak tersebut jika dimasak, maka warnanya akan berubah menjadi keruh kekuning-kuningan dan gula yang dihasilkan tidak dapat mengkristal serta mudah menyerap air [3].

Desa Rejoagung merupakan salah satu desa di Banyuwangi yang memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan produksi gula kelapa. Mayoritas masyarakat di Desa Rejoagung bekerja sebagai pengrajin gula kelapa. Hal tersebut banyak dilakukan oleh warga di Desa Rejoagung dikarenakan menurut masyarakat setempat menjadi pengrajin gula kelapa tidak memerlukan Pendidikan dan keahlian khusus. Dimana sebagian besar masyarakat di desa tersebut adalah lulusan dari SMP (Sekolah Menengah Pertama). Produksi gula kelapa yang dilakukan di Desa Rejoagung merupakan industri rumah tangga, sehingga tidak ada suatu industri besar yang menaungi produksi gula kelapa. Proses penjualan gula kelapa hanya dijual kepada pengepul sehingga pengrajin gula kelapa di desa Rejoagung masih minim pengetahuan akan cara pemasaran. Gula kelapa sangat menunjang perekonomian masyarakat miskin di pedesaan khususnya Desa Rejoagung karena memiliki pasaran yang cukup baik tetapi kurangnya kesadaran dari masyarakat akan peluang tersebut [4].

Berdasarkan hasil analisis situasi dan diskusi yang dilakukan bersama mitra di Desa Rejoagung, Kecamatan Srono, banyuwangi didapatkan bahwa kendala-kendala yang dihadapi oleh pengrajin gula kelapa yaitu meliputi jumlah nira kelapa yang diperoleh tidak menentu. Pengrajin gula kelapa tidak hanya mengambil nira kelapa dari pohon kelapa miliknya saja namun berasal dari pohon kelapa milik warga lainnya yang telah disewa. Kendala yang kedua yaitu kualitas nira kelapa yang dipengaruhi oleh cuaca sehingga dapat mempengaruhi gula kelapa yang diproduksi, yaitu warna dan rasa yang dihasilkan akan berbeda jika nira kelapa diambil saat musim pancaroba. Kendala yang ketiga yaitu harga gula kelapa mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak menentu selama pandemi COVID-19. Harga gula kelapa selama pandemi mengalami peningkatan dan penurunan Rp.1.000,00 per kg. Harga awal gula kelapa yaitu Rp.10.000,00 per kg turun menjadi Rp. 9.000,00 per kg. Sehingga, pengrajin gula kelapa mengalami pengurangan pendapatan penjualan gula kelapa. Kendala berikutnya yaitu terbatasnya tempat pemasaran

gula kelapa. Oleh karena itu, berdasarkan hasil analisis situasi dan diskusi dengan mitra maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Perlu peningkatan kualitas mutu nira kelapa
2. Perlu pembuatan inovasi produk gula kelapa dengan tujuan meningkatkan harga jual
3. Pemanduan cara pemasaran berbasis digital
4. Metode peningkatan produk dengan *branding* dan *packaging* produk

Program kerja yang akan dilakukan yaitu melakukan pembuatan gula kelapa namun dengan bentuk yang berbeda dari biasanya. Gula kelapa akan dicetak dengan ukuran yang lebih kecil dimana ukuran tersebut dapat memudahkan untuk dikonsumsi sekali pakai pada minuman atau produk makanan lainnya, tanpa perlu dipotong-potong terlebih dahulu. Setelah itu dilakukan proses *packaging* yang lebih menarik. Dimana gula kelapa di pasaran belum ada *packaging*nya, sehingga dibuat inovasi diberikan *packaging*. Setelah itu, pada *packaging* akan diberikan stiker dan logo yang menarik sehingga dapat menjadi identitas dari gula kelapa ini. Pemasaran yang dilakukan pada program kerja ini tidak hanya dijual pada pengepul, namun akan dipasarkan melalui *digital marketing*. *Online market place* yang akan dipilih yaitu sosial media seperti Instagram, Whatsapp, Tik Tok, dan online shop seperti shopee.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi oleh pengrajin gula kelapa di Desa Rejoagung, Kecamatan Srono, Banyuwangi. Dengan adanya penelitian ini diharapkan usaha gula kelapa selama pandemi COVID-19 dapat tetap bertahan. Dampak yang diharapkan dari program kerja tersebut yaitu meningkatkan nilai jual gula kelapa dimana gula kelapa yang berukuran kecil di pasaran lebih mahal. Pada program kerja yang akan dilakukan juga diberikan *packaging*, *branding*, dan logo. Hal ini dilakukan dengan harapan pengrajin gula kelapa dapat mulai belajar untuk memberikan identitas pada produksi gula kelapa yang dilakukan, sehingga meningkatkan pemasaran produk pada masyarakat luas. Pemasaran yang dilakukan secara digital bertujuan agar produk dapat dipasarkan secara luas, tidak hanya terbatas pada satu tempat saja namun dapat dijangkau oleh konsumen lainnya. Sehingga, gula kelapa ini tidak hanya dinikmati oleh masyarakat di daerah ini namun dapat menjangkau daerah lain di seluruh Indonesia.

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilaksanakan melalui berbagai pelatihan dan pembuatan produk inovasi di Desa Rejoagung, Kecamatan Srono, Kabupaten Banyuwangi selama 1 bulan, mulai dari tanggal 11 Agustus 2021 hingga 9 September 2021. Partisipasi dalam kegiatan pelatihan dan pembuatan produk ini adalah seorang pengrajin gula kelapa yang sudah mendirikan usaha gula kelapa selama 25 tahun. Beberapa metode yang dilakukan dalam proses pelatihan dan pembuatan produk inovasi gula kelapa kepada mitra, sebagai berikut :

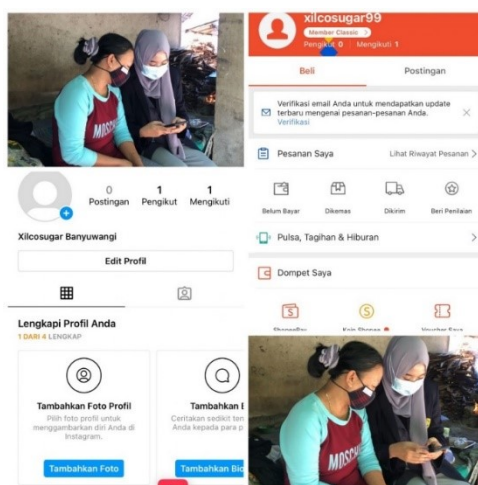
1) Metode Penyuluhan dan Diskusi dengan Kelas Secara Offline

Metode kelas secara offline ini dipilih karena pemilik usaha gula kelapa masih belum begitu memahami mengenai aplikasi zoom. Sehingga, pelaksanaan kelas dilakukan secara offline. Kelas ini dilakukan sebanyak 4 kali tatap muka dengan 4 tema yang berbeda. Pelaksanaan kelas offline ini dimulai tanggal 24 Agustus – 1 September 2021, di kediaman rumah Ibu Saripah salah satu pengrajin gula kelapa. Pada metode kelas secara offline ini, diberikan materi yang mencakup mengenai produk inovasi gula kelapa dan cara pemasaran menggunakan strategi *digital marketing*. Kelas pertama yang dilakukan yaitu dengan tema “Inovasi Bentuk Sediaan Gula Kelapa yang Berpengaruh pada nilai jual gula Kelapa”. Kelas yang diadakan yaitu dengan memberikan materi mengenai gambaran umum pembuatan produk inovasi gula kelapa dan perbedaan pembuatannya dengan gula kelapa biasa. Kelas kedua yang dilakukan dengan mengusung tema “Pelatihan Pembuatan Gula Kelapa dalam Bentuk yang lebih Praktis dan Efisien”. Pada kelas ini diberikan penjelasan kepada mitra mengenai cara pembuatan produk inovasi gula kelapa dan tujuan yang diharapkan adanya produk inovasi. Kemudian dilakukan kelas ketiga dengan tema “Sosialisasi Pentingnya Strategi pemasaran yang Tepat di Masa

Pandemi”. Kelas yang diadakan menjelaskan kepada mitra mengenai bagaimana cara strategi pemasaran yang sesuai di masa pandemi seperti ini. Kelas Terakhir yang dilakukan yaitu dengan tema “Pelatihan Digital Marketing Untuk Memperluas Jangkauan Pasar Produk Gula Merah di Masa Pandemi”. Kelas ini memberikan penjelasan kepada mitra mengenai cara penggunaan media online dan online shop yang ada sebagai sarana pemasaran gula kelapa. Sehingga, dapat memperluas jangkauan pasar dari gula kelapa. Kelas offline dipromosikan menggunakan poster sehingga lebih menarik mitra untuk mengikuti kelas yang akan diadakan.

2) Metode Pelatihan Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran

Pelatihan ini diadakan pada tanggal 2 September 2021 di kediaman Ibu Saripah salah satu pengrajin gula kelapa. Pada metode ini, pemilik usaha gula kelapa diberikan pelatihan mengenai cara penggunaan media online seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, dan online shop seperti Shopee dengan tujuan sebagai sarana pemasaran produk gula kelapa. Mitra diberikan penjelasan mengenai cara pembuatan akun di media sosial dan online shop, cara promosi produk di media sosial, dan cara menjalankan akun bisnis pada online shop. Serta mitra dibuatkan media sosial dan online shop untuk keperluan promosi produk inovasi gula kelapa.



Gambar 1. Pelatihan pembuatan akun media sosial sebagai sarana pemasaran produk

3) Metode Pelatihan Pembuatan Produk Inovasi Gula Kelapa

Metode ini dilakukan dengan memberikan penjelasan dan pengarahan kepada pemilik usaha gula kelapa mengenai cara membuat produk inovasi gula kelapa. Pelatihan ini dilakukan pada akhir Agustus hingga awal September di kediaman Ibu Saripah, salah satu seorang pengrajin gula kelapa. Produk inovasi yang dibuat yaitu dengan memodifikasi bentuk gula kelapa pada umumnya. Modifikasi bentuk yang dilakukan yaitu dengan mencetak gula kelapa menjadi ukuran yang lebih kecil dari bentuk gula kelapa pada umumnya. Bentuk yang lebih kecil tersebut dinilai lebih praktis dan efisien sehingga memudahkan dalam proses mengkonsumsi gula kelapa. Alat dan bahan yang dibutuhkan yaitu kuali besar, alat penyaring, pengaduk kayu, spatula, cetakan yang berasal dari bambu, nira kelapa, kelapa parut, dan *sodium metabisulphite*. Tempat pembuatan produk inovasi gula kelapa dilakukan di kediaman Ibu Saripah pemilik usaha gula kelapa di Desa Rejoagung, Kecamatan Srono, Banyuwangi. Metode yang digunakan dari kegiatan pelatihan pembuatan produk inovasi gula kelapa yaitu : 1) Pengamatan di lokasi pembuatan gula kelapa mengenai cara pembuatan gula kelapa ; 2) Sosialisasi mengenai cara pembuatan produk inovasi gula kelapa ; 3) Pelaksanaan pembuatan produk inovasi gula kelapa dengan bentuk yang lebih praktis ; 4) Pendampingan membuat produk inovasi gula kelapa ; 6) Pelatihan pembuatan stiker produk sebagai metode

branding produk, dan *packaging* produk ; 7) Pemecahan masalah yang dihadapi serta monitor mengenai perkembangan hasil pada setiap kegiatan yang dilakukan ; 8) Refleksi dengan melihat dampak, umpan balik, pengaruh, serta hasil dari setiap kegiatan. Sedangkan tata cara pembuatan produk inovasi gula kelapa sebagai berikut :

1. Proses penyadapan nira kelapa. Proses ini dilakukan setiap pagi dan sore hari. Dilakukan pada pagi dan sore hari dikarenakan nira kelapa memiliki kualitas yang baik saat di pagi dan sore hari.
2. Penampungan nira kelapa dengan menggunakan djirigen. Pada proses penampungan ini ditambahkan kapur agar nira kelapa berwarna jernih
3. Penyaringan nira kelapa. Proses ini memiliki tujuan yaitu memisahkan nira kelapa dari kotoran yang masuk ke dalam nira
4. Proses pemasakan nira kelapa. Pada prses pemasakan ini nira kelapa dimasak selama 2-3 jam. Nira kelapa dimasak hingga berubah menjadi kental dan kecoklatan. Saat nira kelapa mulai mengental, maka harus diaduk secara konsisten agar tidak gosong.



Gambar 2. Proses pemasakan nira kelapa

5. Proses pengeringan nira kelapa. Proses ini dilakukan dengan cara mengambil sedikit adonan kemudian digesek-gesekkan ke pinggir wajan. Proses ini dilakukan secara berkala sedikit demi sedikit sampai semua bagian adonan mengalami pengeringan secara sempurna. Proses pengeringan ini dilakukan dengan tujuan agar saat dicetak adonan dapat membeku.



Gambar 3. Proses pengeringan adonan nira kelapa

6. Proses pencetakan. Nira kelapa yang telah mengalami tahap pengeringan maka selanjutnya dapat langsung dicetak pada wadah yang telah ditentukan sebelumnya. Pada pencetakan produk inovasi gula kelapa, digunakan cetakan yang dibuat dari bambu dengan diameter berkisar 1 cm.



Gambar 4. Proses pencetakan produk inovasi gula kelapa

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

- 1) Penyuluhan dan diskusi terkait pembuatan produk inovasi gula kelapa dan sosialisasi strategi pemasaran menggunakan *digital marketing*

Kegiatan ini diawali dengan menggali informasi mengenai cara pembuatan kelapa yang mencakup alat, bahan, dan cara menghindari kegagalan dalam pembuatan gula kelapa. Setelah dilakukan beberapa kali survey mengenai cara pembuatan gula kelapa, dilakukan sosialisasi berupa penyuluhan dan diskusi kepada mitra terkait pembuatan produk inovasi gula kelapa. Penyuluhan yang dilakukan dirangkai menjadi 4 kelas penyuluhan dengan tiap kelas mencakup tema yang berbeda-beda. Kelas pertama yang dilakukan yaitu dengan mengambil tema “Inovasi Bentuk Sediaan Gula Kelapa yang Berpengaruh pada nilai jual gula Kelapa”. Pada kelas ini diberikan materi mengenai gambaran umum pembuatan produk inovasi gula kelapa dan perbedaan pembuatannya dengan gula kelapa biasa. Mitra diberikan penyuluhan mengenai keuntungan yang didapatkan dari pembuatan produk inovasi gula kelapa. Dampak yang dirasakan oleh yaitu wawasan mitra bertambah mengenai bentuk produk gula kelapa yang lebih luas, tidak hanya mengetahui bentuk gula kelapa di pasaran, namun, mitra mulai berpikir kreatif mengenai bentuk gula kelapa yang dapat dikembangkan.

Kelas kedua yang dilakukan dengan mengusung tema “Pelatihan Pembuatan Gula Kelapa dalam Bentuk yang lebih Praktis dan Efisien”. Kelas ini memberikan penjelasan kepada mitra mengenai cara pembuatan produk inovasi gula kelapa dan tujuan yang diharapkan adanya produk inovasi. Pada kelas ini mitra diberikan pengarahan mengenai proses pembuatan produk inovasi gula kelapa. Produk inovasi gula kelapa yang dipilih yaitu memodifikasi bentuk gula kelapa menjadi bentuk yang lebih praktis dan efisien. Gula kelapa yang dibuat hanya berdiameter sekitar 1 cm. ukuran yang kecil ini memudahkan konsumen untuk mengkonsumsi gula kelapa tanpa perlu dipotong terlebih dahulu. Dampak yang dirasakan oleh mitra yaitu mitra dapat memahami gambaran mengenai produk inovasi gula kelapa yang akan dibuat.

Kelas ketiga yang dilakukan yaitu dengan tema “Sosialisasi Pentingnya Strategi pemasaran yang Tepat di Masa Pandemi”. Kelas yang diadakan menjelaskan kepada mitra mengenai bagaimana cara strategi pemasaran yang sesuai di masa pandemi seperti ini. Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu [5]. Pemilihan strategi pemasaran dinilai penting karena suatu produk tidak dapat dijual tanpa adanya pemasaran. Di masa pandemi COVID-19 diperlukan strategi pemasaran kreatif karena di masa ini banyak produk yang mengalami penurunan nilai jual. Sehingga, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk mempertahankan harga pasar dari gula kelapa yang sering mengalami kenaikan dan penurunan harga jual. Dampak yang dirasakan oleh mitra yaitu mitra mulai memahami mekanisme strategi pemasaran suatu produk serta langkah-langkah yang harus dilakukan untuk melakukan pemasaran.

Kelas keempat yang dilakukan yaitu dengan tema “Pelatihan Digital Marketing Untuk Memperluas Jangkauan Pasar Produk Gula Merah di Masa Pandemi”. Kelas ini memberikan penjelasan kepada mitra mengenai cara penggunaan media online dan online shop yang ada sebagai

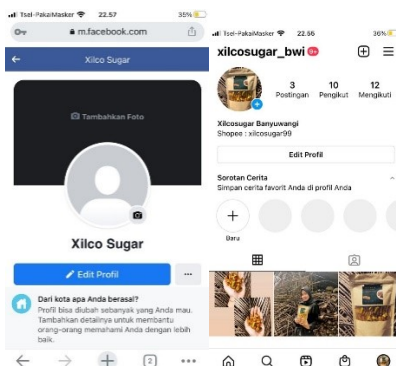
sarana pemasaran gula kelapa. Sehingga, dapat memperluas jangkauan pasar dari gula kelapa. Dampak yang dirasakan yaitu mitra mulai berpikir untuk memasarkan produk secara online. Serta memilih media sosial yang akan digunakan untuk memasarkan produk gula kelapa.

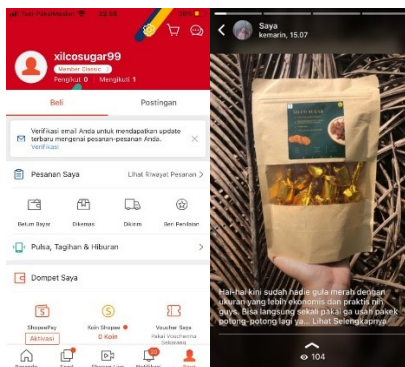


Gambar 5. Dokumentasi 4 kelas KKN yang dilakukan bersama mitra

2) Pelatihan Penggunaan Media Sosial sebagai sarana Pemasaran Produk Inovasi Gula Kelapa

Tahap awal yang dilakukan yaitu dengan melakukan wawancara kepada mitra terkait media sosial yang pernah dipakai untuk pemasaran produk. Didapatkan hasil bahwa mitra belum pernah melakukan pemasaran produk secara online. Selama ini mitra memasarkan produk hanya dengan menjual gula kelapa kepada pengepul gula kelapa yang ada di desa tersebut. Setelah diketahui terkait informasi mengenai pemahaman mitra tentang media sosial, maka dilakukan pelatihan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk inovasi gula kelapa. Media sosial yang dipilih yaitu Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Shopee. Mitra diajarkan memposting gambar produk di status Whatsapp, Instagram, dan facebook. Serta diberikan pengarahan cara menggunakan shopee sebagai layanan menjual produk inovasi gula kelapa. Mitra juga diberikan pengarahan mengenai system pembayaran jual beli secara online. Hal ini dilakukan agar mitra terhindar dari penipuan. Dampak yang dirasakan yaitu mitra tidak perlu kesusahan dalam memasarkan produk secara berkeliling karena media online membantu mengenalkan produk inovasi gula kelapa kepada masyarakat luas.





Gambar 6. Media sosial yang digunakan untuk pemasaran produk inovasi gula kelapa (Whatsapp, Facebook, Shopee, Instagram)

Pelatihan yang dilakukan berikutnya yaitu pelatihan mendesain stiker produk dan pembuatan *branding* serta *packaging* produk inovasi gula kelapa. Proses mendesain stiker menggunakan Canva karena mengedit menggunakan Canva dinilai mudah sehingga tidak menyulitkan mitra dalam proses mengedit stiker. Setelah itu, dilakukan proses branding produk dengan memberikan identitas pada produk sehingga dapat dengan mudah dikenalkan kepada masyarakat. Pemilihan nama produk menjadi hal yang penting dalam proses pemasaran produk. Nama produk yang dipilih yaitu “Xilco Sugar”. Nama ini dipilih karena berasal dari kata “Xil” atau “Silver” dengan maksud bahwa suatu hal sebelum menjadi emas maka harus menjadi silver terlebih dahulu. Kemudian kata “Co” atau “CoCo” atau “Coconut” yang dalam bahasa Inggris artinya kelapa. Serta “Sugar” yang dalam Bahasa Inggris artinya gula. Pada proses packaging diberikan pengarahn mengenai pemilihan kemasan yang sesuai untuk produk inovasi gula kelapa, yaitu kemasan dengan bahan tebuat dari kertas dan plastik sehingga melindungi produk dari suhu ruang dan serangga. Serta kemasan yang dipilih harus memiliki nilai estetika agar pemasaran produk dapat menarik konsumen. Kemasan yang dipilih yaitu kertas emas untuk makanan, gula kelapa dibungkus oleh kertas tersebut kemudian dimasukkan kedalam *pouch*. *Pouch* berbahan kertas dan terdapat *ziplock* agar produk aman saat dipasarkan.



Gambar 7. Model stiker yang dibuat menggunakan Canva

3) Pelatihan dan Pemasaran Produk Inovasi Gula Kelapa Serta Perolehan Pendapatan Pengrajin Gula Kelapa

Proses pembuatan produk inovasi gula kelapa dilakukan seperti pembuatan gula kelapa pada umumnya. Tahap pertama yang dilakukan yaitu proses penyadapan nira kelapa. Nira kelapa disadap pada pagi dan sore hari dikarenakan kualitas nira kelapa yang baik saat disadap di pagi dan sore hari. Kemudian nira kelapa ditampung di dalam djirigen yang diberikan kapur. Hal ini bertujuan agar nira kelapa yang dihasilkan berwarna jernih. Sebelum dimasukkan nira kelapa kedalam kualii dilakukan penyaringan nira kelapa, agar kotoran yang ada di dalam nira kelapa tidak ikut dimasak bersama nira kelapa. Proses pemasakan nira kelapa berlangsung sekitar 2-3 jam hingga teksturnya berubah menjadi kental dan warnanya menjadi kecokelatan. adonan nira kelapa yang telah matang kemudian diangkat dari tungku dan akan memasuki tahap pengeringan. Tahap pengeringan ini bertujuan agar nira kelapa saat dicetak dapat membeku. Jika tidak dilakukan pengeringan maka nira kelapa saat dicetak akan tetap menjadi cair. Setelah dikerengi, maka adonan nira kelapa dicetak kedalam cetakan bambu dengan diameter 1 cm. nira kelapa dicetak dengan ukuran yang kecil dikarenakan gula kelapa dengan ukuran kecil memiliki daya jual yang lebih tinggi dibandingkan gula kelapa yang berukuran besar. Setelah kering, maka produk inovasi gula kelapa dibungkus dengan kertas emas dan kemudian dimasukkan kedalam *pouch* yang penutupnya berbentuk *ziplock*. Kemasan *pouch* yang dipilih terdapat 2 ukuran yaitu medium dan besar. Untuk ukuran medium berisi 13 gula kelapa sedangkan, untuk ukuran besar berisi 20 gula kelapa



Gambar 10. Produk Inovasi Gula Kelapa yang Telah Dikemas

Proses pemasaran yang dilakukan yaitu secara offline dan online. Secara offline pemasaran produk ditawarkan secara keliling kepada masyarakat. Sedangkan, secara online foto produk diposting melalui media sosial Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Shopee. Pemasaran yang dilakukan melalui 2 media diharapkan mampu meningkatkan penjualan dari produk inovasi gula kelapa. Pemasaran produk inovasi gula kelapa dilakukan selama 1 minggu yaitu mulai dari tanggal 3 – 9 September 2021. Harga gula kelapa biasa per kilogram yaitu Rp. 9.000,00. Sedangkan, harga produk inovasi gula kelapa untuk ukuran medium yaitu Rp. 8000,00 dan ukuran besar Rp. 13.000,00. Setiap hari pengrajin gula kelapa menghasilkan 25 kg gula kelapa dan dijual kepada pengepul. Produk inovasi gula kelapa memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan harga gula kelapa biasanya. Pendapatan yang didapatkan oleh pengrajin gula kelapa mengalami kenaikan karena adanya produk inovasi gula kelapa ini. Berikut hasil pendapatan yang diperoleh pengrajin gula kelapa.

Tabel 1. Hasil Pendapatan Pengrajin Gula Kelapa Selama 1 Minggu

Hari/ Tanggal	Jumlah Pendapatan		Hasil
	Produk Gula Kelapa Biasa	Produk Inovasi Gula Kelapa	
Jumat, 3 September 2021	25 kg x Rp. 9.000 = Rp 225.000	1 ukuran besar + 1 ukuran medium = Rp. 13.000 + Rp. 8.000 = Rp. 21.000	Rp. 246.000
Sabtu, 4	25 kg x Rp. 9.000 =	1 ukuran besar = Rp. 13.000	Rp. 238.000

September 2021	Rp 225.000		
Minggu, 5 September 2021	25 kg x Rp. 9.000 = Rp 225.000	1 ukuran besar = Rp. 13.000	Rp. 238.000
Senin, 6 September 2021	25 kg x Rp. 9.000 = Rp 225.000	2 ukuran besar = Rp. 26.000	Rp. 251.000
Selasa, 7 September 2021	25 kg x Rp. 9.000 = Rp 225.000	2 ukuran kecil = Rp. 16.000	Rp. 241.000
Rabu, 8 September 2021	25 kg x Rp. 9.000 = Rp 225.000	1 ukuran kecil = Rp. 8.000	Rp.233.000
Kamis, 9 September 2021	25 kg x Rp. 9.000 = Rp 225.000	1 ukuran besar = Rp. 13.000	Rp. 238.000
Jumlah total	Rp. 1.575.000,00		Rp. 1.685.000,00

Berdasarkan tabel hasil pendapatan yang diperoleh pengrajin gula kelapa terdapat perbedaan hasil pendapatan penjualan gula kelapa dibandingkan penjualan gula kelapa ditambah penjualan produk inovasi gula kelapa. Pendapatan penjualan gula kelapa selama 1 minggu yaitu sebesar Rp. 1.575.000,00. Sedangkan pendapatan penjualan gula kelapa dan produk inovasi gula kelapa yaitu Rp. 1.685.000,00. Selisih pendapatan gula kelapa yaitu sebesar Rp.110.000,00. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya produk inovasi gula kelapa ini memberikan peningkatan pendapatan pengrajin gula kelapa. Pendapatn pengrajin gula kelapa yang mengalami penurunan akibat harga gula kelapa yang tidak menentu selama pandemi COVID-19, dapat meningkat dengan adanya penjualan produk inovasi gula kelapa.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa memberikan pengaruh terhadap peningkatan minat, motivasi, inovasi, dan kreativitas penngrajin gula kelapa untuk membuat suatu produk inovasi gula kelapa. Penyuluhan dan pelatihan mengenai cara pembuatan produk inovasi gula kelapa, proses branding dan packaging produk, serta strategi pemasaran berbasis digital dapat memberikan pengetahuan kepada pengrajin gula kelapa mengenai pemasaran produk yang dilakukan di era digital. Sehingga, usaha gula kelapa dapat tetap bertahan di masa pandemi COVID-19. Pengrajin gula kelapa merasa antusias dengan dikenalnya produk inovasi gula kelapa yang dapat meningkatkan pendapatan pengrajin gula kelapa. Pendapatan pengrajin gula kelapa dari hasil penjualan gula kelapa biasa selama seminggu yaitu Rp.1.575.000,00. Sedangkan, pendapatan pengrajin gula kelapa dari penjualan gula kelapa biasa dan produk inovasi gula kelapa yaitu Rp. 1. 685.000,00. Hal ini menunjukkan bahwa adanya produk inovasi gula kelapa dapat meningkatkan pendapatan dari pengrajin gula kelapa. Penjualan produk inovasi secara berkelanjutan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang produk inovasi gula kelapa ini. Dampak yang diharapkan yaitu penghasilan pengrajin gula kelapa dapat terus meningkat di masa pandemi ini serta produk dapat dikenal secara luas di seluruh Indonesia.

Perlu pendampingan lebih lanjut terkait keberlanjutan pemasaran produk inovasi gula kelapa. Hal ini diharapkan agar produk inovasi gula kelapa dapat dikenal oleh masyarakat luas, sehingga pemasaran produk dapat meningkat serta pendapatan dari pengrajin gula kelapa dapat mengalami peningkatan.

Peningkatan pendapatan yang diharapkan dapat membangun perkenomian yang lebih baik lagi di Desa Rejoagung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih disampaikan atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini kepada : Universitas Jember yang telah memberikan kesempatan untuk menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. LP2M Universitas jember yang telah memberikan wadah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan kegiatan yang disebut KKN Back To Village 3 Universitas Jember 2021. Dosen pendamping lapang yaitu Ibu L. Dyah Purwita WSWW, S.S., MA yang senantiasa memberikan bimbingan kepada mahasiswa selama 1 bulan kegiatan KKN. Kepala desa dan perangkat desa Rejoagung, Kecamatan Srono, Banyuwangi yang telah memberikan izin kpada mahasiswa untuk melakukan KKN di desa tersebut. Mitra usaha gula kelapa yaitu Ibu saripah yang telah memberikan izin untuk meliput, observasi, dan mendukung program kerja yang diadakan oleh mahasiswa Universitas Jember selama 1 bulan. Serta seluruh warga desa Rejoagung yang telah mengapresiasi dengan adanya produk inovasi gula kelapa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Gunawati, E. Kriwiyanti, and M. Joni, “KARAKTERISTIK DAN ANALISIS KEKERABATAN RAGAM KELAPA (*Cocos nucifera* L.) DI KABUPATEN MANGGARAI BARAT BERDASARKAN KARAKTER MORFOLOGI DAN ANATOMI,” *Simbiosis*, no. 1, p. 20, 2018.
- [2] I. S. Padang, A. Irmadamayanti, and E. Dan, “Kata Kunci: Kelapa Dalam, Pertumbuhan, Bibit, Pupuk Cair,” vol. 2, no. 2015, 2020.
- [3] F. Pratama, W. H. Susanto, and I. Purwantiningrum, “Pembuatan gula kelapa dari nira terfermentasi alami (kajian pengaruh konsentrasi anti inversi dan natrium metabisulfit),” *J. Pangan dan Agroindustri*, vol. 3, no. 4, pp. 1272–1282, 2015.
- [4] E. Kartika, A. Suharsono, and H. Makmur, “Alternatif Program untuk Peningkatan Pendapatan Masyarakat Pengrajin Gula Kelapa (Studi Kasus di Desa Rejoagung Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi),” *Artik. Ilm.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–6, 2013.
- [5] D. H. Wibowo, Z. Arifin, and Sunarti, “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo),” *J. Adm. Bisnis*, vol. 29, no. 1, pp. 59–66, 2015.