



Empowering KWT Mekarsari Bigaran through the ant sugar digital branding program for market expansion

Dwi Susanti , Rayinda Faizah, Prihatin Dwi Hantoro, Tiffani Anggi Amelia, Dessy Nurmala Sari

Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

 dwisusanti@ummgl.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.10198>

Abstract

The urgency of developing the Bigaran BALKONDES was expanded with the involvement of the Mekarsari Women's Farmers Group (KWT) to produce new products, one of which was Ant Sugar. Currently, KWT Mekarsari does not yet have a concept about the characteristics and advantages of Ismi ant sugar products and there are no plans for a market expansion program via digital platforms. The aim of this service activity is to focus on solving product production and management problems in several stages with the ultimate aim of increasing market share through digital branding and marketing. Service activities are carried out by implementing digital marketing training and social media management and organizational management training. The result of this activity is the availability of a new brand from KWT Mekarsari, namely Gula Semut Mekarsari with new packaging. Apart from that, social media is also available as a digital marketing tool via the Instagram account @gulasemut.mekarsari.

Keywords: *Farming womens group; Digital marketing; Organization management*

Pemberdayaan KWT Mekarsari Bigaran melalui program digital branding gula semut untuk perluasan pasar

Abstrak

Urgensi pengembangan BALKONDES Bigaran diperluas dengan keterlibatan Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekarsari untuk memproduksi olahan baru yang salah satunya adalah gula semut. Saat ini, KWT Mekarsari belum memiliki konsep tentang karakteristik dan keunggulan produk gula semut Ismi dan belum ada rencana untuk program perluasan pasar melalui *platform* digital. Tujuan pengabdian ini adalah berfokus pada pemecahan permasalahan produksi produk dan manajemen dengan beberapa tahapan dalam rangka meningkatkan pangsa pasar melalui *digital branding* dan *marketing*. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan pelaksanaan pelatihan pemasaran digital dan pengelolaan sosial media dan pelatihan manajemen organisasi. Hasil dari kegiatan ini adalah tersedianya produk baru dari KWT Mekarsari yakni gula semut Mekarsari dengan kemasan baru. Selain itu juga tersedianya sosial media sebagai perangkat pemasaran digital melalui akun Instagram @gulasemut.mekarsari.

Kata Kunci: Kelompok Wanita tani; Pemasaran digital; Manajemen organisasi

1. Pendahuluan

Penetapan Borobudur sebagai kawasan destinasi super prioritas mengubah lanskap pariwisata di wilayah Magelang. Salah satunya pendirian balai ekonomi desa

(BALKONDES) oleh Kementerian BUMN yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di wilayah Borobudur (Cholisna et al., 2019). Pengelolaan BALKONDES diserahkan untuk dikelola dan dikembangkan oleh masyarakat dengan harapan mampu menjadi penggerak industri rumah tangga sehingga mampu memberikan manfaat dalam jangka panjang (Muafi et al., 2018). Salah satunya adalah BALKONDES Bigaran yang berjarak sekitar 10 Km dari Candi Borobudur (Gambar 1). Ciri khas dari BALKONDES Bigaran adalah olahan pangan dari ibu rumah tangga diantaranya adalah olahan coklat dan gula semut. Gula semut merupakan produk pengembangan yang melibatkan Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekarsari. Produksi gula semut oleh KWT Mekarsari sudah dimulai semenjak tahun 2019 namun angka penjualannya belum cukup signifikan. Tim pengusul melakukan wawancara kepada pengelola KWT Mekarsari dan diperoleh dua masalah utama.



Gambar 1. Suasana dan kondisi Ndeso Bigaran

Permasalahan pertama adalah terkait dengan metode pemasaran yang masih sangat kurang. Hal ini disampaikan oleh Ibu Maryati selaku ketua KWT Mekarsari bahwa selama ini proses pemasaran yang dilakukan masih cenderung konvensional yakni dijual di pasar dan dititipkan di *stand* BALKONDES Bigaran sehingga jangkauan pasarnya terbatas. Selain itu, ada keinginan dari KWT Mekarsari untuk memperluas pasar namun terkendala oleh pemahaman pengelola terkait dengan pemasaran khususnya pemasaran di era digital seperti saat ini.

Permasalahan kedua adalah KWT Mekarsari belum memiliki konsep tentang karakteristik dan keunggulan produk gula semut yang akan dipasarkan. Selain itu, mereka juga belum mengetahui harga jual produk gula semut, target perluasan pasar serta belum adanya tugas dan tanggung jawab dalam pengelolaan usaha terkait produk tersebut. Ibu Maryati menyampaikan bahwa selama ini KWT Mekarsari belum pernah melakukan perbandingan terkait produk gula semut yang diproduksi dengan produk gula semut yang lain. Selain itu, proses pengemasan produk gula semut juga cenderung sederhana dan kurang informatif sehingga kurang menarik pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa KWT Mekarsari masih kurang dalam melakukan riset pasar terkait gula semut sehingga kurang mampu melakukan *branding* yang tepat terhadap produknya. Adanya permasalahan tersebut berdampak pada penjualan produk gula semut Bigaran yang diproduksi oleh KWT Mekarsari tidak signifikan dan tidak sesuai target yang diharapkan.

Berdasarkan permasalahan di atas, tim pengabdian dari Universitas Muhammadiyah Magelang perlu melakukan upaya untuk meningkatkan sumber daya manusia KWT Mekarsari dalam melakukan pelatihan *digital branding* dan *marketing*. Kegiatan

pendampingan ini diawali dengan observasi ke KWT Mekarsari, berdiskusi dengan Ketua KWT Mekarsari untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi. Selanjutnya adalah menentukan prioritas permasalahan yang akan diselesaikan dan merancang solusi yang akan ditawarkan.

2. Metode

Kegiatan pengabdian ini berlangsung kurang lebih selama 4 bulan mulai dari bulan Agustus hingga November 2023. Mitra pengabdian ini adalah KWT Mekarsari yang merupakan kelompok wanita tani di Desa Bigaran, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang. Rangkaian kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam berbagai kegiatan dengan jumlah peserta sebanyak 15 ibu-ibu anggota KWT Mekarsari. Adapun tahapan kegiatannya adalah sebagai berikut.

2.1. Restrukturisasi dan manajemen organisasi

Kegiatan ini dilakukan guna membentuk struktur baru organisasi KWT Mekarsari. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 23 Agustus dan 12 September 2023. Pada kegiatan ini diikuti oleh seluruh anggota KWT Mekarsari dengan durasi kegiatan kurang lebih selama 2 jam.

2.2. Pelatihan produksi gula semut

Kegiatan ini dilakukan selama 2 kali, yakni pada tanggal 19 September 2023 dan 24 Oktober 2023. Kegiatan pelatihan pertama dilakukan dengan durasi kurang lebih 4 jam dengan menghadirkan narasumber Ella Rizki selaku Direktur Utama PT Nira Lestari Internasional yang fokus pada produksi gula semut dengan standar ekspor. Kegiatan pelatihan kedua dipandu langsung oleh Rayinda Faizah sekaligus memberikan arahan terkait menjaga semangat kelompok antar anggota KWT.

2.3. Pelatihan *digital branding* dan *marketing*

Kegiatan pelatihan *digital branding* dan *marketing* dilaksanakan pada tanggal 21 September 2023. Kegiatan ini hanya diikuti oleh 5 anggota ibu-ibu muda KWT Mekarsari yang dilatih secara intensif pada pengelolaan sosial media dan pembuatan konten.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Restrukturisasi dan manajemen organisasi

Kegiatan pelatihan ini diadakan 2 kali. Pelatihan pertama pada hari Rabu, 23 Agustus yang dihadiri oleh 12 anggota KWT Mekarsari. Pada pelatihan ini diperkenalkan kepada peserta terkait dengan konsep dasar dalam manajemen organisasi, dimana peserta dapat memahami terkait dengan struktur organisasi, tata kelola keuangan, penentuan peran dan tanggung jawab kelompok serta manajemen sumber daya manusia. Di sini KWT Mekarsari mempraktikkan secara langsung terkait dengan tujuan jangka panjang dan pendek, mengukur risiko dan merencanakan langkah-langkah konkret untuk mencapai tujuan tersebut.

Proses kegiatan pelatihan ini dilaksanakan kurang lebih selama dua jam, diawali dengan pemberian informasi terlebih dahulu terkait manajemen organisasi. Kegiatan selanjutnya dilakukan diskusi terkait analisis deskripsi dan penetapan deskripsi

pekerjaan dari setiap anggota KWT Mekarsari. Pelatihan pertama diisi oleh Dwi Susanti MA seperti yang ditunjukkan pada [Gambar 2](#). Pada kegiatan ini, anggota KWT Mekarsari juga menceritakan beberapa kendala yang dialami, salah satunya adalah pandemi Covid-19 yang berdampak pada tidak adanya pesanan sehingga menurunkan semangat para anggota KWT Mekarsari.



[Gambar 2. Kegiatan restrukturisasi dan manajemen organisasi](#)

Proses pelatihan kedua dilaksanakan pada tanggal 12 September 2023 dengan agenda utama pemilihan struktur organisasi pengurus KWT Mekarsari. Kegiatan ini diisi oleh Rayinda Faizah, M.Psi., Psikolog. Pada kegiatan ini terpilih Ibu Ismi dan Ibu Ipin sebagai ketua dan wakil ketua KWT Mekarsari. Pada kegiatan ini, juga disampaikan materi tentang komitmen dalam berorganisasi.

3.2. Pelatihan produksi gula semut

Kegiatan pelatihan ini dilakukan selama 2 kali, yakni pada tanggal 19 September 2023 dan 24 Oktober 2023. Kegiatan pelatihan pertama menghadirkan Ella Rizki selaku Direktur Utama PT Nira Lestari Internasional yang fokus pada produksi gula semut dengan standar ekspor. Kegiatan pelatihan kedua dipandu langsung oleh Rayinda Faizah sekaligus memberikan arahan terkait menjaga semangat kelompok antar anggota KWT seperti yang terlihat pada [Gambar 3](#).

Untuk membuat gula semut secara tradisional, bahan diambil dari pohon kelapa yang disadap niranya. Pada pohon kelapa biasanya berumur sekitar 8 tahun, sedangkan untuk kelapa hybrida umurnya paling cepat sekitar 4-5 tahun. Manggar lalu dipotong ujungnya ± 10 cm dengan pisau tajam, kira-kira seminggu kemudian nira sudah bisa disadap. Agar nira tidak asam (fermentasi) dan kotorannya mengendap, maka perlu ditambahkan 1 sendok makan laru. Adapun campuran laru yang kurang baik jika nantinya berupa zat kimia. Sebelum melakukan pemasangan pongkor bambu guna menderes lagi. Untuk bambu/bumbung tersebut sebelum digunakan harus dibersihkan menggunakan air panas. Manggar kemudian dipotong sedikit dengan sekali sentuhan agar niranya kembali keluar.

Beberapa tahapan produksi gula semut yang baik dan terstandar ekspor adalah sebagai berikut:

- a. Siapkan wajan.
- b. Panaskan tungku.
- c. Menyaring nira dengan menggunakan saringan dan masukan ke wajan yang sudah panas.
- d. Memberi ipah (minyak kelapa atau santan) saat mengeluarkan busa.
- e. Mengaduk nira dengan irus bambu atau kayu sampai mengental.

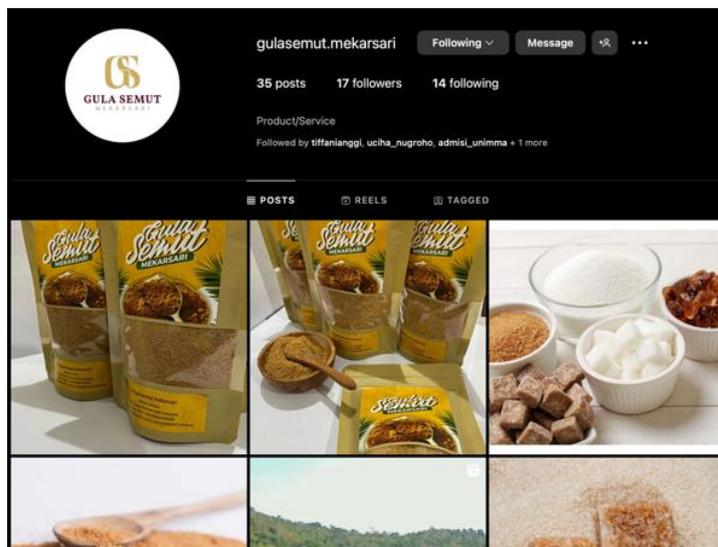
- f. Angkat wajan dari tungku.
- g. Kemudian aduk lagi nira yang sudah menjadi gula sampai kentalnya merata dan mengering.
- h. Lalu, haluskan gula yang sudah kering dengan diguser menggunakan batok kelapa. Ayak gula menggunakan ayakan.
- i. Kemas gula semut menggunakan plastik bening



Gambar 3. Kegiatan pelatihan produksi gula semut

3.3. Pelatihan *digital branding dan marketing*

Pelatihan ini diadakan pada tanggal 21 September 2023 yang dihadiri oleh 5 anggota muda KWT Mekarsari Bigaran. Pada pelatihan ini dipaparkan materi yang menekankan terkait tentang pentingnya memiliki keaktifan dalam dunia *online* dan memahami konsep-konsep terkait pemasaran digital foto produk dan kampanye iklan *online*. Di sini peserta akan dibekali dengan teknik fotografi dasar, menulis *caption* dan mengelola akun sosial media yang efektif, menghasilkan konten yang menarik dan berinteraksi dengan pelanggan yang potensial secara *online*. Hasil awal dari kegiatan ini adalah pembuatan akun Instagram bagi produk gula semut Mekarsari (Gambar 4).



Gambar 4. Tampilan media sosial Instagram KWT Mekarsari

Proses kegiatan pelatihan ini berlangsung kurang lebih dua jam, yang diawali dengan pemaparan materi, praktik singkat dan diskusi. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta cukup antusias dan tertarik dalam berpraktik. Kondisi ini menjadi saran bagi pelaksana untuk juga memberikan pelatihan kepada remaja dimana

menjadi sebagai sarana pengaderan. Sosial media menjadi salah satu *platform* penting dalam pemasaran digital, namun sebelum itu perlu dilakukan proses *rebranding* atau membangun lagi produk yang sudah ada ke arah yang lebih baru dan fresh (Susanti et al., 2022).



Gambar 5. Hasil produk gula semut Mekarsari dengan kemasan baru

Sebagai hasil dari kegiatan ini, produk gula semut hasil KWT Mekarsari telah memiliki nama dan kemasan baru yakni dari Gula Semut Ismi menjadi Gula Semut Mekarsari. Selain perubahan nama, pada kegiatan pengabdian ini juga menghasilkan kemasan baru dengan kemasan jual 250 gram seperti pada Gambar 5. Untuk perluasan pasar, produk Gula Semut Mekarsari juga telah memiliki akun Instagram bernama @gulasemut.mekarsari sebagai salah satu media untuk pemasaran digital. Akun tersebut juga dikelola langsung oleh anggota KWT Mekarsari yang telah diberikan pelatihan untuk pengelolaan *digital marketing*.

4. Kesimpulan

Hasil akhir kegiatan pengabdian yang telah dilakukan oleh tim Unimma, saat ini KWT Mekarsari telah mengalami peningkatan dalam hal kualitas pengelolaan produk yang dimiliki yakni Gula Semut Mekarsari. Saat ini KWT Mekarsari telah memiliki struktur organisasi dengan pembagian kerja yang jelas. Selain itu produk gula semut KWT Mekarsari juga telah memiliki *design packaging* yang baru dan akun sosial media Instagram @gulasemut.mekarsari yang akan dimanfaatkan untuk perluasan pasar.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada Kemenristek Dikti yang telah memberi kesempatan pada terlaksananya pengabdian ini melalui program hibah DRTPM sehingga seluruh kegiatan dapat berjalan dengan lancar. Ucapan terima kasih juga kami ucapkan kepada seluruh anggota KWT Mekarsari yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan pengabdian ini. Semoga pelatihan ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas, dan khususnya bagi seluruh anggota KWT Mekarsari Bigaran.

Daftar Pustaka

- Cholisna, S. L., Kumala, F., Setyaningrum, D., & Yuliani, N. L. (2019). Contribution of BALKONDES "Saka Pitu" As A Supporter of Borobudur KSPNin Increasing Economy of Tegalarum. *Jurnal Analisis Bisnis Ekon*, 17(2), 125-134. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i2.2730>
- Muafi, Sugandini, D., & Susilowati, C. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Pendekatan Community Based Tourism di Desa Kepakisan Dataran Dieng. *Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 3(1), 48-54. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v3i1.2250>
- Susanti, D., Hantoro, D., Sandy, F., & Muliawanti, L. (2022). Social media for social movement: A social media training for Turun Tangan Organization. *Community Empowerment*, 7(8), 1429-1436. <https://doi.org/https://doi.org/10.31603/ce.7673>
-



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
