

PELATIHAN PEMBUATAN GULA SEMUT DAN PEMASARAN PRODUK KTH CENREANGING DESA MADDENRE KAB. SIDRAP

Palm Sugar Production and Product Marketing Training at KTH Cenreanging, Maddenre Village, Sidrap Regency

Jumriah Basri¹, A. Kartini Sari Putri D², Suriadi³

Email: jumriahbasri1@gmail.com¹, akspuqid@gmail.com²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ichsan Sidenreng Rappang

³Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ichsan Sidenreng Rappang

^{1,2,3}Jl. Jenderal sudirman No.247, Pangkajene, Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan

Abstrak

Desa Maddenre di Kabupaten Sidenreng Rappang memiliki potensi tanaman aren yang dikelola oleh Kelompok Tani Hutan (KTH) Cenreanging, namun pemanfaatannya masih terbatas pada produk gula cetak tradisional dengan nilai jual yang rendah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk (1) meningkatkan keterampilan anggota KTH Cenreanging dalam mengolah nira aren menjadi gula semut yang higienis dan bernilai ekonomis tinggi, serta (2) memperkuat kapasitas pemasaran mitra melalui pemanfaatan media digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis komunitas (community-based participatory approach) yang dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu observasi dan identifikasi kebutuhan, pelatihan dan pendampingan intensif berbasis praktik langsung (hands-on training), serta evaluasi hasil. Kegiatan diikuti oleh anggota aktif KTH Cenreanging dengan materi meliputi standarisasi produksi gula semut, teknik kristalisasi dan pengeringan, pengemasan produk, dan pengenalan pemasaran melalui media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pada empat aspek utama, yaitu keterampilan teknis produksi gula semut yang lebih higienis dan terstandar, pemahaman pentingnya kemasan yang menarik dan informatif, kesiapan mitra memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, serta peningkatan kepercayaan diri mitra dalam mengelola usaha. Kegiatan ini berkontribusi terhadap penguatan ekonomi masyarakat pedesaan melalui hilirisasi produk berbasis potensi lokal dan adaptasi teknologi digital dalam pemasaran.

Kata Kunci: Gula Semut, Pemasaran Digital, KTH Cenreanging, Aren, Pengabdian Masyarakat

Abstract

Maddenre Village in Sidenreng Rappang Regency has significant potential in sugar palm cultivation, managed by the Cenreanging Community Forest Group (KTH Cenreanging). However, its utilization has been limited to traditional block palm sugar with relatively low economic value. This community service activity aimed to (1) improve the skills of KTH Cenreanging members in processing palm sap into hygienic and high-value palm sugar (gula semut), and (2) strengthen the group's marketing capacity through digital media utilization. The activity used a community-based participatory approach conducted in three stages: field observation and needs identification, intensive hands-on training and mentoring, and evaluation of outcomes. Training materials covered production standardization, crystallization and drying techniques, product packaging, and the use of social media for promotion. The results showed improvements in four key aspects: technical skills in producing hygienic and standardized palm sugar, understanding of attractive and informative packaging, readiness to use social media as a promotional channel, and increased confidence in managing the business. This activity contributes to strengthening the rural economy through the downstream processing of local commodities and the adoption of digital technology in product marketing.

Keywords: Palm Sugar, Digital Marketing, KTH Cenreanging, Palm Sap, Community Service

PENDAHULUAN

Desa Maddenre yang terletak di Kabupaten Sidenreng Rappang (Sidrap), Provinsi Sulawesi Selatan, memiliki potensi sumber daya alam yang cukup besar, terutama pada sektor pertanian dan kehutanan

rakyat. Salah satu potensi unggulan yang dimiliki desa ini adalah tanaman aren yang tumbuh subur di kawasan hutan rakyat serta dikelola oleh Kelompok Tani Hutan (KTH) Cenreanging. Nira aren yang diperoleh dari pohon aren merupakan bahan baku bernilai ekonomi yang dapat diolah menjadi berbagai produk turunan, seperti gula merah cetak, gula semut, dan minuman tradisional. Namun, selama ini pemanfaatan nira aren oleh KTH Cenreanging masih terbatas pada produk gula cetak tradisional dengan proses produksi yang sederhana, nilai jual yang rendah, dan jangkauan pasar yang terbatas.

Gula semut sebagai bentuk diversifikasi produk aren memiliki nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan gula cetak, baik dari sisi harga jual, daya simpan, kemudahan pengemasan, maupun peluang pasar. Karakteristik gula semut yang berbentuk kristal kering menjadikannya lebih tahan lama, mudah dilarutkan, serta dapat diterima oleh pasar modern dan konsumen dari kalangan menengah ke atas yang mulai beralih ke pemanis alami. Beberapa kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan pengolahan nira aren menjadi gula semut mampu meningkatkan pendapatan kelompok tani dan mendorong munculnya usaha mikro baru berbasis potensi lokal (Awaluddin, 2024; Rahmawati & Sulastri, 2023).

Di sisi lain, keberlanjutan usaha mikro di wilayah pedesaan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh strategi pemasaran yang mampu menembus pasar yang lebih luas. Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang bagi pelaku usaha mikro untuk memasarkan produknya melalui media sosial dan platform e-commerce, sehingga tidak lagi bergantung pada saluran distribusi konvensional. Beberapa studi menegaskan bahwa adopsi pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap perluasan pasar dan peningkatan omzet UMKM, terutama bagi pelaku usaha di wilayah pedesaan yang memiliki keterbatasan akses distribusi fisik (Effendi et al., 2022; Nasution et al., 2021).

Berdasarkan hasil observasi awal, KTH Cenreanging menghadapi dua permasalahan utama. Pertama, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam teknik produksi gula semut yang higienis, standar, dan bernilai tambah. Kedua, keterbatasan pemahaman mitra terhadap strategi pemasaran modern, khususnya pemasaran digital berbasis media sosial. Kedua permasalahan tersebut menjadi kendala utama dalam mengoptimalkan potensi ekonomi tanaman aren di Desa Maddenre. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya intervensi berupa pelatihan dan pendampingan yang bersifat aplikatif, berbasis kebutuhan mitra, dan berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian ini dirancang untuk menjawab permasalahan tersebut melalui kombinasi pelatihan teknis produksi gula semut dan pendampingan pemasaran digital. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan keterampilan anggota KTH Cenreanging dalam mengolah nira aren menjadi gula semut yang berkualitas dan bernilai jual tinggi; (2) memberikan pemahaman dan strategi pemasaran produk secara konvensional maupun digital guna meningkatkan pendapatan kelompok; dan (3) memperkuat kapasitas manajerial mitra dalam mengelola usaha berbasis produk lokal. Kegiatan ini diharapkan menjadi salah satu bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan melalui hilirisasi produk pertanian dan adopsi teknologi digital dalam pemasaran (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Maddenre, Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidenreng Rappang, Provinsi Sulawesi Selatan, dengan mitra utama Kelompok Tani Hutan (KTH) Cenreanging. Sasaran kegiatan adalah anggota aktif KTH Cenreanging yang selama ini menekuni usaha pengolahan nira aren menjadi gula cetak tradisional. Kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis komunitas (*community based participatory approach*) yang menempatkan mitra sebagai subjek utama, bukan sekadar objek pelatihan. Pendekatan ini terbukti efektif dalam memecahkan masalah spesifik mitra dengan melibatkan pelaku usaha secara aktif pada seluruh tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi hasil (Israel et al., 1998). Kegiatan dilaksanakan dalam tiga tahapan yang saling berkaitan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi, dengan uraian sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan (Observasi dan Identifikasi Kebutuhan)

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan untuk memetakan potensi dan kendala yang dihadapi oleh anggota KTH Cenreanging. Tim pengabdian melakukan diskusi terarah dengan ketua dan anggota kelompok untuk mengidentifikasi hambatan dalam proses produksi, khususnya pada tahap kristalisasi nira aren, serta memetakan pola pemasaran konvensional yang selama ini dijalankan. Selain itu, tim pengabdian juga menginventarisasi peralatan dan bahan yang tersedia di lokasi mitra guna menyusun materi pelatihan yang relevan dan aplikatif. Identifikasi kebutuhan ini menjadi landasan

utama dalam merancang materi pelatihan sehingga sesuai dengan kondisi nyata mitra dan tidak bersifat teoritis semata.



Gambar 1. Persiapan dan Pemaparan Materi

b. Tahap Pelaksanaan (Pelatihan dan Pendampingan Intensif)

Kegiatan inti dilakukan melalui metode pelatihan dan praktik langsung (*hands-on training*). Tim pengabdian menyampaikan materi mengenai standarisasi produksi gula semut, meliputi pentingnya kebersihan alat dan bahan, teknik penyaringan nira, teknik kristalisasi yang tepat, hingga proses pengeringan agar gula semut memiliki tekstur kering, warna seragam, dan daya simpan yang lama. Setelah pemaparan materi, mitra dilibatkan langsung dalam praktik pengolahan nira aren menjadi gula semut secara bertahap. Metode praktik langsung dipilih karena terbukti lebih efektif dibandingkan metode ceramah dalam meningkatkan keterampilan teknis peserta pelatihan usaha mikro (Susanti & Rachmawati, 2021).

Selain pelatihan teknis produksi, kegiatan juga difokuskan pada pendampingan pemasaran digital. Materi pendampingan mencakup pentingnya kemasan yang menarik dan informatif sebagai identitas produk, dasar-dasar penyusunan konten promosi produk, serta pengenalan penggunaan media sosial seperti WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram sebagai sarana promosi. Materi ini dirancang secara sederhana dan aplikatif agar mudah dipahami oleh anggota KTH yang belum terbiasa memanfaatkan media digital untuk kegiatan usaha (Pratiwi & Anggraeni, 2022).



Gambar 2. Proses Pembuatan Gula Semut

c. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman mitra terhadap materi yang telah diberikan serta menilai kualitas produk gula semut yang dihasilkan selama praktik. Evaluasi dilaksanakan melalui sesi tanya jawab interaktif, observasi langsung terhadap hasil praktik pembuatan gula semut, serta diskusi bersama mitra mengenai rencana tindak lanjut kegiatan. Tujuan tahap ini adalah memastikan mitra tidak hanya memahami materi secara konseptual, tetapi juga mampu mengaplikasikan keterampilan baru tersebut secara mandiri dan konsisten pasca kegiatan berakhir.



Gambar 3. Sesi Evaluasi dan Diskusi Bersama Mitra

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian pada KTH Cenreanging di Desa Maddenre telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang direncanakan. Pada tahap persiapan, tim pengabdian berhasil memetakan kebutuhan mitra yang meliputi tiga aspek utama, yaitu (1) rendahnya keterampilan teknis dalam pengolahan gula semut, (2) belum adanya standar kemasan produk, dan (3) belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Hasil identifikasi kebutuhan tersebut menjadi dasar penyusunan modul pelatihan yang bersifat aplikatif dan sesuai konteks mitra.

Pada tahap pelaksanaan, anggota KTH Cenreanging mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pelatihan dengan antusias. Praktik langsung pengolahan nira aren menjadi gula semut memberikan pengalaman baru bagi mitra, khususnya dalam hal pengaturan suhu, teknik pengadukan, dan proses kristalisasi. Mitra juga memperoleh pengetahuan mengenai standar kemasan produk berupa kemasan berlabel dengan informasi nama produk, komposisi, dan identitas produsen. Pada aspek pemasaran digital, mitra dilatih menyusun konten promosi sederhana, memotret produk dengan pencahayaan alami, serta membuat akun media sosial usaha untuk menjangkau konsumen di luar Desa Maddenre.

Pada tahap evaluasi, hasil observasi menunjukkan bahwa mitra telah memahami tahapan produksi gula semut dan mampu memproduksi gula semut dengan tekstur yang lebih kering, warna yang lebih seragam, serta aroma khas aren yang terjaga. Selain itu, mitra menyatakan kesiapan untuk melanjutkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk secara berkelanjutan. Perubahan kondisi mitra sebelum dan setelah kegiatan pendampingan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Mitra Sebelum dan Setelah Pendampingan

Aspek	Kondisi Sebelum Pendampingan	Kondisi Setelah Pendampingan
Teknik Produksi	Produk terbatas pada gula cetak dengan peralatan manual, proses kurang higienis, dan kualitas produk tidak seragam.	Mitra mampu memproduksi gula semut secara higienis dan terstandar, dengan teknik kristalisasi dan pengeringan yang tepat.
Pengemasan	Belum menggunakan kemasan modern; produk dikemas sederhana tanpa label maupun informasi produk.	Mitra memahami pentingnya kemasan yang menarik, informatif, dan higienis sebagai bagian dari strategi branding.
Pemasaran	Promosi bersifat konvensional, terbatas dari mulut ke mulut, dan tidak terencana secara sistematis.	Mitra mulai menyusun strategi pemasaran berbasis media sosial (WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram).
Kapasitas Mitra	Pemahaman anggota kelompok terhadap manajemen usaha dan pemasaran digital masih terbatas.	Terjadi peningkatan keterampilan teknis, pemahaman manajerial, dan kepercayaan diri dalam menjalankan usaha.

Pembahasan

Peningkatan keterampilan teknis mitra dalam memproduksi gula semut merupakan hasil paling menonjol dari kegiatan ini. Pengalaman praktik langsung dalam mengolah nira menjadi gula semut memberi mitra pemahaman yang lebih mendalam dibandingkan hanya menerima materi secara teoritis. Temuan ini sejalan dengan hasil kegiatan pengabdian serupa yang menyatakan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung (*hands-on training*) memberikan dampak yang lebih besar terhadap peningkatan keterampilan teknis peserta dibandingkan metode ceramah konvensional (Susanti & Rachmawati, 2021). Praktik langsung memungkinkan mitra segera menerapkan pengetahuan baru dan memperoleh umpan balik langsung dari tim pengabdian selama proses berlangsung.

Aspek pengemasan produk merupakan salah satu titik penting yang mengalami perubahan signifikan. Sebelum kegiatan, mitra tidak menyadari peran kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran, sehingga produk gula aren mereka umumnya dikemas tanpa label yang jelas. Setelah kegiatan, mitra memahami bahwa kemasan berperan sebagai media komunikasi antara produk dan konsumen, sekaligus menjadi elemen penting dalam membangun citra produk. Hal ini konsisten dengan berbagai studi yang menunjukkan bahwa perbaikan kemasan pada produk UMKM mampu meningkatkan persepsi kualitas, harga jual, dan daya saing produk di pasar modern (Utami & Prasetyo, 2022).

Pada aspek pemasaran digital, mitra mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Meskipun tingkat adopsinya masih pada tahap awal, kesiapan mitra untuk menggunakan WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram menunjukkan adanya perubahan pola pikir dari pemasaran konvensional menuju pemasaran berbasis digital. Perubahan pola pikir ini merupakan modal penting dalam keberlanjutan usaha mitra pasca kegiatan pengabdian. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa adopsi pemasaran digital oleh UMKM berbasis potensi lokal mampu memperluas jangkauan pasar dan mendorong peningkatan omzet, khususnya bagi pelaku usaha di wilayah pedesaan (Effendi et al., 2022; Pratiwi & Anggraeni, 2022).

Selain hasil teknis, kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak psikososial berupa peningkatan kepercayaan diri mitra dalam mengelola usaha. Kepercayaan diri ini muncul karena mitra merasa memiliki keterampilan baru, memahami peluang pasar, serta memiliki dukungan dari perguruan tinggi. Kondisi ini sejalan dengan hasil-hasil kegiatan pengabdian pada jurnal *community care/community service* yang menegaskan bahwa pendampingan berbasis komunitas tidak hanya memberi manfaat teknis, tetapi juga memperkuat aspek sosial dan psikologis mitra, seperti kemandirian, motivasi berusaha, dan solidaritas kelompok (Wibowo & Setiawan, 2023). Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi ganda, yakni peningkatan kapasitas produksi dan penguatan kohesi sosial kelompok tani hutan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pendekatan yang mengintegrasikan pelatihan teknis produksi dengan pendampingan pemasaran digital merupakan model intervensi yang efektif untuk memberdayakan kelompok usaha berbasis potensi lokal di wilayah pedesaan. Model ini dapat direplikasi pada kelompok tani hutan lain yang memiliki karakteristik dan potensi yang serupa dengan KTH Cenreanging.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pelatihan pembuatan gula semut dan pemasaran produk pada KTH Cenreanging Desa Maddenre, Kabupaten Sidenreng Rappang, telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas mitra. Secara khusus, kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan teknis mitra dalam mengolah nira aren menjadi gula semut yang higienis dan terstandar, meningkatkan pemahaman mitra terhadap pentingnya kemasan produk yang menarik dan informatif, serta mendorong kesiapan mitra dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Kegiatan ini juga memperkuat kepercayaan diri mitra dalam mengelola usaha berbasis potensi lokal, sehingga menjadi modal penting bagi keberlanjutan usaha pasca kegiatan pengabdian.

Saran

1. Kegiatan pendampingan perlu dilaksanakan secara berkelanjutan untuk mempertahankan perubahan perilaku pengelolaan usaha dan menjaga konsistensi kualitas produksi gula semut yang telah dicapai.
2. Pendampingan lanjutan sebaiknya difokuskan pada pengurusan izin edar produk (P-IRT dan sertifikasi Halal) serta penguatan strategi branding produk yang lebih profesional agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

3. Diperlukan kolaborasi berkelanjutan dengan pemerintah daerah, Dinas Kehutanan, serta Dinas Koperasi dan UKM agar KTH Cenreanging memperoleh akses pasar, permodalan, dan jaringan pemasaran yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Universitas Ichsan Sidenreng Rappang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM), Pemerintah Desa Maddenre, serta seluruh anggota Kelompok Tani Hutan (KTH) Cenreanging atas dukungan, kerja sama, dan partisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Awaluddin, A. (2024). Pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan gula semut dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Kalupini Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang. *Mallomo: Journal of Community Service*, 4(2), 333–340.
- Effendi, N., Yusuf, M., & Hidayat, R. (2022). Digital marketing adoption for rural small and medium enterprises: Evidence from Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(1), 112–128.
- Israel, B. A., Schulz, A. J., Parker, E. A., & Becker, A. B. (1998). Review of community-based research: Assessing partnership approaches to improve public health. *Annual Review of Public Health*, 19(1), 173–202.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023). *Perkembangan data UMKM dan strategi pemberdayaan UMKM di Indonesia*. Kemenkop UKM, Jakarta.
- Nasution, D. A. D., Rossanty, Y., & Nasib. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk UMKM di era digital. *Community Development Journal*, 2(3), 845–851.
- Pratiwi, D. R., & Anggraeni, R. (2022). Pendampingan pemasaran digital berbasis media sosial pada kelompok usaha mikro pedesaan. *Community Empowerment*, 7(4), 612–620.
- Rahmawati, R., & Sulastri, S. (2023). Diversifikasi produk olahan nira aren sebagai upaya peningkatan pendapatan kelompok tani. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Community Care*, 5(1), 22–31.
- Susanti, S., & Rachmawati, R. (2021). Pelatihan literasi keuangan dan digital marketing pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 45–52.
- Utami, N., & Prasetyo, H. (2022). Pendampingan desain kemasan sebagai upaya peningkatan daya saing produk UMKM. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 215–224.
- Wibowo, A., & Setiawan, D. (2023). Pendampingan berbasis komunitas untuk penguatan kapasitas kelompok tani hutan. *Jurnal Community Care*, 5(2), 88–97.