

Optimalisasi Strategi Pemasaran Gula Jawa di UMKM Gula Merah Leugit Padukuhan Kabrokan Kulon

Immanuel Lawrenzio Bryan Anthonio Nuhuway, Lahiri Manik Mahayoga, Reneta Hartono, Novita Caroline Ganit Faris, Tian Bitu Usfinit, Enrique Trisfan, Desto Samro Johannes Sinaga, Monica Valentina Evangeli, Yehezkiel Agustianus, Chandra Dewi Kurnianingtyas. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jl. Babarsari No.44, Janti, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

Email: chandra.dewi@uajy.ac.id

Received 25 Agustus 2023 ; Revised -; Accepted for Publication 30 Januari 2024 ; Published 30 Januari 2024

Abstract — *Padukuhan Kabrokan Kulon is an Padukuhan located in Sendangsari Village, Pajangan District, Bantul Regency, Special Region of Yogyakarta. Padukuhan Kabrokan Kulon has a lot of potential in the field of tourism objects and natural resources. One of the potentials in the field of natural resources is palm sugar SMEs. However, due to limitations in communication, technology, access to information, and funds, the potential of the Kabrokan Kulon Padukuhan, especially the Java sugar MSMEs, is not being utilized to its full potential. Therefore, there is a need for empowerment through educational activities about packaging design for Javanese sugar SMEs, socialization of simple bookkeeping, and also empowering Javanese sugar SMEs through branding communication to Javanese sugar SMEs in Padukuhan Kabrokan Kulon. So that from the results of data collection, the servant chose the potential of natural resources in Padukuhan Kabrokan Kulon, namely Javanese sugar SMEs which were made and discussed in village potential, moodboards, packaging from besek, videos on the potential of Javanese sugar villages and simple bookkeeping. From the results of the video, it is hoped that it will be useful and the village's efforts to maximize village potential.*

Keywords — *Quality, UMKM, Javanese Sugar*

Abstrak— *Padukuhan Kabrokan Kulon merupakan sebuah Padukuhan yang terletak di Kalurahan Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Padukuhan Kabrokan Kulon ini memiliki banyak potensi di bidang objek wisata dan sumber daya alamnya. Salah satu potensi di bidang sumber daya alamnya adalah UMKM gula jawa. Karena keterbatasan komunikasi, teknologi, akses untuk informasi, serta dana, potensi dari Padukuhan Kabrokan Kulon, terutama UMKM gula jawa tidak termanfaatkan secara maksimal. Perlunya pemberdayaan melalui aktivitas edukasi tentang strategi pemasaran melalui perancangan kemasan UMKM gula jawa, dan juga pemberdayaan UMKM gula jawa melalui branding komunikasi terhadap UMKM gula jawa yang berada di Padukuhan Kabrokan Kulon. Berdasarkan hasil pengumpulan data, pengabdian memilih potensi sumber daya alam di Padukuhan Kabrokan Kulon yaitu UMKM gula jawa yang dibuat dan dibahas dalam potensi desa, moodboard, pengemasan dari besek, video potensi desa gula jawa. Hasil video diharapkan dapat berguna dan upaya desa untuk memaksimalkan potensi desa.*

Kata Kunci— *Kualitas, UMKM, Gula Jawa*

I. PENDAHULUAN

Gula jawa, atau yang lebih dikenal sebagai gula merah, telah menjadi komoditas vital dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Padukuhan Kabrokan Kulon

merupakan sebuah Padukuhan yang terletak di Kalurahan Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Padukuhan Kabrokan Kulon di Kalurahan Sendangsari memiliki lahan yang cukup luas, dimana saat ini terdapat pertanian pohon kelapa sebagai bahan baku yang memiliki potensi bisnis besar dalam pembuatan produk gula jawa. Hal ini yang membuat Padukuhan Kabrokan Kulon menjadi wilayah produksi gula jawa dalam tradisi jangka panjang [1].

Di wilayah Padukuhan Kabrokan Kulon, industri gula merah dikelola oleh sejumlah Unit Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian lokal [2]. Sebagai bagian dari kearifan lokal, teknik, metode dan kemasan produksi gula jawa di UMKM yang ada di Padukuhan Kabrokan Kulon masih dipertahankan secara turun temurun. Dalam beberapa tahun terakhir, UMKM gula jawa yang ada di Padukuhan Kabrokan Kulon cenderung mengalami beberapa tantangan atau masalah serius [3].

Masalah yang dialami oleh UMKM ini adalah kurangnya keefektifan kemasan yang digunakan untuk pengemasan gula jawa ketika ingin dipasarkan, dimana produsen hanya menggunakan kantong plastik sebagai kemasannya. Hal ini tentu saja dapat membuat zat-zat berbahaya pada plastik masuk pada produk gula jawa yang telah diproduksi [4]. Selain itu, pengemasan dengan menggunakan kantong plastik ini juga tidak akan tahan lama, dikarenakan bahan plastik yang mudah rusak dan sobek [5].

UMKM gula jawa yang ada di Padukuhan Kabrokan Kulon menghadapi permasalahan di bagian pemasaran [6]. Penyebab dari permasalahan yang dialami UMKM gula jawa di Kabrokan Kulon adalah belum memiliki nama merek. Dampak yang ditimbulkan adalah masih belum banyak dikenal oleh publik, dimana ini berpotensi membuat pendapatan yang didapatkan produsen mengalami stagnasi hingga penurunan [7].

Pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk gula jawa yang ada di Padukuhan Kabrokan Kulon. Dimana program kerja ini, dapat membantu UMKM gula jawa untuk berinovasi mengikuti perkembangan zaman, melalui kemasan yang memiliki nilai fungsi yang lebih, meningkatkan daya saing [8] produk dengan kompetitor, membantu mengoptimalkan terkait strategi pemasaran gula jawa di Kabrokan Kulon. Terdapat sejumlah pelaku UMKM gula jawa yang bergabung menjadi sebuah kelompok besar di Kabrokan Kulon. UMKM Gula Merah Leugit menjadi fokus utama dalam pengabdian ini.

Adapun manfaat yang akan didapatkan dari pelaksanaan program kerja ini yaitu peningkatan kualitas dari kemasan UMKM gula jawa menjadi lebih baik, dimana kemasan yang awalnya adalah kantung plastik [9], kemudian akan digantikan dengan menggunakan besek dari bambu yang dialasi dengan kertas minyak agar tidak lengket. Dengan menggunakan kemasan jenis ini, maka dapat membantu untuk menjaga kualitas gula merah yang diproduksi, serta ramah bagi lingkungan [10].

Manfaat lain yang dapat dirasakan yaitu tersedianya sarana pemasaran dan juga nama produk bagi produk gula merah yang ada di Padukuhan Kabrokan Kulon, dimana hal ini dapat membantu untuk meningkatkan pendapatan dari produsen UMKM gula jawa itu sendiri dan juga membantu menciptakan UMKM gula jawa yang berdaya saing nasional bukan global, melalui pemasaran UMKM dengan media sosial.

Optimalisasi strategi pemasaran yang diperlukan dalam UMKM Gula Merah Leugit dengan tujuan agar produk dapat laku terjual dan produk dapat tetap memiliki kualitas yang baik saat sampai ke tangan konsumen, yaitu dengan membuat strategi mengenai pengemasan yang baik serta komunikasi pemasaran yang tepat dilakukan.

II. METODE PENGABDIAN

Pada proses pelaksanaan, pengabdi terlebih dahulu melakukan perancangan terhadap kemasan UMKM Gula Merah Leugit bersama pemilik. Lalu melakukan kesepakatan untuk kerja sama saat *live in* pada tanggal 12 Mei 2023. Selanjutnya, pengabdi menjelaskan terkait rencana usulan kemasan yang akan digunakan. Pengabdi melakukan sosialisasi mengenai pentingnya dalam pemilihan jenis kemasan yang tepat dengan mempertimbangkan segi keberlanjutan (sampah plastik) serta daya tahan produk melalui pengemasan. Pengabdi menjelaskan terkait hal-hal yang kemudian perlu menjadi perhatian khusus bagi pelaku bisnis gula jawa dari sisi keberlanjutan serta mampu membuat produk menjadi lebih awet tanpa menggunakan bahan pengawet.

Adapun pengabdi menjelaskan terkait pentingnya *branding*/merek pada sebuah usaha bisnis. *Branding*/merek ini bertujuan untuk menjadi pembeda dari pelaku bisnis lainnya yang serupa (kompetitor) dengan menonjolkan perbedaan yang khas, serta dapat menambahkan nilai di dalamnya. Pengabdi memberikan sebuah saran untuk menggunakan besek sebagai kemasan yang akan digunakan untuk gula jawa, karena sebelumnya pemilik menjelaskan masih menggunakan plastik yang dimana itu tidak ramah lingkungan. Praktik aplikatif dilakukan bersama UMKM Gula Merah Leugit dengan harapan dapat laku terjual dan kualitas dari produk tetap terjaga sampai ke tangan konsumen.

III. HASIL DAN PEMBAHAAN

Berdasarkan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, terdapat 2 hal yang menjadi fokus utama dari pengabdi dalam rangka meningkatkan kualitas produk gula jawa UMKM Gula Merah Leugit di Kabrokan Kulon. Kedua hal tersebut, yaitu:

1. Pengemasan produk

Dalam pengemasan produk untuk gula jawa, terdapat berbagai pertimbangan sebelum akhirnya diputuskan untuk menggunakan kemasan besek. Adapun berbagai pertimbangan yang dilakukan apabila meninjau dari sifat bahan dasarnya, antara lain:

a. Plastik

Kelebihan dari plastik: kedap air, ringan terhadap benturan, elastis, memiliki berbagai varian bentuk dan warna, terdapat berbagai pilihan model warna, serta transparan. Sementara kekurangan dari plastik, yaitu: lama terurai, beberapa jenis plastik mengandung zat kimia yang berbahaya.

b. Kertas atau karton

Kelebihan dari kertas: cenderung ramah lingkungan (mudah di daur ulang dan lebih mudah terurai), serta relatif bagus dalam mencetak label dan informasi seputar produk. Sementara kekurangan dari kertas: tidak kedap air, serta perlu tahapan khusus agar lebih kuat saat digunakan untuk mengemas produk.

c. Logam (kaleng)

Kelebihan dari kertas: kuat dan tahan lama, mampu mempertahankan kesegaran dari produk, dapat di daur ulang dan dapat digunakan berkali-kali. Sementara untuk kekurangannya: biaya relatif mahal, serta cenderung lebih berat.

d. Bahan organik

Kelebihan dari menggunakan bahan organik: mudah terurai, dapat digunakan sebagai bahan dalam membuat pupuk kompos, tidak mengandung zat berbahaya/kimia. Sementara untuk kekurangannya: cenderung tidak awet, mudah terkena rayap (besek), penggunaan bukan untuk jangka panjang.

Perlu adanya pertimbangan terkait dari segi ketersediaan bahan dasar kemasan dan biaya yang diperlukan. Padukuhan Kabrokan Kulon memiliki salah satu potensi alam, yaitu banyaknya pohon bambu yang dapat diolah menjadi besek. Besek (bahan organik) menjadi pilihan utama dalam mengemas produk gula jawa.

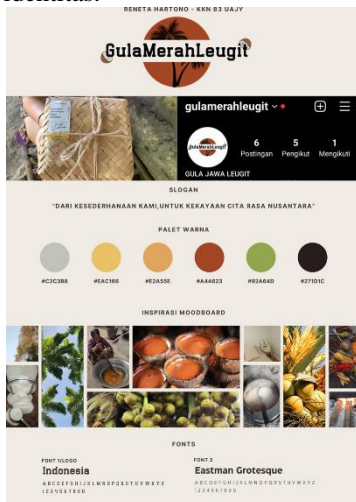
Selama berdiskusi dengan UMKM Gula Merah Leugit, pengabdi mendapatkan pengetahuan baru, dimana produk gula jawa yang terkena air dapat meleleh. Pengabdi memanfaatkan kertas minyak sebagai alas di dalam kemasan sebagai solusi atas pemecahan masalah yang terjadi.



Gambar 1. Tampilan Pengemasan Besek

2. Komunikasi pemasaran (*branding* merek)

Peningkatan produk gula jawa tidak hanya dipertimbangkan dari pengemasan. Namun, terdapat salah satu teori, yaitu komunikasi pemasaran yang menjadi salah satu sarana dalam membuat sebuah usaha bisnis dapat menjadi berkelanjutan dan lebih dikenal oleh target konsumen. Dalam *branding*, terdapat berbagai elemen yang harus dipenuhi oleh sebuah pelaku usaha, melalui *moodboard* antara lain: nama merek dan logo, desain pengemasan, media sosial yang digunakan, slogan, palet warna, inspirasi visual yang melatarbelakangi, serta jenis font yang digunakan sebagai identitas.



Gambar 2. Moodboard Branding Komunikasi

Moodboard merupakan sebuah cara untuk membantu dalam hal visualisasi ide konsep yang ingin disampaikan. Data yang terkandung dalam *moodboard* berdasarkan Gambar 2, sebagai berikut:

- Nama merek: Gula Merah Leugit. Pemberian nama merek oleh pengabdian disertai alasan bahwa sebelumnya belum ada nama merek, serta produk memiliki visual warna berwarna merah dan "leugit" yang memiliki arti manis.
- Logo: (terlampir). Berbagai elemen yang digunakan dalam membuat logo merek, antara lain: 2 buah setengah lingkaran sebagai simbol dari gula jawa, siluet pohon kelapa sebagai bahan utama dalam membuat gula jawa.
- Desain kemasan: Terbuat dari besek, di dalamnya terdapat kertas untuk membuat produk gula jawa lebih awet.

d. Media sosial: Instagram menjadi pilihan utama dalam membangun kesadaran merek dari UMKM Gula Merah Leugit.

e. Slogan: "Dari kesederhanaan kami, untuk kekayaan cita rasa Nusantara". Kalimat tersebut menjadi nilai utama yang disampaikan kepada pasar publik.

f. Palet warna:

- Abu-abu #C2C3B8
- Kuning #EAC166
- Oranye #E2A55E
- Merah bata #A44623
- Hijau #92A64D
- Hitam #271DLC

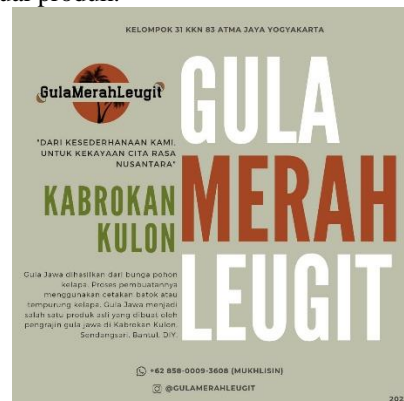
Pemilihan palet warna tersebut merupakan representasi dari "inspirasi brand visual" yang digunakan oleh pengabdian saat melihat *brand* "Gula Merah Leugit".

g. Inspirasi brand visual: (terlampir)

h. Jenis font/tipografi:

- Font utama/logo: Indonesia
- Font kedua: Eastman Grotesque

Dalam kemasan, pengabdian melampirkan poster pengenalan singkat dari *brand* Gula Merah Leugit. Dalam desain pada Gambar 3, terdapat berbagai informasi yang mencakup: logo merek, nama merek, slogan, lokasi daerah produsen, proses pembuatan singkat dari gula jawa, serta kontak hubung (WhatsApp dan Instagram). Tujuannya adalah supaya konsumen dapat lebih mengenal *brand* Gula Merah Leugit yang menjual produk.



Gambar 3. Poster Pengenalan Merek

IV. KESIMPULAN

Optimalisasi strategi pemasaran yang dilakukan pada UMKM Gula Merah Leugit melalui pemanfaatan besek dan kertas minyak sebagai kemasan, *branding*, serta pemasaran melalui media sosial yang dilakukan dapat membantu UMKM Gula Merah Leugit lebih dikenal oleh publik dan penjualan semakin meningkat. UMKM Gula Merah Leugit juga dapat meningkatkan kualitas produk yang dijual dengan kemasan yang lebih baik dan juga ramah lingkungan yaitu dengan menggunakan besek yang dilapisi dengan kertas minyak.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pengabdian mengucapkan Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebagai penyelenggara program pengabdian masyarakat.



Reneta Hartono, prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. W. Riptanti, N. Setyowati, et al, "Perbaikan Kemasan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk UKM Murni Snack", *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 2 dan ISSN: 2620-844X
- [2] S. Bakhri, V. Futiah, "Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital di Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Ius Constituendum*, vol. 6, no. 2, April 2021 dan P-ISSN: 2541-2345 E-ISSN: 2580-8842.
- [3] P. P. Hapsari, A. Hakim, I. Noor. (2014). "Pengaruh pertumbuhan usaha kecil menengah (UKM) terhadap pertumbuhan ekonomi daerah (studi di pemerintah kota batu)". Vol. 17 No. 2 (2014) dan ISSN : 1411-0199 E-ISSN : 2338-1884
- [4] S. N. Sarfiah, H. E. Atmaja, "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa", *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, vol. 4, no. 2, 2019 dan P-ISSN: 2541-433X E-ISSN: 2508-0205.
- [5] R. Rahmadi, C. Soolany, A. R. Pratama, "Penerapan Manajemen Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk UMKM Gula Merah di Kabupaten Cilacap", vol. 3, edisi 2, November 2018 dan P-ISSN: 2407-8670 E-ISSN: 2614-6622.
- [6] R. A. Ramadhani, R. Helilintar, dkk, "Pelatihan Pemasaran Gula Jawa di Desa Slumbung Kecamatan Ngadiluwih", *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, vol. 2, no 1, Desember 2022 dan ISSN: 2828-5646.
- [7] D. Purwana, R. Rahmi, S. Aditya. (2017). "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit", *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*. vol. 1, no. 1, Juli 2017. E-ISSN: 2580-4332.
- [8] E. W. Riptanti, N. Setyowati, et al, "Perbaikan Kemasan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk UKM Murni Snack", *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 2 dan ISSN: 2620-844X.
- [9] A. Prasetyo, E. Andayani, M. Sofyan. (2020). "Pembinaan Pelatihan Pembukuan Laporan Keuangan Terhadap Wajib Pajak UMKM Di Jakarta", *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (EMBISS)*". Vol. 1 No. 1, November 2020. E-ISSN 2747-0938
- [10] D. Putri Hapsari, Andari, A. N. Hasanah. (2017). "Model pembukuan sederhana bagi usaha mikro di kecamatan kramatwatu kabupaten serang". Vol. 4 No. 2 (2017) dan P-ISSN 2339-2436 E-ISSN 2549-5968.



Novita Caroline Ganit Faris, prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Tian Bitu Usfinit, prodi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Enrique Trisfan, prodi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Desto Samro Johannes Sinaga, prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Monica Valentina Evangeli, prodi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

PENULIS



Immanuel Lawrenzio Bryan Anthonio Nuhaway, prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Yehezkiel Agustianus, prodi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Lahiri Manik Mahayoga, prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Chandra Dewi Kurnianingtyas, dosen fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.