

## Pemberdayaan Kelompok Perajin Gula Aren di Desa Batulawang Melalui *Branding* Produk dan *Digital marketing* Untuk Peningkatan Pendapatan Masyarakat

Wulan Sondarika\*, Nana Yudi Permana, Muhtar Abdul Kader, Sarah Febriyani Nur Ahyar, Dadan Ramdani, Ilham Septiawan, Triyadi Mijayana, Ari Fitriana

Universitas Galuh

\*Email: wulansondarika13@unigal.ac.id  
(Diterima 15-12-2025; Disetujui 26-02-2026)

### ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk menjawab berbagai permasalahan yang dihadapi oleh kelompok perajin gula aren di Dusun Pagerbatu, Desa Batulawang, Kota Banjar. Permasalahan utama meliputi keterbatasan alat produksi gula aren semut dan standar produksi gula aren gandu, lemahnya manajemen sumber daya manusia karena minimnya regenerasi perajin, strategi pemasaran yang masih bersifat konvensional dengan ketergantungan pada pengepul, serta belum adanya identitas dan legalitas usaha yang kuat seperti *branding*, izin PIRT, sertifikasi halal, dan media promosi. Metode yang digunakan dalam program pengabdian ini adalah pendekatan partisipatif melalui sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi penyuluhan peningkatan kualitas produksi gula aren, pelatihan *digital marketing*, pendampingan desain kemasan dan *branding* produk, serta fasilitasi pengurusan legalitas usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra perajin mulai mampu menghasilkan produk gula aren dengan kualitas yang lebih baik, memahami pentingnya identitas dan legalitas usaha, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Penerapan *branding* dan *digital marketing* terbukti meningkatkan daya saing produk sekaligus membuka akses pasar yang lebih luas. Dengan demikian, program pemberdayaan ini berkontribusi pada peningkatan kapasitas usaha perajin gula aren dan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat di Desa Batulawang.

Kata kunci: Pemberdayaan, Gula Aren, *Branding*, *Digital marketing*, Pendapatan Masyarakat

### ABSTRACT

*Community service program conducted to address the various problems faced by the aren sugar craftsmen group in Pagerbatu Hamlet, Batulawang Village, Banjar City. The main problems include limited production equipment for gusi aren ants (aren sugar) and the standardization of gandu aren sugar production, weak human resource management due to minimal regeneration of artisans, marketing strategies that remain conventional with dependence on middlemen, and the absence of strong business identity and legal compliance such as branding, PIRT license, halal certification, and promotional media. The methods used in this community service program adopt a participatory approach through socialization, training, mentoring, and evaluation. The activities carried out include counseling to improve aren sugar production quality, digital marketing training, mentoring in packaging design and product branding, and facilitation of business legality processes. The results show that the artisan partners have begun to produce aren sugar products with better quality, understand the importance of a business identity and legality, and utilize digital media as a promotional and marketing platform. The implementation of branding and digital marketing has proven to enhance product competitiveness while opening broader market access. Thus, this empowerment program contributes to increasing the business capacity of aren sugar producers and has an impact on improving community income in Batulawang Village.*

*Keywords: Empowerment, Aren Sugar, Branding, Digital marketing, Community Income*

### PENDAHULUAN

Desa Batulawang merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi berbasis sumber daya alam melalui keberadaan pohon aren (*Arenga pinnata*). Tanaman aren telah lama menjadi komoditas unggulan masyarakat karena mampu menghasilkan nira yang diolah menjadi gula aren, gula semut, maupun produk turunan lainnya. Dalam penelitian agribisnis terkini, aren memiliki berbagai hasil olahan, gula aren menjadi komoditas dengan nilai ekonomi paling besar. Tanaman aren (*Arenga pinnata*) sendiri merupakan komoditas perkebunan yang memiliki potensi besar dalam mendukung ketahanan pangan. Tanaman ini juga mampu beradaptasi dengan baik pada berbagai kondisi agroklimat, mulai dari wilayah dataran rendah hingga ketinggian sekitar 1.400 meter di atas permukaan laut dalam (Suryansyah, 2018). Hal ini menegaskan bahwa usaha gula aren memiliki

peluang strategis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat jika dikelola dengan pendekatan modern dan berkelanjutan.

Namun, berbagai tantangan masih dihadapi oleh kelompok perajin gula aren di Dusun Pagerbatu, Desa Batulawang. Dari aspek produksi, proses pembuatan gula aren masih dilakukan secara tradisional dan belum memanfaatkan teknologi modern. Proses pengayakan, pencetakan, hingga pengemasan dilakukan manual, sehingga kualitas produk tidak konsisten dan belum memenuhi standar higienis. Pengemasan gula cetak dan gula semut masih menggunakan plastik sederhana yang tidak kedap udara, menyebabkan produk mudah lembap, terkontaminasi serangga, dan memiliki daya simpan yang rendah. Padahal, dalam standar industri pangan modern, pemilihan kemasan yang tepat meliputi jenis bahan, teknologi pengemasan, serta informasi penyimpanan pada label memiliki peran penting dalam menjaga kualitas produk, memperpanjang masa simpannya, serta meminimalkan kehilangan pangan selama proses distribusi dan penyimpanan (Manurung & Ira Kartika, n.d.). Dengan menekan terjadinya kerusakan mikrobiologis maupun oksidatif, kemasan turut membantu memastikan ketersediaan pangan yang lebih terjaga kestabilannya.

Selain itu, kelompok perajin belum memiliki akses yang cukup terhadap peralatan produksi yang mendukung inovasi. Padahal, tren konsumsi menunjukkan peningkatan permintaan terhadap produk turunan aren seperti gula semut organik, yang dinilai lebih sehat dan memiliki nilai jual lebih tinggi dibanding gula cetak tradisional. Gula Aren semut adalah pemanis alami yang dibuat dari nira kelapa melalui rangkaian proses produksi yang cukup panjang, namun menghasilkan produk dengan nilai ekonomi tinggi serta memiliki berbagai manfaat bagi kesehatan (Halman Paris, 2024). Minimnya akses peralatan menyebabkan perajin belum mampu memproduksi gula semut dalam skala lebih besar, lebih higienis, dan memenuhi standar pasar modern.

Aspek sumber daya manusia juga menjadi persoalan yang krusial. Generasi muda cenderung kurang tertarik bekerja di sektor produksi gula aren karena menganggap prosesnya berat, kotor, dan kurang menguntungkan. Kualitas SDM yang rendah juga dapat berdampak pada lemahnya inovasi yang dilakukan oleh para pelaku UMK. Jika kondisi ini dibiarkan, maka industri rumahan pengolahan gula aren berpotensi kehilangan keberlanjutan jangka panjangnya, sekaligus mengancam kelestarian warisan budaya lokal.

Di sisi lain, aspek pemasaran menjadi tantangan terbesar yang dirasakan kelompok perajin. Selama ini pemasaran gula aren di Batulawang bergantung pada pengepul dan penjualan perorangan dari rumah ke rumah. Pola ini membuat perajin memiliki posisi tawar yang rendah dan hanya menerima harga jual minimal. Produk juga belum memiliki identitas merek (*branding*), belum memiliki desain kemasan modern, dan tidak memiliki legalitas sertifikasi halal. Kondisi ini membuat produk sulit diterima di pasar ritel modern ataupun platform digital. Padahal, menurut (Wira Yudha Alam, 2025) bahwa *branding* memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan UMK.

*Digital marketing* kini menjadi peluang besar bagi UMK desa untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar. Data Kementerian Koperasi dan UMK (Luh De Erik Trisnawati et al., 2023) menunjukkan bahwa UMK yang memanfaatkan e-commerce mengalami peningkatan omzet signifikan, bahkan mencapai 40–60% setelah menggunakan *platform* digital seperti Shopee, Tokopedia, Instagram, dan TikTok. Melalui *digital marketing*, pelaku UMK dapat melakukan promosi, membangun citra merek, menampilkan kualitas produk, serta menjangkau konsumen secara langsung tanpa bergantung pada pengepul. Penelitian (Wenny, n.d.) menunjukkan bahwa media sosial kini tidak sekadar menjadi alat komunikasi, tetapi juga berperan sebagai platform untuk membangun relasi dengan konsumen, memperkuat kesadaran merek, serta mendukung optimalisasi strategi pemasaran.

Sejumlah hasil pengabdian masyarakat lima tahun terakhir mengonfirmasi bahwa intervensi *branding* dan *digital marketing* efektif untuk meningkatkan pendapatan UMK. Misalnya, hasil penelitian (Nurkholid et al., 2019) menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh terhadap minat beli. Temuan serupa disampaikan oleh (Hikmatunnisa, 2020) yang mengungkapkan bahwa variabel inovasi produk memperoleh nilai sebesar 0,515 dan berpengaruh langsung terhadap minat beli, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas 0,05 (Luh De Erik Trisnawati et al., 2023). Bukti-bukti ini menunjukkan bahwa pendekatan serupa sangat relevan dan berpotensi memberikan dampak positif bagi perajin gula aren di Desa Batulawang.

Berdasarkan berbagai masalah dan peluang tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki urgensi tinggi untuk dilaksanakan. Perguruan tinggi perlu melakukan intervensi berupa pemberdayaan kelompok perajin melalui pelatihan *branding* produk, peningkatan keterampilan

*digital marketing*, serta penyediaan alat pendukung produksi modern. Upaya ini tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kualitas produk dan pendapatan masyarakat, tetapi juga mendukung pelestarian budaya lokal serta penguatan ekonomi berbasis potensi desa. Program ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), terutama SDG 1 (pengentasan kemiskinan), SDG 8 (pertumbuhan ekonomi inklusif), dan SDG 11 (penguatan budaya lokal).

Tujuan dari pengabdian ini diantaranya; 1) Meningkatkan kapasitas produksi kelompok perajin gula aren melalui penggunaan peralatan modern. 2) Mengembangkan *branding* produk gula aren Desa Batulawang yang menarik, higienis, dan kompetitif. 3) Meningkatkan keterampilan pemasaran digital bagi perajin melalui pelatihan dan pendampingan. 4) Memperluas akses pemasaran dan meningkatkan pendapatan kelompok perajin gula aren. 5) Mendukung pelestarian budaya lokal dan keberlanjutan usaha berbasis potensi desa.

## BAHAN DAN METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan di Desa Batulawang Kecamatan Pataruman Kota Banjar. Kelompok sasaran yaitu kelompok Arendi Gula aren dan gula semut aren. Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode/pendekatan partisipatif dengan melibatkan mitra sebagai pihak utama dalam segala aspek kegiatan (Mulyani et al., 2023) (mulai dari sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi serta keberlanjutan program), yang didasarkan pada identifikasi masalah dan solusi alternatif yang direncanakan bersama atas kesepakatan bersama antara tim pengabdian/fasilitator dengan mitra sasaran.

Teknik pengumpulan data dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, data dikumpulkan menggunakan beberapa metode, yaitu: 1). Observasi Lapangan. Digunakan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai kondisi kelompok perajin gula aren, proses produksi, sarana prasarana, serta tantangan yang mereka hadapi. 2). Wawancara Terstruktur dan Semi Terstruktur. Dilakukan kepada ketua kelompok, para perajin, dan aparat desa untuk menggali informasi mengenai kebutuhan pelatihan, tingkat pengetahuan tentang *branding* dan *digital marketing*, serta perubahan yang dirasakan setelah program berlangsung. 3). Dokumentasi meliputi pengambilan foto, catatan kegiatan, arsip produksi, serta media promosi yang telah dimiliki kelompok sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian (Wenny, n.d.)

Metode kegiatan dalam *upscaling* bisnis pada kelompok perajin gula aren di dusun Pagerbatu Desa Batulawang mencakup serangkaian langkah yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Terlebih dahulu dilakukan observasi dan identifikasi masalah mitra yaitu dengan melakukan kunjungan lapangan untuk memetakan kondisi produksi, pemasaran, dan organisasi kelompok perajin gula. Kemudian Diskusi Kelompok Terfokus (*Focus Group Discussion*, FGD) bersama kelompok perajin, tokoh masyarakat, dan perangkat desa. Setelah FGD, kegiatan selanjutnya yaitu penyuluhan dan sosialisasi. Lalu pelatihan teknis berupa penggunaan *vacuum sealer* serta pendampingan intensif menjadi komponen utama dari pendekatan ini dan di akhiri dengan evaluasi dan refleksi untuk mengukur keberhasilan kegiatan melalui indikator kuantitatif. Dengan pendekatan partisipatif, mitra sasaran dapat meningkatkan skala bisnis industri gula aren secara berkelanjutan. Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan pengabdian, yaitu:

1. Sosialisasi dilakukan kepada mitra mencakup standar produksi, manajemen SDM dan strategi *digital marketing* melalui *marketplace* (Shopee, Tokopedia), dan media sosial TikTok dengan menghadirkan para perajin gula aren, pemerintah desa Batulawang.
2. Pelatihan pada mitra dan generasi muda seperti pelatihan standarisasi produksi dengan mesin modern dan cara penggunaan *vacuum sealer*, pelatihan manajemen keuangan sederhana, pelatihan *digital marketing* seperti pembuatan *branding* kemasan menarik, pelatihan pendaftaran produk di *marketplace* (Shopee, Tokopedia) dan penggunaan live Tiktok pada media sosial.
3. Tim melakukan pendampingan secara kontinu untuk melatih kemampuan para perajin gula aren dalam menggunakan alat teknologi. Teknologi yang diterapkan yaitu mesin menghalus gula semut aren dan alat *vacuum sealer*, membuat *branding* dan *digital marketing* melalui *marketplace*.
4. Penerapan teknologi alat *vacuum sealer*, membuat *branding* dan *digital marketing* melalui *marketplace*.
5. Pendampingan dan evaluasi rangkaian kegiatan pengabdian.

6. Tindak lanjut kegiatan pengabdian dengan melakukan pendampingan dan pengawasan secara kontinu setelah kegiatan pengabdian selesai.

Adapun tahapan yang dilaksanakan pada pengabdian ini, diantaranya:

1. Sosialisasi

Sosialisasi diartikan sebagai suatu proses belajar berinteraksi dengan orang lain tentang cara bertindak, berpikir dan merasakan, dan hal itu penting untuk menghasilkan partisipasi sosial yang efektif (Andini et al., 2023).

Pada pengabdian ini kegiatan sosialisasi dilakukan kepada mitra mencakup standar produksi, manajemen SDM dan strategi *digital marketing* melalui *marketplace* (Shopee) dan media sosial TikTok dengan menghadirkan para perajin gula aren, pemerintah desa Batulawang, dan akademisi. Pada kegiatan sosialisasi ini disampaikan juga terkait pentingnya mata pencaharian sebagai *nyadap lahang* atau perajin gula aren karena sangat berkaitan dengan sejarah, budaya, maupun ekonomi Galuh karena dengan masih eksisnya perajin gula aren berarti warisan budaya masih tetap terjaga.

2. Pelatihan

Pelatihan ini dirancang berdasarkan permasalahan yang diidentifikasi oleh mitra dan tim pengabdian dan berupaya untuk menyelesaikannya dengan dilakukan pelatihan dan pendampingan terkait standarisasi produk, pelatihan manajemen keuangan sederhana, pelatihan pemasaran dengan *digital marketing* seperti pembuatan *branding* kemasan menarik, pelatihan pendaftaran produk di *marketplace* (Shopee) dan Tiktok pada media sosial.

3. Penerapan teknologi

Penerapan teknologi pada pengabdian ini yaitu; 1) Memproduksi gula semut dengan mesin penghalus gula serta pengemasan produk dengan pemberian berupa alat *vaccum sealer* untuk menambah umur simpan produk lebih lama. 2) Selain itu juga membuat *branding* kemasan gula aren merah. 3) Dalam pengabdian ini juga, teknologi *digital marketing* digunakan untuk memperluas jangkauan pemasaran gula aren dari desa Batulawang melalui *marketplace* (Shopee) dan media sosial TikTok.

4. Pendampingan dan evaluasi

Selanjutnya tahap penerapan teknologi bagi para perajin gula aren di dusun Pagerbatu Desa Batulawang. Pada tahap ini, tim melakukan pendampingan secara kontinu untuk melatih kemampuan para perajin gula aren dalam menggunakan alat teknologi. Teknologi yang diterapkan yaitu mesin penghalus gula semut dan alat *vacuum sealer*, membuat *branding* pada gula aren gandum dan *digital marketing* melalui *marketplace* untuk meningkatkan pasar yang lebih luas sehingga peluang penjualan meningkat dan bisa berdampak langsung pada pendapatan perajin.

5. Keberlanjutan Program

Tahap ini masih terus dilakukan pendampingan secara kontinu pada kelompok perajin gula aren di dusun Pagerbatu dan dilakukan evaluasi pada kegiatan sebelumnya secara keseluruhan terutama yang berkaitan dengan program-program yang masih belum terlaksana secara optimal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Uraian Pelaksanaan Kegiatan

1. Waktu dan tempat kegiatan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Dusun Pagerbatu, Desa Batulawang, Kecamatan Pataruman, Kota Banjar, Jawa Barat. Lokasi ini dipilih karena merupakan sentra perajin gula aren yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui inovasi produksi, *branding*, dan pemasaran digital.

2. Tahapan persiapan (bulan pertama)

- a) Survei lapangan dan analisis kebutuhan mitra.

Survei lapangan dilaksanakan pada bulan Agustus 2025 di Dusun Pagerbatu, Desa Batulawang. Tujuannya untuk mengetahui kondisi nyata perajin gula aren dan

permasalahan yang mereka hadapi. Kegiatan dilakukan dengan observasi langsung, wawancara, dan diskusi bersama perajin.

- b) Koordinasi dengan aparat desa dan kelompok perajin gula aren.

Koordinasi dilakukan dengan aparat Desa Batulawang yaitu Kasie Layanan Masyarakat bapa Dadan Sofyan dan bapak Hadis Ilhami selaku Kadus di dusun Pagerbatu dan kelompok perajin gula aren yang di ketuai bapak Rendi. Tim menjelaskan rencana program dan mendapat dukungan dari desa serta perajin. Mereka berharap ada bantuan pendampingan pemasaran, dan regenerasi perajin muda. Koordinasi ini menjadi langkah awal agar kegiatan berjalan lancar. Sekaligus mengatur waktu penjadwalan untuk sosialisasi.

### 3. Tahap Pelaksanaan

- a) Sosialisasi kepada masyarakat terkait *branding* produk dan *digital marketing*

Sosialisasi kepada masyarakat terkait *branding* produk dan *digital marketing* dilaksanakan pada tanggal 16 dan 19 Agustus 2025 di Dusun Pagerbatu, Desa Batulawang. Kegiatan ini diikuti oleh para perajin gula aren beserta aparat desa. Sosialisasi bertujuan memberikan pemahaman tentang pentingnya identitas merek, desain kemasan yang menarik, serta strategi pemasaran digital melalui *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop. Dalam kegiatan tersebut, tim pengabdian menjelaskan langkah-langkah membuat merek dagang, penggunaan logo dan label, serta cara memanfaatkan *platform* digital untuk memperluas pasar. Peserta juga diajak berdiskusi dan berbagi pengalaman mengenai tantangan yang dihadapi dalam pemasaran. Melalui sosialisasi ini, masyarakat diharapkan lebih siap mengembangkan produk gula aren agar memiliki daya saing tinggi dan mampu meningkatkan pendapatan secara mandiri.



**Gambar 1. Sosialisasi**

- b) *Workshop Branding* Produk dan pemasaran digital (Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop).

Kegiatan pengabdian ini meliputi *Workshop Branding* Produk dan *Workshop Pemasaran Digital* dilaksanakan. Pada *workshop branding*, perajin didampingi untuk membuat identitas usaha melalui merek dagang, logo, dan desain kemasan gula aren gandum yang lebih menarik sehingga produk memiliki nilai tambah, mudah dikenali, dan berdaya saing tinggi. Sementara itu, *workshop* pemasaran digital melibatkan generasi muda untuk melatih perajin memasarkan produk secara online melalui Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop, termasuk cara membuat akun toko, mengunggah produk dengan foto serta deskripsi menarik, dan memanfaatkan fitur promosi. Dengan kedua *workshop* ini, diharapkan perajin mampu memperluas pasar, meningkatkan pendapatan, serta mengembangkan usaha gula aren secara mandiri dan berkelanjutan.



Gambar 2. Produk di marketplace

c) Pendampingan *branding* produk dan desain kemasan gula aren gandu.

Pendampingan *branding* produk dan desain kemasan gula aren gandu dilakukan pada tanggal 22 September sampai Desember 2025 melalui beberapa langkah. Tahap pertama adalah observasi untuk melihat kondisi produk dan kemasan yang sudah digunakan perajin. Selanjutnya dilakukan diskusi dengan perajin untuk mengetahui kebutuhan dan harapan mereka terkait identitas merek dan tampilan kemasan. Setelah itu, tim merumuskan konsep *branding* berupa nama merek, logo, warna, dan pesan utama yang sesuai dengan karakter gula aren lokal. Konsep tersebut kemudian diwujudkan dalam desain kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai standar pasar. Desain yang telah dibuat dipresentasikan kepada perajin untuk memperoleh masukan, kemudian dilakukan produksi contoh kemasan sebagai uji coba. Tahap akhir adalah pendampingan penggunaan kemasan baru pada produk, agar perajin terbiasa menerapkannya secara konsisten dalam pemasaran.



Gambar 3. Pendampingan

## B. Penerapan Produk Teknologi dan Inovasi ke Masyarakat

### 1. Produk Teknologi dan Inovasi (*Hard* Dan *Soft*)

Dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, tim membawa dua jenis produk teknologi, yaitu teknologi *hard* berupa peralatan produksi, dan teknologi *soft* berupa pengetahuan, keterampilan, serta strategi pemasaran yang dapat langsung diimplementasikan oleh mitra. Produk teknologi *hard* yang diterapkan meliputi penggunaan alat *vacuum sealer* untuk

memperpanjang umur simpan produk melalui proses pengemasan yang lebih higienis, kedap udara, dan berstandar modern. Kehadiran alat ini tidak hanya meningkatkan kualitas fisik produk gula aren, tetapi juga memperkuat citra produk agar lebih kompetitif saat dipasarkan di toko oleh-oleh maupun *platform* digital. Selain itu, penggunaan teknologi *hard* ini menjadi langkah awal untuk mendorong modernisasi proses produksi sehingga kelompok perajin dapat memenuhi tuntutan konsumen yang mengutamakan kebersihan, daya simpan panjang, dan tampilan produk yang menarik.



Gambar 4. Mesin *Vacuum Sealer*

Selanjutnya, tim juga menghadirkan mesin penyaring gula semut sebagai bagian dari teknologi *hard* yang diberikan kepada kelompok perajin. Mesin penyaring ini berfungsi untuk mempermudah proses penyaringan gula semut aren sehingga butiran yang dihasilkan lebih halus, seragam, dan memenuhi standar kualitas produk yang diminati pasar. Dengan adanya mesin ini, proses produksi menjadi jauh lebih efisien karena perajin tidak lagi melakukan pengayakan secara manual yang membutuhkan waktu lama dan tenaga ekstra.

Sebelum pengadaan alat ini, kapasitas produksi gula semut oleh mitra sangat terbatas, yakni hanya mampu menghasilkan sekitar 2 kg per hari. Keterbatasan ini membuat mereka kesulitan memenuhi permintaan dalam jumlah besar, terutama ketika terjadi lonjakan pesanan dari pasar lokal maupun dari pembeli luar daerah. Setelah mesin penyaring gula semut diserahkan dan mulai dioperasikan, kapasitas produksi meningkat secara signifikan, yaitu mencapai 10–20 kg per hari, tergantung kondisi bahan baku dan intensitas kerja perajin. Peningkatan produksi ini memberi dampak positif bagi mitra karena kini mereka dapat memenuhi pesanan dalam partai besar tanpa mengalami hambatan waktu maupun kualitas.

Dengan demikian, keberadaan mesin ayak gula semut bukan hanya mempercepat proses kerja, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan produktivitas, memperluas peluang pasar, dan mendukung keberlanjutan usaha kelompok perajin gula aren di Desa Batulawang.



Gambar 5. Mesin Penyaring Gula Semut

*Brand* produk yang dikenalkan kepada mitra merupakan *brand* gula tradisional yang mengusung konsep pelestarian kearifan lokal melalui penggunaan kemasan berbahan daun kelapa tua. Inovasi *branding* ini tidak hanya menonjolkan identitas budaya kawasan Desa

Batulawang, tetapi juga memberikan nilai tambah pada produk karena kemasan alami tersebut memiliki daya tarik visual yang kuat, ramah lingkungan, dan semakin diminati konsumen pada era tren produk berkelanjutan (*eco-friendly*).

Melalui penguatan *brand* ini, diharapkan mitra mampu membedakan produk mereka dari gula aren komersial lainnya yang umumnya dikemas secara modern. Penggunaan kemasan tradisional justru menjadi keunggulan kompetitif karena menonjolkan ciri khas lokal yang autentik, sehingga cocok dipasarkan sebagai produk unggulan daerah maupun oleh-oleh khas. Selain itu, strategi *branding* ini didukung dengan pelatihan mengenai cara menjaga konsistensi desain, kebersihan, dan kualitas fisik kemasan agar tetap menarik dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

Penerapan teknologi *branding* ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk melalui tampilan yang lebih profesional, meningkatkan kuantitas produksi karena meningkatnya permintaan pasar, serta mendorong daya saing produk gula aren di berbagai segmen pasar, baik lokal maupun digital. Dengan demikian, inovasi *branding* berbasis kearifan lokal ini menjadi langkah strategis untuk memperkuat posisi produk gula aren Batulawang sebagai produk khas yang bernilai ekonomi tinggi.



Gambar 6. Brand Produk

Sementara itu, produk teknologi *soft* mencakup pendampingan *branding*, pelatihan desain kemasan modern, serta strategi pemasaran digital melalui *marketplace* (Shopee). Inovasi *soft* ini dirancang agar perajin tidak hanya mengandalkan penjualan konvensional ke pengepul, tetapi juga mampu memasarkan produk secara mandiri dengan harga yang lebih menguntungkan.

2. Penerapan Teknologi dan Inovasi Kepada Masyarakat (Relevansi dan Partisipasi Masyarakat)  
Penerapan teknologi dilakukan dengan memperhatikan kondisi dan kebutuhan perajin di Dusun Pagerbatu. Masyarakat terlibat aktif mulai dari tahap sosialisasi, pelatihan, hingga pendampingan. Pada tahap awal, perajin diajarkan cara menggunakan mesin *vacuum sealer*. Proses ini dilakukan secara langsung agar perajin terbiasa dengan teknologi baru dan dapat menggunakannya secara mandiri setelah kegiatan berakhir.

Dalam hal inovasi *soft*, masyarakat juga terlibat dalam *workshop branding* produk dan pelatihan pemasaran digital. Generasi muda desa dilibatkan untuk mendukung penguasaan teknologi digital, sehingga regenerasi perajin dapat berjalan beriringan dengan modernisasi pemasaran. Relevansi kegiatan ini sangat tinggi, mengingat masalah utama mitra sebelumnya adalah keterbatasan alat produksi, kurangnya regenerasi, serta pemasaran yang masih konvensional.

Partisipasi masyarakat terlihat dari antusiasme mereka mengikuti setiap kegiatan, memberikan masukan terhadap desain kemasan, serta kesediaan mereka mempraktikkan langsung pemasaran digital. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran kolektif bahwa teknologi dan inovasi sangat penting untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha gula aren.

### 3. *Impact* (Kebermanfaatan dan Produktivitas)

Penerapan teknologi dan inovasi dalam program ini membawa dampak positif yang signifikan bagi para perajin gula aren di Pagerbatu. Dari sisi produktivitas, penggunaan *vacuum sealer* mampu menjaga kualitas dan daya tahan gula aren lebih lama sehingga membuka peluang pemasaran yang lebih luas, termasuk ke luar daerah. Produk yang dikemas secara higienis dan modern lebih mudah diterima oleh pasar dan memiliki nilai jual lebih tinggi.

Dari sisi kebermanfaatan ekonomi, penerapan strategi *digital marketing* memberikan perubahan besar dalam pola pemasaran. Perajin tidak lagi bergantung sepenuhnya pada pengepul, karena kini mereka dapat menjual produk secara langsung melalui berbagai marketplace. Perubahan ini membuat keuntungan yang diterima perajin meningkat. Sebagai contoh, harga gula aren yang sebelumnya hanya mencapai sekitar Rp25.000 per *bonjor* jika dijual ke pengepul, kini dapat dipasarkan hingga Rp40.000 melalui *platform* digital. Peningkatan harga jual tersebut berdampak langsung pada meningkatnya pendapatan rata-rata perajin.

Selain itu, kehadiran mesin penyaring gula semut turut mendorong peningkatan kapasitas produksi. Jika sebelumnya perajin hanya mampu menghasilkan sekitar 2 kg gula semut per hari, kini mesin tersebut memungkinkan produksi mencapai hingga 20 kg per hari. Dengan peningkatan ini, mitra dapat memenuhi permintaan dalam jumlah besar, termasuk pesanan partai besar, tanpa mengorbankan kualitas produk.

Program ini juga memberikan dampak sosial yang penting, terutama dengan meningkatnya minat generasi muda untuk terlibat dalam kegiatan produksi gula aren. Pendekatan modern melalui *branding*, kemasan menarik, dan pemasaran digital membuat usaha gula aren tidak lagi dipandang sebagai pekerjaan tradisional semata, tetapi sebagai peluang ekonomi kreatif yang menjanjikan. Kini, produk gula aren Pagerbatu memiliki citra baru yang lebih profesional, higienis, dan kompetitif di pasar digital.

Secara keseluruhan, penerapan teknologi dan inovasi dalam program ini tidak hanya meningkatkan kualitas dan kuantitas produk, tetapi juga mendorong kemandirian ekonomi perajin, memperkuat identitas produk lokal, serta menjaga keberlanjutan warisan budaya *nyadap kawung* sebagai mata pencaharian tradisional masyarakat Sunda. Program ini menjadi contoh bagaimana modernisasi dapat berjalan seiring dengan pelestarian kearifan lokal.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Batulawang, khususnya pada kelompok perajin gula aren di Dusun Pagerbatu, berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, dan daya saing gula aren melalui penerapan teknologi *hard* dan *soft*. Penggunaan *vacuum sealer* terbukti mampu memperpanjang umur simpan produk dan meningkatkan kualitas kemasan sehingga memperluas peluang pemasaran hingga ke luar daerah. Penerapan mesin ayak gula semut secara signifikan meningkatkan kuantitas produksi dari 2 kg menjadi 10–20 kg per hari, memungkinkan perajin memenuhi permintaan dalam jumlah besar.

Dari aspek pemasaran, penerapan *digital marketing* membuka peluang baru bagi perajin untuk menjual produk secara langsung melalui marketplace, sehingga pendapatan meningkat dari harga Rp25.000 per *bonjor* menjadi hingga Rp40.000 per *bonjor* di pasar digital. Selain itu, penguatan

*branding* berbasis kearifan lokal melalui kemasan daun kelapa tua berhasil meningkatkan citra produk menjadi lebih profesional, menarik, dan kompetitif.

Secara sosial, program ini turut mendorong keterlibatan generasi muda dalam usaha produksi gula aren, menjadikan aktivitas ini tidak hanya sebagai tradisi, tetapi juga peluang usaha modern yang bernilai ekonomi. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan kualitas, kuantitas, pemasaran, dan keberlanjutan usaha gula aren sebagai warisan budaya *nyadap kawung* masyarakat Sunda.

### Saran

1. Tindakan Praktis
  - a. Perajin disarankan untuk menjaga konsistensi kualitas produk dan kebersihan proses produksi agar standar mutu tetap terjaga, terutama untuk pemasaran digital.
  - b. Perajin perlu membentuk tim khusus pemasaran digital untuk mengelola marketplace, media sosial, dan layanan pelanggan secara lebih profesional.
  - c. Pemanfaatan mesin dan peralatan produksi perlu disertai jadwal perawatan rutin agar alat tetap berfungsi optimal dan memiliki umur pakai lebih panjang.
2. Pengembangan Teori atau Model Pemberdayaan
  - a. Diperlukan pengembangan model pemberdayaan berbasis teknologi lokal dengan pendekatan *eco-friendly branding* sebagai konsep teoretis baru yang dapat diadaptasi oleh komunitas perajin lainnya.
  - b. Program ini dapat menjadi dasar penyusunan model pengembangan ekonomi kreatif desa berbasis komoditas lokal dan integrasi *digital marketing*.
3. Pengabdian kepada Masyarakat Lanjutan
  - a. Perlu dilakukan pelatihan lanjutan mengenai manajemen keuangan usaha, pengembangan kemasan inovatif, dan pengurusan perizinan seperti PIRT dan halal untuk meningkatkan legalitas produk.
  - b. Pengabdian lanjutan dapat difokuskan pada strategi ekspor skala kecil atau kemitraan dengan toko oleh-oleh, UMKM, dan *platform e-commerce* untuk memperluas pasar.
  - c. Penguatan kapasitas generasi muda desa melalui program pelatihan wirausaha, konten kreatif, dan literasi digital penting untuk menjaga keberlanjutan usaha gula aren jangka panjang.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan dukungan pendanaan yaitu Kemendisaintek dan juga LPPM Universitas Galuh serta Mitra Gula Aren Arendi sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Dukungan tersebut berperan penting dalam pelaksanaan setiap tahapan program, mulai dari perencanaan, penyediaan teknologi, pelatihan, hingga pendampingan kepada kelompok perajin gula aren di Desa Batulawang. Semoga kerja sama ini dapat terus berlanjut dalam upaya pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan berbasis potensi lokal.

### DAFTAR PUSTAKA

- Andini, R. N., Muldan, D., Marpuah, I., Yusup, A. M., Melani, N., Giselowati, Y., Agustin, A. M., Komalasari, S., Fadia, R. A., Rohmati, I., Chantiago, B. F., Nurjaman, J., Andean, D., & Sulaeman, I. (2023). Strategi Inovasi Produk Diversifikasi Untuk Menciptakan Keunikan Dalam Branding UMKM Di Desa Tundagang. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 4(4), 770–780. <https://doi.org/10.38048/jailcb.v4i4.2256>
- Halman Paris. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Gula Semut di Desa Bulu Mario Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*.
- Hikmatunnisa, R. S. P. I. S. (2020). PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Suatu Studi pada Pembeli Yang

- Menghuni Perumahan Garden City Ciamis). *Businen Management and Entrepreneurship journal*, 2.
- Luh De Erik Trisnawati, N., Putri Ardia Sari, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma, S. (2023). Penerapan Digital Marketing Serta Inovasi Produk, Guna Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada Gula Semut Pedawa Di Singaraja. *Jurnal Artha Satya Dharma*, 16(2), 111–122.
- Manurung, R., & Ira Kartika, N. (n.d.). *UNIFARM Unisri Food and Agiculture Research Meeting Peranan Labeling Desain Kemasan Pada UMKM Dengan Model Tipografi Ramah Lingkungan Terhadap Ketahanan Pangan The Role of Packaging Design Labelling in MSMEs with an Environmentally Friendly Typography Model*.
- Mulyani, T., Saryono, O., Haris, F., Prabowo, E., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2023). *Pengaruh Emotional Branding Dan Custemer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty (Suatu Studi Pada Konsumen Produk Tas Merek Animo di UKM Animo Padaherang)* (Vol. 5). <https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/6323>
- Nurkholiq, O. A., Saryono, O., Setiawan, I., Fungsional, J., Kepala, L., & Ahli, A. (2019). ANALISIS PENGENDALIAN KUALITAS (QUALITY CONTROL) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK. *Ekonomilogi*, 6. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi>
- Suryansyah, S. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS GULA AREN. In *Jurnal Social Economic of Agriculture* (Vol. 7, Number 1).
- Wenny. (n.d.). *Modul Riset Keperawatan*.
- Wira Yudha+Alam. (2025). *PENGARUH STRATEGI BRANDING TERHADAP PENINGKATAN NILAI TAMBAH UMKM*.