

## **Peningkatan Pemasaran Produk Gula Merah di Desa Pegajahan melalui Digital Marketing**

**Haryati Ahda Nasution<sup>1\*</sup>, Rizka Fitri Silalahi<sup>2</sup>, Karismawati<sup>2</sup>, Mega Yuliana Lubis<sup>3</sup>,  
Fauza Fithri<sup>3</sup>, Nur Fadilla Ananda Putri<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> FKIP, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan, Sumatera Utara

<sup>2</sup> Fakultas Farmasi, Universitas Muslim Nusantara AL Washliyah, Medan, Sumatera Utara

<sup>3</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan, Sumatera Utara

\*email: [haryatihda@umnaw.ac.id](mailto:haryatihda@umnaw.ac.id)

### **Abstrak**

Teknologi berkembang setiap tahunnya dan dimanfaatkan dengan berbagai kegunaan, termasuk oleh pelaku UMKM. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan pemasaran produk gula merah di Desa Pegajahan dengan memanfaatkan teknologi *digital marketing*. Penggunaan digital marketing bertujuan meningkatkan penjualan dan memperluas konsumen baru untuk produk komersial. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah sosialisasi dan pendampingan. Hasil pengabdian diketahui bahwa digital marketing memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi para pelaku UMKM serta pengolahan gula merah menjadi jamu herbal dapat meningkatkan pemanfaatan hasil produksi UMKM yaitu gula merah.

**Kata kunci:** digital marketing, gula merah

### **Abstract**

*Technology develops every year and is used for various purposes, including by MSMEs. The aim of this service is to increase the marketing of brown sugar products in Pegajahan Village by utilizing digital marketing technology. The use of digital marketing aims to increase sales and expand new consumers for commercial products. The methods used in this service are socialization and mentoring. The results of the service show that digital marketing makes it easy for MSMEs to provide information and interact directly with consumers, expand market share, increase awareness and increase sales for MSMEs and processing brown sugar into herbal medicine can increase the utilization of MSMEs' production, namely brown sugar.*

**Keywords:** digital marketing, brown sugar

Submit: November 2023

Diterima: November 2023

Terbit: Desember 2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

## **Pendahuluan**

Kemajuan teknologi menawarkan peluang bagi para pelaku bisnis untuk mengevaluasi data dan menggunakan informasi tersebut untuk meningkatkan produktivitas mereka. Penggunaan praktis berbagai alat online bagi pelaku bisnis mengarah pada peluang baru. Bisnis menggunakan internet sebagai alat pemasaran untuk kesuksesan finansial dan untuk membantu mendorong komunikasi dengan visibilitas dan saluran penjualan online dan iklan media sosial menjadi cara yang ampuh untuk menjangkau berbagai pasar untuk ekspansi bisnis (1).

Menurut Smith et al. (2) sebanyak 69% konsumen menggunakan internet dan media sosial untuk berbagi informasi tentang produk dan layanan, yang menghadirkan peluang bagi pelaku bisnis untuk melakukan pemasaran online secara masif dalam rangka menjangkau dan terhubung dengan mereka. Pengguna internet di Indonesia per Juni 2022 mencapai 210 juta, yang memosisikan Indonesia berada di peringkat keempat pengguna internet terbesar di dunia. Kesuksesan pemasaran online membutuhkan sumber daya untuk membuat konten dan membangun pengikut yang berkualitas.

Di saat ekonomi global dan ekonomi Indonesia mengalami resesi, UMKM tidak terlalu terpengaruh oleh pelemahan ekonomi, bahkan sebagian besar UMKM masih mampu mengembangkan bisnisnya untuk mendukung perekonomian negara. Pelaku UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pelaku UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara, selain ditunjang oleh industri skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompok-kelompok industri skala kecil (3).

Akhir-akhir ini, konsumen semakin berhati-hati dalam menggunakan barang dan jasa, dan kepercayaan terhadap barang dan jasa yang dijual oleh agen komersial juga menurun. Selain itu, pembatasan konsumen terhadap pembelian langsung berdampak pada berkurangnya jumlah pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu meningkatkan kualitas produknya agar dapat

meningkatkan kepercayaan konsumen dan mengkomunikasikan secara luas tentang kualitas produk tersebut (4) UMKM diharapkan mampu beradaptasi dengan kebutuhan digitalisasi. Dalam dunia bisnis, penggunaan internet sangatlah penting, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa dalam perkembangan bisnis harus sepenuhnya mengandalkan internet (5). Salah satu UMKM terbesar yang ada di Desa Pegajahan yaitu UMKM gula merah. Yang mana gula merah sendiri memiliki manfaat yang sangat baik bagi kesehatan dan akan lebih praktis jika diolah menjadi obat tradisional (6).

Desa pegajahan merupakan desa di Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai dengan jumlah penduduk yang cukup banyak dan daerah yang cukup luas. Desa Pegajahan mempunyai jumlah penduduk di Desa Pegajahan sesuai dengan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Serdang Bedagai tahun 2023 adalah +/-4366 jiwa. Tingginya angka jumlah penduduk dengan daerah yang luas tersebut tidak sebanding dengan ketidakadaannya sarana kesehatan, sehingga informasi tentang kesehatan, obat, dan pengobatan yang diperoleh masyarakat sangat terbatas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, perlu dilakukan sosialisasi pemanfaatan digital marketing serta memberikan informasi kepada masyarakat terkait pemanfaat gula merah sebagai obat tradisional guna meningkatkan pemberdayaan masyarakat mengenai pengembangan UMKM baik dari segi pemasaran maupun pemanfaat gula merah itu sendiri.

## **Metode Pelaksanaan**

Metode yang digunakan untuk sosialisasi kepada masyarakat Desa Pengajahan Dusun Perjuangan melalui tahapan sebagai berikut:

### **Tahapan survei lapangan**

Di dalam tahapan ini yang dimana mencakup kegiatan wawancara kepada pelaku UMKM dan diskusi secara mendalam dengan mitra tersebut. Yang bertujuan untuk mendalami permasalahan apa yang terjadi oleh mitra tersebut serta guna memberikan solusi atau sebuah gambaran untuk terkait masalah tersebut. Tahap

survei ini dilaksanakan pada tanggal 15 Juli 2023 dengan mendatangi tempat UMKM Gula Merah Putri Muda Dusun perjuangan Desa pengajahan.

### **Tahapan sosialisasi**

Dalam tahapan ini kami dari tim yang bertujuan untuk memberikan materi tentang cara menggunakan digital marketing kepada kepala usaha yang dimana termasuk pemilik gula merah dari nira sawit ini yang bernama Bapak Edi yang masih belum mahir dalam menggunakan digital dan juga bagaimana meningkatkan pemanfaatan dari gula merah itu sendiri, dimana kegiatan ini di laksanakan di kantor Desa Pegajahan.

### **Tahapan pendampingan**

Di dalam tahapan ini masyarakat yang dimana akan diajarkan menggunakan digital marketing dengan baik dan benar yang dimana membuat akun sosial media yaitu Tiktok, Facebook, Instagram, Twitter, Shopee dan Tokopedia dan cara mengolah gula merah menjadi jamu herbal.

### **Tahapan evaluasi**

Fase pemeliharaan dan evaluasi. Secara bertahap pemeliharaan akan dilakukan lagi dengan pengaturan yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM tersebut. Panggung ini juga sebagai tempat penyimpanan atau tempat para pembuatnya menilai kembali hasil kontribusi yang diperoleh dari kedua mitra serta pihak eksternal yang terlibat dalam tujuan tersebut agar tercapai hasil yang sesuai.

### **Hasil Dan Pembahasan**

Desa Pegajahan mempunyai jenis UMKM yang berbeda-beda, salah satu UMKM yang terbesar di desa ini adalah gula merah. Nira kelapa sawit adalah bahan baku pembuatan gula merah kelapa sawit di Desa Pengajahan Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Para pemilik UMKM juga telah mewariskan ilmu pengetahuan dari generasi ke generasi tentang pengolahan gula merah. Pemilik UMKM juga beranggapan bahwa kebiasaan sejak kecil dalam bergelut di bidang produksi gula merah tersebut menjadi suatu ketertarikan sendiri. Dari hal segi ketertarikan tersebut sehingga timbul rasa tidak puas dalam segi pengetahuan dan lain- lain yang membuat usaha gula merah tersebut menjadi lebih berkembang

sekarang. Pemilik UMKM juga telah menanamkan ilmu turun menurun dalam segi pengolahan gula merah. Hal tersebut dilakukan juga dikarenakan agar jika mereka meneruskan ataupun membuka sendiri pada masa yang akan datang juga akan mengetahui tatacaranya.

Perkembangan UMKM gula merah di desa Pegajahan tidak lepas dari peran pekerja atau buruh dalam produksi. Sesuai dengan karakteristik UMKM menurut Bank Dunia, UMKM dibedakan menjadi 3 jenis: Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang), Usaha kecil (jumlah pekerja sampai dengan 30 orang) dan usaha menengah (jumlah pekerja sampai dengan 300 orang), usaha produksi gula merah yang dikelola oleh masyarakat Desa Pegajahan termasuk dalam kategori usaha mikro. Penemuan berikutnya menjadi batu sandungan dihadapi oleh produsen gula merah di Desa Pegajahan. Segala sesuatu yang dengan permodalan mempunyai dampak yang besar kelangsungan suatu bisnis. Dalam menjalankan usahanya, para pemilik UMKM gula merah terkendala keterbatasan modal. Memang pemilik UMKM memiliki lebih banyak konsumen dibandingkan hasil produksinya. Rata-rata pemilik UMKM menginginkan mesin dalam jumlah tertentu.

### **Survei Lapangan**

Edi Sulistianoro, pemilik usaha gula merah yang berasal dari nira sawit, yang dimana lokasi tersebut dikelilingi oleh perkebunan kelapa sawit milik PTPN II dan beliau mengatakan, selama tiga tahun menjalankan usahanya, pelanggannya hanya para agen yang rutin berkunjung ke rumahnya. Hal ini menunjukkan bahwa sangat sedikit jalur perdagangan yang hanya mengandalkan pengepul saja. Setelah dilakukan survei atau wawancara terhadap pelaku UMKM di dapatkan bahwa dalam sehari mereka memproduksi kurang dari 1 (ton) gula merah dengan tujuh pekerja. Yang mana hasil produksi ini tergolong sangat banyak, dan akan lebih baik lagi jika bisa di tingkatkan pemanfaatan dari gula merah itu sendiri sebagai jamu herbal yang baik untuk kesehatan.

### **Sosialisasi**

Setelah selesai dari observasi yang dapat kami amati yang dimana hanya pengandalakan agen saja yang datang. Produksi besar untuk dapat memproduksi dalam jumlah besar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini terhambat oleh

kurangnya modal untuk mencapai hal tersebut. Kurangnya minat bekerja di UMKM gula Merah di desa Pegajahan, sehingga sedikit sulit dalam mencari tenaga kerja dalam UMKM gula merah tersebut. Dalam bekerja juga terdapat ketidaksiplinan pekerja yang dapat mengganggu hasil produksi. Maka dari itu dibutuhkan sosialisasi sebagai sarana pengenalan baik dari segi SOP Standart operating procedur atau standar operasional prosedur sampai ke pemasaran melalui digital marketing dengan judul "Sosialisasi Marketing Digital Bagi Pelaku UMKM di Desa Pengajahan Dusun Perjuangan" yang bertempat di tempat UMKM gula merah Putri Muda.



**Gambar 1.** Sosialisasi tentang pemanfaatan digital marketing

Sasaran sosialisasi ini adalah para pelaku UMKM Desa Pengajahan dusun Perjuangan, Kabupaten Sergai Bedagai. Pemilihan target tersebut karena di desa tersebut terdapat pertokoan dan belum pernah dikunjungi untuk memperkenalkan teknologi pemasaran digital untuk bisnis berlari, yang dimana UMKM tersebut memiliki hasil penjualan yang bagus dan dilakukan secara offline dari mulut ke mulut. maka perlu untuk dilakukannya kegiatan sosialisasi yang bertempat di kantor Kepala Desa bersama masyarakat setempat. Pemasaran digital adalah upaya pemasaran perangkat elektronik berbasis internet. Pemasaran ini dilakukan dengan berbagai cara dan media digital sebagai ruang bagi penjual dan pembeli. Konsumen berkomunikasi secara online, narasumber juga menjelaskan bahwa digital dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat, yaitu dengan digital marketing, yaitu search engine marketing, website, content video, social media marketing, e-commerce, dan influencer marketing (7).

Inti dari presentasi dokumenter ini adalah sumber dikutip dan dijelaskan bagaimana atau langkah-langkah yang harus diikuti untuk memulai pemasaran digital.

Agar pelaku UMKM tersebut dapat memasuki era digital sekarang ini. Beberapa langkah yang mungkin dilaksanakan oleh para pelaku UMKM untuk dapat menentukan target pasar dan mengenali produk, lokasi, dan pemilihan chanel digital marketing yang cocok, selain mengetahui cara memulai pemasaran digital.(7)

Narasumber juga memberikan beberapa saran menggunakan media sosial untuk digital pemasaran. Beberapa tips tersebut, yaitu:

1. menggunakan gambar yang indah dan menarik untuk produk (8).
2. membuat bungkus produk menjadi lebih menarik.
3. Menggunakan penutup bingkisan perekat yang kuat agar tidak terjadinya kerusakan barang tersebut dan tetap higienis karena gula merah yang rentan mudah meleleh apabila terkena air.

Kegiatan sosialisasi tersebut mengajak pelaku UMKM untuk melakukan digital marketing melalui, Tiktok, Whatsapp, Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, Shopee maupun Tokopedia (9).

Setelah masyarakat mengetahui cara menggunakan digital marketing kemudian untuk meningkatkan pemanfaatan dari hasil produksi UMKM itu sendiri yaitu gula merah, masyarakat diberikan informasi tentang manfaat dari gula merah dan dapat diolah sebagai obat tradisional dalam bentuk jamu herbal. Gula merah mengandung gkarbohidrat, gula merah mengandung karbohidrat kompleks dengan 368 kilokalori. Jenis karbohidrat yang dimiliki oleh gula merah adalah glukosa dan fruktosa. Beberapa manfaat gula merah, yaitu

1. Meningkatkan kebugaran
2. Melepaskan dahaga
3. Mempercepat rehidrasi serta pengisian energi kembali bagi tubuh.
4. Pemberian minuman karbohidrat tidak mencegah tetapi memperlambat terjadinya kelelahan.
5. Memiliki mineral penting yang dibutuhkan untuk proses metabolisme dan mengoptimalkan kerja otot, jantung, dan paru-paru, seperti kalsium, fosfor, besi dan Cu.

Masyarakat juga diajarkan cara pembuatan jamu herbal dengan harapan setelahnya masyarakat mampu mempraktekannya sendiri. Setelah dilakukannya

sosialisasi diharapkan masyarakat dapat meningkatkan nilai jual dari gula merah hasil produksi UMKM tersebut.

### Tahap Pendampingan

Masyarakat semuanya dipandu dalam menggunakan aplikasi digital marketing oleh mahasiswa, yang dimana dibina oleh 10 mahasiswa milenial yang menjelaskan cara mendaftarkan produk, membuat iklan produk, meletakkan harga produk, jasa pengantar produk tersebut agar sampai ke tangan customer dengan barang yang bagus. Para mahasiswa memberikan arahan untuk digital marketing yang dimana aplikasi tersebut sering di kunjungi oleh masyarakat Indonesia.



**Gambar 2.** Hasil *digital marketing* melalui *tiktok* dan proses pembuatan jamu herbal

Teknik pembuatan obat tradisional secara umum ada 5 macam, yaitu (10)

- a. Dipipis kemudian diborehkan/ ditapalkan/ dilumaskan/diminumkan/ dibedakkan/ dirajah/ dioleskan/ ditelah/ diusap.
- b. Direbus kemudian diminum/ ditetaskan/ diusap.
- c. Dibakar kemudian diborehkan/ dibedakkan/ diminum.
- d. Dikunyah kemudian dioleskan/ disemburkan/ ditelan/ diusap.
- e. Diulek kemudian ditapalkan/ diminum/ dibedakkan dan diperas/ diremas kemudian dioleskan/ diminumkan.

Dalam sosialisasi ini difokuskan pada minuman jamu herbal atau obat tradisional, sehingga cara pembuatannya yaitu:

- a. Mempersiapkan bahan-bahan yang akan dijadikan ramuan.

- b. Haluskan gula merah dengan menggunakan pipisan dan gandik serta tuang kedalam wadah yang berisikan air panas dan potong jahe menjadi beberapa bagian.
- c. Rebus dalam air yang telah disiapkan dengan menggunakan anglo.
- d. Ramuan siap untuk diminum.

Alat-alat yang digunakan masih sederhana dan beberapa diantaranya masih dapat dilihat serta dipakai hingga saat ini.

Jamu herbal ini menggunakan jahe sabagai bahan dasar. Jahe (*Zingiber officinale*) merupakan tanaman rempah yang berasal dari Asia Selatan, dan sekarang telah tersebar ke seluruh dunia. Jahe dimanfaatkan sebagai bahan obat herbal karena mengandung minyak atsiri dengan senyawa kimia aktif, yang berkhasiat dalam mencegah dan mengobati berbagai penyakit. Senyawa kimia aktif yang juga terkandung dalam jahe yang bersifat anti-inflamasi dan antioksidan, adalah gingerol, beta-caroten, capsaicin, asam cafeic, curcumin dan salisilat. jahe juga dikenal sebagai penguat kekebalan tubuh (11)

Hasilnya dari pembuatan jamu herbal ini membawa dampak yang positif dimana masyarakat dengan antusias memprakterkannya dan mengkonsumsi jamu herbal ini. Hasil akhir dari kerja keras tim gula merah dan pemilik usaha, permintaan pasar yang terus meningkat di media sosial bisa Anda rasakan. Kesuksesan yang membanggakan juga tidak terlepas dari ekonomi kreatif yang saat ini menjadi topik perekonomian hangat di Indonesia. Gelombang ekonomi baru lebih mengutamakan pengetahuan dalam bentuk inovasi karena kekayaan dapat bagi masyarakat di dunia bisnis (12). Hal ini tentu patut dilanjutkan dan dikembangkan, terutama dalam menstabilkan harga gula merah berbahan nira enau di Desa Pegajahan. Pemerintah juga harus berpartisipasi aktif agar para pelaku usaha tersebut dapat berkoordinasi dan menyumbangkan jasanya bagi kesejahteraan perekonomian Desa Pegajahan.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan sosialisasi pemanfaatan digital marketing bagi pelaku UMKM di Desa Pegajahan Dusun Perjuangan dapat disimpulkan bahwa digital marketing

memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi para pelaku UMKM, serta pengolahan gula merah menjadi jamu herbal dapat meningkatkan pemanfaatan hasil produksi UMKM yaitu gula merah.

## **Daftar Pustaka**

1. Lindawati, S., Hendri, M., & Hutahaean J. Pemasaran Digital. 2020.
2. Arfis AH, Hadipura H, Nofirda FA, Manajemen S, Ekonomi F, Bisnis D. Analisis Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Website Sport Station. Lindawati, S, Hendri, M, & Hutahaean, J (2020) Pemasaran Digital Yayasan Kita Menulis. 2023; 7:3045 1-3.
3. Bosar DN, Martauli ED, Sihalohe NK, Sinulingga S. Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di. 2022; 1:166-75.
4. Rizky, Rafieqah Nalar and Mahardika A. SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah. SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah. 2023;2(4):1275--1289.
5. Tegalsari K. Sosialisasi pemanfaatan digital marketing bagi pelaku umkm di kelurahan tegalsari. 2022;5(2).
6. Nurhikma E, Tee SA, Setiawan MA, Badia E, Saehu S. Swamedikasi "Dagusibu" Obat Bebas, Multivitamin Dan Jamu Pada Masyarakat Di Kecamatan Nambo Kota Kendari. 2023;01(2):78-83.
7. Asnawi A. Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0. Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia. 2022;7(1):398.
8. Penaga DID. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. 2023;4(2):4149-53.
9. Mahuda I, Kusuma AC, Meilisa R. Pengenalan Dan Pendampingan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Lialang-Serang. 2021;1(1):50-9.
10. Ismawati, Vira Pratiwi, Martinus Partono, M. Jayadi Abdi SM. Sosialisasi Pembuatan Jamu Kunyit Sebagai Obat Tradisional Masyarakat Di Desa Belimbing Baru, Kecamatan Sungai Pinang, Kabupaten Banjar. PADARINGAN (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi). 2020;2(2):235.

11. Kusumo AR, Wiyoga FY, Perdana HP, Khairunnisa I, Suhandi RI, Prastika SS. Jamu Tradisional Indonesia: Tingkatkan Imunitas Tubuh Secara Alami Selama Pandemi. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*. 2020;4(2):465.
12. Nuslih Jamiat 1, Cahyadi Supyansuri 2. Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*. 2020;6(1):1-15.