

Peningkatan Kemampuan Pemasaran Digital Pada Kelompok Pengrajin Gula Semut Brayo Makmur Jintung Desa Jintung, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah

Endang Wahyuningsih*¹, Nurlaila Fatmawati², Nunur Nuraeni³

¹ Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen, Indonesia

² Agroteknologi, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen, Indonesia

³ Peternakan, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen, Indonesia

*e-mail: endang.ayuni@gmail.com

Abstrak

Brayo Makmur Jintung merupakan kelompok pengrajin gula semut kelapa di Desa Jintung, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Gula semut merupakan gula merah serbuk yang biasanya memiliki harga jual lebih tinggi dibanding gula cetak biasa. Permasalahan yang terjadi pada kelompok Brayo adalah pemasaran produknya masih terbatas yaitu dari mulut ke mulut, melalui story WA, dan penjualan langsung ke tengkulak. Pemasaran yang masih cenderung lokal ini membuat pendapatan mereka masih cukup rendah. Selain itu, kelompok Brayo juga menggunakan kemasan yang sederhana yaitu menggunakan plastik polos tanpa label yang terkesan kurang menarik. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim dari Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen berfokus pada peningkatan pemasaran gula semut pada kelompok Brayo Makmur Jintung dengan melakukan kegiatan "Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing". Adapun metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini terdiri dari: (1) sosialisasi, (2) pelatihan, (3) pendampingan, dan (4) evaluasi. Hasil dari kegiatan ini yaitu: (1) empat varian rasa gula semut yaitu original, jahe, kencur, dan temulawak; (2) dua jenis kemasan berlabel yaitu ziplock standing pouch ukuran 200 gr dan toples kecil ukuran 300 gr; (3) kepemilikan akun Shopee; dan (4) keberhasilan melakukan transaksi melalui akun Shopee tersebut. Kegiatan pengabdian ini sangat penting dilakukan agar kelompok Brayo Makmur Jintung mampu meningkatkan kesiapan dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing produk gula semut melalui inovasi varian, kemasan, dan pemanfaatan platform digital.

Kata kunci: Brayo Makmur, Digital Marketing, Gula Semut, Pelatihan, Pendampingan

Abstract

Brayo Makmur Jintung is a group of coconut palm sugar (granulated palm sugar) producers based in Jintung Village, Ayah District, Kebumen Regency, Central Java. Granulated palm sugar is a powdered form of palm sugar that typically commands a higher market price than standard molded palm sugar. The group faces challenges regarding product marketing, which remains limited to word-of-mouth, WhatsApp Stories, and direct sales to middlemen. This predominantly local marketing approach results in relatively low income. Furthermore, the group uses simple, unlabelled plain plastic packaging that lacks visual appeal. A community service initiative led by a team from Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen focused on enhancing the marketing of the group's granulated palm sugar through "Digital Marketing Training and Mentoring" activities. The methods used to carry out this community service program consist of: (1) socialization, (2) training, (3) mentoring, and (4) evaluation. The results of this activity were: (1) four flavor variants of palm sugar—original, ginger, kencur, and temulawak; (2) two types of labeled packaging—a 200-gram standing ziplock pouch and a 300-gram small jar; (3) the ownership of a Shopee account; and (4) the successful completion of transactions through that Shopee account. This community service activity is crucial to enable the Brayo Makmur Jintung group to enhance their readiness to expand their marketing reach and improve the quality of their palm sugar products through innovations in flavor variants, packaging, and the use of digital platforms.

Keywords: Brayo Makmur, Digital Marketing, Granulated Palm Sugar, Training, Mentoring

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang mempunyai kekayaan alam yang salah satunya berupa hasil perkebunan. Kelapa merupakan salah satu komoditi perkebunan yang penting bagi

Indonesia. Hal ini karena kelapa berperan strategis dalam penerimaan devisa negara melalui ekspor, penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan konsumsi dalam negeri, bahan baku berbagai industri dalam negeri, dan sebagainya (Hestina et al., 2022).

Kelapa adalah tanaman yang sangat penting dan memiliki peran signifikan dalam aspek sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat. Dikenal sebagai tanaman serbaguna, kelapa memiliki nilai ekonomi yang sangat tinggi karena hampir seluruh bagiannya dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan manusia. Oleh karena itu, pohon kelapa sering disebut sebagai “pohon kehidupan” (*tree of life*). Setiap bagian dari pohon ini, mulai dari akar, batang, daun, sampai ke buahnya memiliki kegunaan yang beragam dalam kehidupan sehari-hari (Lubis et al., 2025).

Salah satu manfaat bagian tanaman kelapa adalah sebagai bahan baku gula kelapa (gula merah). Gula kelapa berasal dari nira, yaitu cairan yang berasal dari bunga kelapa. Gula kelapa sangat strategis peranannya sebagai upaya untuk mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap gula tebu dan gula sintesis yang sebagian besar masih impor (Fadhillah et al., 2020). Disamping faktor berlimpah dan murah bahan baku gula kelapa, teknologi yang digunakan untuk membuat gula kelapa juga termasuk tidak membutuhkan biaya dan teknologi yang tinggi, hal ini berbeda dengan teknologi yang digunakan untuk pembuatan gula tebu.

Gula kelapa banyak digunakan sebagai bumbu masak karena memiliki aroma dan rasa yang khas karamel palmae. Selain itu, warnanya yang coklat juga dapat digunakan untuk memperkuat tampilan fisik makanan. Gula kelapa biasanya digunakan untuk pemanis minuman, bahan pembuat kecap, bahan pembuat dodol, pembuat kue, serta bahan penambah cita rasa pada makanan.

Gula semut adalah gula merah versi bubuk yang terbuat dari nira pohon kelapa, aren, atau lontar. Dinamakan demikian karena bentuk butirannya mirip sarang semut di tanah. Dibandingkan dengan gula kelapa cetak, gula semut memiliki beberapa kelebihan dan manfaat. Beberapa kelebihan gula semut adalah sebagai berikut (Wilberta et al., 2021).

1. Bentuknya kristal dan mudah terlarut.
2. Gula semut dapat ditambahkan berbagai macam *flavoring agent* alami diantaranya jahe, kencur, temulawak sehingga dapat digunakan sebagai bahan minuman alami.
3. Nilai ekonomisnya lebih tinggi dan memiliki aroma yang khas.
4. Gula semut memiliki umur simpan yang lebih panjang (dengan kadar air 2-3% dengan pengemasan yang tertutup rapat).

Desa Jintung merupakan salah satu desa di Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen yang sebagian besar masyarakatnya bermata pencaharian sebagai penyadap nira pohon kelapa (penderes). Desa Jintung memiliki luas wilayah sekitar 2,54 km² yang terdiri atas sawah, tegalan, pekarangan, ladang dan pegunungan (BPS, 2024). Brayo Makmur Jintung merupakan kelompok pengrajin nira yang fokus pada produksi gula semut sejak tahun 2019. Kelompok ini beranggotakan 50 orang yang diketuai oleh Bpk. Misbah. Mereka tinggal di Dukuh Brayo RT 06 RW 01 Desa Jintung, Kec. Ayah, Kab. Kebumen, Jateng.

Pemasaran gula semut kelompok Brayo biasanya lebih banyak dilakukan secara manual kepada rekan/kerabat, secara online melalui *story Whatsapp*, atau dijual ke tengkulak untuk disetor lagi ke PT Integral Mulia Cipta yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Industri *Manufacture* Gula Semut. Kelompok juga belum memahami pemasaran dengan teknik *digital marketing* seperti pada *market place (E-commerce)*. Padahal jika kelompok Brayo dapat memanfaatkan *E-commerce*, hal ini memungkinkan jangkauan pemasaran produknya secara lebih luas sehingga dapat meningkatkan pendapatan (Maulahaq et al., 2024), (Mutmainah & Wahyuningsih, 2024), (Ningsih & Wahyuningsih, 2024). Oleh karena itu, *digital marketing* telah menjadi aspek krusial dalam strategi bisnis modern. *Digital marketing* memungkinkan untuk menjangkau konsumen dengan cara yang lebih efisien melalui *platform* seperti media sosial, *e-commerce*, dan situs *web*. Strategi pemasaran produk yang dilakukan dengan membuat platform *e-commerce* akan membantu mengatasi kendala geografis dan memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas tanpa memerlukan biaya besar (Suwali et al., 2024). Sistem ini juga mendukung strategi pemasaran digital yang lebih efektif, memungkinkan fleksibilitas harga, serta membantu mengatasi kendala yang dihadapi dalam proses bisnis manual (Ningsih & Wahyuningsih, 2024).

Masalah lain yang terjadi pada kelompok Brayo adalah pengemasan gula semut yang masih sederhana yaitu dengan plastik polos tanpa label dan terkesan kurang menarik. Seharusnya, kemasan juga perlu diperhatikan. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk produk, melainkan kemasan pula bertindak sebagai pemikat bagi konsumen yang akan membeli produk tersebut. Oleh karena itu, suatu kemasan harus terlihat menarik dan kreatif sehingga dapat mempunyai daya tariknya tersendiri (Barusman et al., 2023).

Pengemasan merupakan salah satu cara untuk melindungi atau mengawetkan produk pangan sehingga dapat memperpanjang masa simpannya (Afiah et al., 2024). Kemasan yang dapat digunakan yaitu kemasan *ziplock pouch* dan toples plastik. Penggunaan kemasan *ziplock pouch* memiliki beberapa keunggulan sebagai berikut.

1. Meningkatkan *shelf life* produk makanan, plastik *ziplock standing pouch* mempunyai fungsi untuk menjaga makanan dari faktor-faktor yang membuat percepatan usia masa simpan.
2. Memberikan kemudahan untuk konsumen, kemasan yang bisa ditutup kembali setelah dibuka adalah salah satu keunggulan plastik *ziplock standup bag*.
3. Meningkatkan nilai produk (Oktaria et al., 2023).

Sedangkan kemasan toples plastik memiliki beberapa keunggulan diantaranya: 1) Memiliki tingkat impermeabilitas yang baik seperti kedap gas, udara, dan cairan. 2) Bersifat kokoh sehingga tidak mudah rusak saat terbentur atau terjatuh, serta tidak mudah patah atau pecah. 3) Mempunyai bobot lebih ringan dari pada toples kaca sehingga dapat mengurangi biaya yang berkaitan dengan distribusi atau transportasi. 4) Resistensi yang cukup baik terhadap zat kimia, kelembaban, dan mikroorganisme. 5) Dapat menjadi pengingat *brand* ketika kemasan toples tersebut tidak langsung dibuang saat produk di dalamnya habis digunakan. 6) Ramah lingkungan (*eco friendly*) alias mudah didaur ulang, serta aman untuk produk pangan (*food grade*). 7) Menambah nilai daya tarik seperti terlihat lebih eksklusif serta menambah nilai kepraktisan produk (khususnya bubuk) seperti enak saat digenggam dan mudah dalam menuangkan isi produk (Sari & Fauzi, 2022).

Berdasarkan penjabaran di atas, tim pengabdian dari Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama (UMNU) Kebumen bermaksud mengadakan Pelatihan dan Pendampingan *Digital Marketing* untuk membantu pemasaran gula semut kelompok Brayo Makmur Jintung. Dengan adanya program pengabdian ini diharapkan dapat menghasilkan varian baru gula semut seperti penambahan *flavoring agent* alami (diantaranya jahe, kencur, dan temulawak) sehingga dapat digunakan sebagai bahan minuman alami. Selain itu, tim pengabdian akan memberikan kemasan botol (toples plastik), *ziplock standing pouch*, serta membuat label produk agar produknya terlihat lebih menarik. Tim pengabdian juga akan memberikan pelatihan dan pendampingan *Digital Marketing* khususnya pada pembuatan dan penggunaan akun *Shopee* untuk membantu kelompok Brayo memperluas jangkauan pemasaran produknya sehingga dapat meningkatkan pendapatan para anggota.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diselenggarakan pada bulan Agustus-Desember 2025 di Desa Jintung Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen, Jateng. Sasaran kegiatan merupakan anggota Kelompok Pengrajin Gula Semut Brayo Makmur Jintung dengan jumlah 50 orang. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini secara umum terdiri dari empat kegiatan yaitu: sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Adapun penjelasan secara khusus adalah sebagai berikut.

a. Sosialisasi

Sosialisasi program pengabdian Masyarakat dilaksanakan agar seluruh anggota kelompok mengetahui tujuan pelaksanaan kegiatan dan jenis kegiatan apa saja yang akan dilaksanakan oleh tim. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dengan mengundang seluruh anggota kelompok pengrajin gula semut Brayo Makmur dan Kepala Desa Jintung atau pemerintahan Desa Jintung. Sosialisasi dilaksanakan di sekretariat atau salah satu rumah anggota kelompok dengan materi yang disampaikan dalam sosialisasi adalah seluruh jenis

kegiatan, rencana jadwal dan keterlibatan anggota kelompok dalam kegiatan pengabdian Masyarakat serta menampung masukan-masukan dari anggota kelompok guna terlaksananya pengabdian secara optimal.

b. Pelatihan Digital Marketing

Metode pelatihan digital marketing meliputi presentasi, diskusi, studi kasus, dan praktik. Pelatihan digital marketing dilakukan secara tatap muka dengan mitra. Tujuan pelatihan ini adalah untuk: 1) Memanfaatkan teknologi digital dan platform online untuk mempromosikan produk gula semut, 2) Membangun konsep dasar pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan di pasar, 3) Meningkatkan kemampuan menjangkau calon konsumen baru.

Materi yang akan disampaikan berkaitan dengan: 1) cara pemasaran produk lewat *market place* misal *shopee*, 2) cara mengambil gambar dan video yang baik untuk diupload di akun *shopee*, 3) inovasi kemasan gula semut yang menarik.

c. Pendampingan Digital Marketing

Kegiatan pendampingan *Digital Marketing* bersifat membimbing dan membantu praktik secara berkelanjutan di lapangan. Setelah dilakukan pelatihan, kelompok diminta praktik secara langsung membuat akun *shopee*, membuat varian gula semut aneka rasa, melakukan pengemasan produk dengan toples dan *ziplock standing pouch*, memberikan label kemasan, lalu melakukan pemasaran menggunakan *platform shopee*. Kegiatan ini dilakukan guna menerapkan ilmu secara nyata dalam pekerjaan atau kegiatan sehari-hari, berkelanjutan sampai kelompok yang didampingi bisa mandiri.

d. Evaluasi

Evaluasi sangatlah penting dilakukan. Evaluasi pada kegiatan ini digunakan untuk: (1) melihat apakah tujuan awal sudah tercapai dengan baik atau belum; (2) menemukan bagian yang kurang atau salah dalam program atau kegiatan pengabdian ini; (3) membuat perbaikan supaya hasil kerja atau program menjadi lebih baik ke depannya.

Adapun target/capaian yang akan diukur dalam kegiatan pengabdian ini disajikan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Indikator Capaian Program

No	Indikator Keberhasilan	Keterangan
1	Adanya varian baru gula semut	Penambahan <i>flavoring agent</i> alami (seperti jahe, kencur, dan temulawak)
2	Adanya variasi ukuran pengemasan gula semut	Kemasan toples plastik ukuran 300 gr dan dan kemasan <i>ziplock standing pouch</i> ukuran 200 gr
3	Adanya label produk pada kemasan gula semut	Label produk digunakan untuk memberikan identitas, menyampaikan informasi mengenai isi, bahan, cara penggunaan, serta menjadi sarana promosi dan pembeda dari produk lain yang serupa.
4	Peningkatan kompetensi mitra menggunakan <i>digital marketing</i>	Kemampuan mitra membuat dan menggunakan akun <i>shopee</i> untuk pemasaran produk

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut.

3.1. Sosialisasi

Sosialisasi program pengabdian Masyarakat dilakukan pada hari Minggu, 10 Agustus 2025 yang diikuti oleh sebagian besar anggota kelompok pengrajin gula semut Brayo Makmur Jitung. Beberapa diantaranya berhalangan hadir karena ada kegiatan lain. Tamu undangan

yaitu Kepala Desa Jintung atau pemerintahan Desa Jintung saat itu berhalangan hadir dikarenakan sedang ada banyak kegiatan di lingkungan desa dalam rangka peringatan Kemerdekaan RI ke-80.

Dalam kegiatan ini dijelaskan seluruh jenis kegiatan, rencana jadwal, dan keterlibatan anggota kelompok dalam kegiatan pengabdian Masyarakat serta menampung masukan-masukan dari anggota kelompok guna terlaksananya pengabdian secara optimal.

Sosialisasi dilaksanakan di rumah anggota kelompok yaitu rumah Bapak Fathurrohman (Bapak Waluyo) yang merupakan sekretariat Kelompok Brayo Makmur Jintung dengan alamat Dukuh Brayo RT 06 RW 01 Desa Jintung, Kec. Ayah, Kab. Kebumen, Jateng.



Gambar 1. Sosialisasi Program Pengabdian Masyarakat

3.2. Pelatihan Digital Marketing

Pada pelatihan digital marketing ini para peserta dibekali pengetahuan tentang pengetahuan terkait isu-isu teknologi informasi yang positif tentang penggunaan digital marketing sehingga mereka paham dan lebih bijak dalam menggunakan platform digital ini. Platform tersebut ialah sosial media (seperti facebook, instagram, Whatsapp) dan *marketplace* seperti *shopee* dan *tokopedia*. Selanjutnya, secara khusus para peserta diperkenalkan dengan *shopee* yang nantinya dapat mereka gunakan untuk menjual produk gula semut mereka.

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 30 Agustus 2025 di rumah ketua Kelompok Brayo Makmur Jintung yaitu Bapak Misbah. Materi yang disampaikan adalah terkait cara pemasaran produk melalui akun *shopee*. Selain itu, mitra juga dibantu bagaimana membuat inovasi kemasan gula semut yang menarik untuk dapat dipasarkan secara *online*. Berikut ini disajikan dokumentasi dalam kegiatan Pelatihan *Digital Marketing*.



Gambar 2. Penyampaian Materi Digital Marketing



Gambar 3. Foto Bersama dengan Peserta Pelatihan Digital Marketing

3.3. Pendampingan Digital Marketing

Setelah dilakukan pelatihan, kelompok diminta praktik secara langsung membuat akun *shopee*, membuat varian gula semut aneka rasa, melakukan pengemasan produk dengan toples dan *ziplock standing pouch*, memberikan label pada kemasan, praktik memfoto produk yang akan diupload pada akun *shopee*, lalu melakukan pemasaran menggunakan *platform shopee*. Kegiatan ini dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan sampai kelompok dianggap mampu.

Terkait inovasi pengemasan gula semut, tim pengabdian membantu membuatkan label kemasan untuk gula semut original dan gula semut varian rasa (jahe, kencur, temulawak). Kemasan disajikan dalam bentuk toples dan *ziplock standing pouch*. Tim pengabdian memberikan bantuan 100 pcs toples ukuran 300 gram dan 100 pcs *ziplock standing pouch* ukuran 200 gram kepada kelompok.

Dalam kegiatan ini, kelompok juga melakukan praktik langsung bagaimana melakukan pengemasan. Gula semut perlu ditimbang agar beratnya sesuai dengan yang tertera pada label. Setelah itu, kemasan ditemplei label, lalu difoto. Foto produk yang akan diupload di *shopee* perlu diedit agar menarik. Pengeditan foto dapat menggunakan bantuan *Artificial Intelegent* (AI).

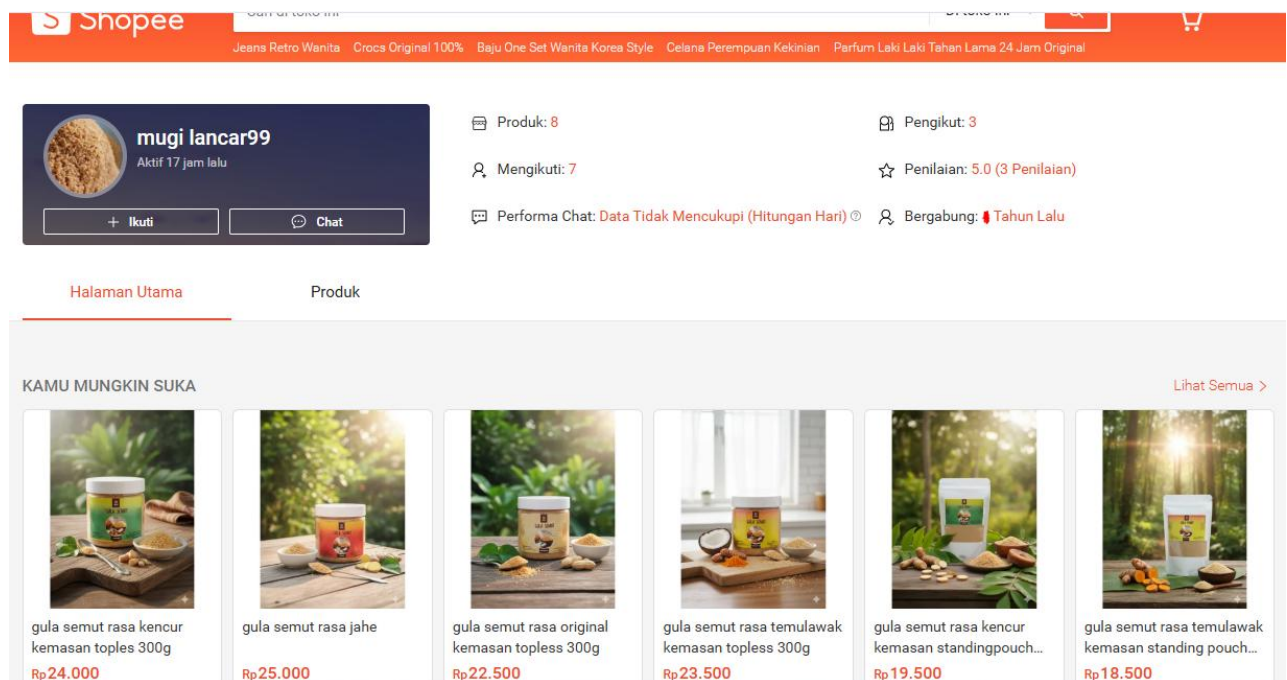
Perubahan kemasan gula semut ini mendapat tanggapan positif dari mitra dan konsumen. Mitra menilai kemasan toples 300 gram dan *ziplock standing pouch* 200 gram terlihat lebih menarik, rapi, praktis, dan mampu memberikan kesan produk yang lebih higienis serta profesional dibandingkan kemasan plastik polos sebelumnya. Konsumen juga memberikan respons positif karena informasi produk pada label lebih jelas dan tampilan kemasan dinilai lebih layak untuk dipasarkan secara langsung maupun melalui *marketplace* seperti *Shopee*. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa inovasi kemasan tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan nilai jual gula semut. Berikut ini adalah beberapa dokumentasi kegiatan pendampingan Digital Marketing.



Gambar 4. Praktik Langsung Membuat Akun *Shopee*



Gambar 5. Inovasi Kemasan Gula Semut



Gambar 6. Foto Produk di Akun Shopee

3.4. Evaluasi

Berdasarkan tujuan awal yang direncanakan pada kegiatan pengabdian ini, indikator capaian dari kegiatan ini diantaranya: (1) Adanya varian baru gula semut, (2) Adanya variasi ukuran pengemasan gula semut, (3) Adanya label produk pada kemasan gula semut, (4) Peningkatan kompetensi mitra menggunakan *digital marketing*. Adapun penjelasan dari semua capaian tersebut adalah sebagai berikut.

3.4.1. Adanya Varian Baru Gula Semut

Selain rasa original, pada kegiatan pengabdian ini berhasil dibuat varian baru gula semut yaitu rasa jahe, kencur, dan temulawak. Penambahan *flavoring agent* alami ini dimaksudkan agar gula semut dapat digunakan untuk minuman herbal yang baik untuk menjaga kesehatan tubuh.

Hasil penelitian *literature review* oleh (Antara & Istanti, 2022) menyebutkan beberapa manfaat jahe untuk kesehatan manusia yaitu: menurunkan nyeri, memperbaiki gejala hidung, membantu pengobatan penyakit Diabetes Melitus, mengurangi nyeri lutut, mengurangi rasa mual/muntah, inflamasi, serta mengurangi nyeri menstruasi. (Rembet & Wowor, 2024) menjelaskan bahwa kandungan anti-oksidan dari jahe seperti *gingerol*, *shogaol*, *paradol*, dan *zingeron* dapat meningkatkan transportasi glukosa serta toleransi resistensi insulin pada manusia sehingga dapat menurunkan kadar glukosa dalam darah terutama pada penyakit Diabetes Melitus Tipe 2. Banyak senyawa pada jahe yang mempunyai efek positif pada umur panjang, juga mempunyai efek positif pada rentang kesehatan yaitu meningkatkan fungsi fisiologis manusia.

Sedangkan temulawak, bermanfaat untuk merangsang nafsu makan dan meningkatkan kesehatan secara umum (Putra et al., 2025). Kandungan *kurkumin* pada temulawak dapat meningkatkan regulasi imun adaptif serta menurunkan respon inflamasi, sehingga mendukung daya tahan tubuh secara optimal (Dillasamola et al., 2025).

Selanjutnya kencur, bermanfaat sebagai obat batuk alami. Kencur diketahui mengandung senyawa aktif seperti anti inflamasi, antimikroba, dan propolis yang dapat membantu meredakan batuk dengan cara mengurangi peradangan dan membunuh kuman di saluran pernapasan (Asy-Syifa et al., 2025).

Kencur mengandung senyawa bioaktif seperti *etil p-metoksisinamat*, *flavonoid*, dan minyak atsiri yang memiliki aktivitas antiinflamasi, antioksidan, serta efek stimulasi pada sistem

pencernaan. Beras kencur sebagai minuman herbal tradisional telah dikenal luas di masyarakat sebagai penambah nafsu makan alami (Fatimah et al., 2025). Manfaat kencur lainnya bagi kesehatan diantaranya dapat menghilangkan stress, mengobati diare, mencegah karies gigi, mencegah kanker lambung, meningkatkan energi dan menstabilkan kolesterol (Riani et al., 2022).

Varian rasa baru pada gula semut ini berhasil diproduksi oleh kelompok Brayo dengan adanya kegiatan pengabdian dari Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama Kebumen. Adanya tambahan varian baru ini, gula semut memiliki fungsi lebih, yaitu tidak hanya sebagai pemanis alami, tetapi juga dapat meningkatkan daya tahan tubuh.

3.4.2. Adanya variasi ukuran pengemasan gula semut

Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, kemasan gula semut yang awalnya hanya dengan plastik polos, sekarang sudah ada kemasan toples plastik ukuran 300 gr dan kemasan *ziplock standing pouch* ukuran 200 gr. Sebagai pemantik, tim pengabdian menyumbangkan kemasan toples dan *ziplock standing pouch* masing-masing sebanyak 100 pcs kepada kelompok. Untuk kebutuhan selanjutnya, kemasan tersebut dapat diadakan oleh anggota kelompok secara mandiri.

3.4.3. Adanya label produk pada kemasan gula semut

Pada kegiatan pengabdian ini, tim pengabdian membantu membuat desain label produk dan mencetaknya kurang lebih 200 lembar. *Soft file* desain label produk juga diberikan kepada kelompok supaya nantinya dapat dicetak kembali jika stok label sudah habis. Terdapat delapan label produk yang dibuat yaitu:

- a. Varian jahe 300 gr
- b. Varian jahe 200 gr
- c. Varian temulawak 300 gr
- d. Varian temulawak 200 gr
- e. Varian kencur 300 gr
- f. Varian kencur 200 gr
- g. Original 300 gr
- h. Original 200 gr

3.4.4. Peningkatan kompetensi mitra menggunakan digital marketing

Saat ini kelompok Brayo telah memiliki akun shopee untuk memperluas jangkauan pemasaran gula semut. Mereka juga telah berhasil mencoba melakukan transaksi jual-beli menggunakan akun shopee milik kelompok dan produknya berhasil dikirim sampai di alamat pengiriman dengan benar.

Dari keempat indikator capaian kegiatan pengabdian ini, semuanya telah berhasil dipenuhi dengan baik. Akan tetapi masih ada beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki di kemudian hari yaitu:

1. Kemasan gula semut belum dilengkapi dengan *silica gel* yang berfungsi menyerap uap air dan menjaga tingkat kelembapan udara di dalam wadah tertutup. *Silica gel* ini dipakai untuk mencegah produk cepat rusak, berjamur, dan berbau apek. Oleh karena itu, ke depan perlu ditambahkan *silica gel* dalam kemasan agar produk gula semut lebih awet.
2. Kemasan gula semut belum di-sealer/ disegel. Oleh karena itu, produk yang baru dikemas tidak terlihat baru karena tidak adanya segel. Ke depan perlu adanya segel untuk menjaga kualitas produk dan meningkatkan nilai jual.
3. Label produk belum dilengkapi informasi gizi secara detail. Ke depan perlu adanya pengecekan produk di laboratorium untuk mengetahui informasi gizi gula semut.
4. Belum adanya informasi batas kedaluwarsa pada kemasan gula semut. Oleh karena itu, ke depan perlu ada penelitian untuk mengetahui batas kedaluwarsa gula semut.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini mendorong munculnya varian rasa baru pada gula semut. Varian rasa tersebut terdiri dari rasa jahe, kencur, dan temulawak. Selain itu, kegiatan ini juga menginisiasi adanya variasi ukuran pengemasan gula semut berupa kemasan *ziplock standing pouch* ukuran 200 gr dan kemasan toples kecil ukuran 300 gr yang menarik, lengkap dengan label kemasannya.

Adanya pelatihan dan pendampingan digital marketing ini juga telah membuat kelompok Brayo Makmur Jintung berhasil membuat akun, melakukan transaksi, dan melakukan pengiriman melalui akun *Shopee*. Secara umum, kegiatan ini berdampak positif terhadap pengetahuan, keterampilan, dan produktivitas kelompok, serta membuka peluang besar untuk pengembangan pasar dengan penguasaan digital marketing serta kemasan produk yang lebih menarik dan variatif.

Beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki di kemudian hari yaitu: (1) kemasan gula semut belum dilengkapi dengan *silica gel* sehingga produk cenderung kurang awet; (2) kemasan gula semut belum di-*sealer*/ disegel sehingga produk tidak terlihat baru; (3) label produk belum dilengkapi informasi gizi secara detail; (4) belum adanya informasi batas kedaluwarsa pada kemasan gula semut.

Beberapa saran untuk pengembangan berikutnya yaitu: (1) perlu ditambahkan *silica gel* dalam kemasan agar produk gula semut lebih awet; (2) perlu adanya segel untuk menjaga kualitas produk dan meningkatkan nilai jual; (3) perlu adanya pengujian produk di laboratorium untuk mengetahui informasi gizi gula semut secara lengkap; (4) perlu ada penelitian untuk mengetahui batas kedaluwarsa gula semut.

Selain itu, saran bagi kelompok Brayo adalah kontinyu dalam menggunakan media digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Bagi Pemerintah Desa Jintung, disarankan untuk dapat mendukung promosi dan pemasaran gula semut sebagai produk unggulan desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia Tahun 2025 yang telah memberi dukungan **financial** terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiqah, N., Rahayuni, T., & Hartanti, L. (2024). Kajian Lama Penyimpanan Asam Pedas Ikan Lele Menggunakan Standing Pouch Aluminium Foil. *Jurnal Teknologi Dan Industri Pertanian Indonesia*, 16(01), 36–43.
- Antara, A. N., & Istanti, N. (2022). Literature Review : Manfaat Jahe (Ginger) untuk Kesehatan terkait Masalah Nyeri dan Mual Muntah. *Journal of Public Health*, 5(2), 100–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.32662/gjph.v5i2.2106>
- Asy-Syifa, B., Gampaputri, Z. A., Shabrina, S. N., & Akhsani, Y. (2025). Tumbuhan Alam sebagai Mitra Manusia: Kencur dalam Penyembuhan Batuk. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora (AJSH)*, 5(3), 4947–4954. <https://doi.org/https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i3.2050>
- Barusman, A. R. P., Barusman, T. M., Redaputri, A. P., Hakim, L., & Poyo, M. D. (2023). Upgrading Packaging UMKM Produsen Gula Semut di Desa Sendang Baru Lampung Tengah. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 2(1), 8–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.36448/jpu.v2i1.26>
- BPS. (2024). *Kecamatan Ayah Dalam Angka 2024*. (Vol. 31).
- Dillasamola, D., Rachmaini, F., & Syakira, A. H. (2025). Edukasi Pemanfaatan Temulawak Dan Jahe Sebagai Camilan Fungsional Imunomodulator di Nagari Sipinang Kecamatan Palembang Kabupaten Agam. *Buletin Ilmiah Nagari Membangun*, 8(3), 250–256.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/bina.v8i3.763>
- Fadhillah, N., Mela, E., & Mustaufik. (2020). Gula Kelapa Kristal dan Potensi Pemanfaatannya pada Produk Minuman. *AGRITECH*, XXII(1).
- Fatimah, S., Purwanti, R., Handayani, R. P., & Suharti, S. (2025). Pengenalan Minuman Beras Kencur Instan untuk Anak-Anak Sebagai Penambah Nafsu Makan. *Journal of Holistic Community Service (JHCS)*, 3(1), 16–21.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51873/jhcs.v3i1.93>
- Hestina, J., Purba, H. J., Yusuf, E. S., Betsi, F., Dabukke, M., Azhari, D., & Darwis, V. (2022). Industri Kelapa Indonesia: Kinerja Dan Perspektif Pengembangan Menuju Peningkatan Nilai Tambah Dan Daya Saing. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 40(1), 55–69.
- Lubis, N., Rangkuti, K., & Hafidzun, M. (2025). Analisis Perbandingan Produktivitas Komoditi Kelapa di Indonesia dan Malaysia. *Journal of Food System and Agribusiness (JoFSA)*, 9(1), 86–94.
- Maulahaq, J., Jagad, S., & Wahyuningsih, E. (2024). Implementasi Penjualan Barang Elektronik Berbasis E-commerce pada Toko Al Zahro 786 Elektronik. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(3), 1443–1454. <https://doi.org/10.54082/JUPIN.589>
- Mutmainah, S., & Wahyuningsih, E. (2024). Implementasi Website E-Commerce Pada Penjualan Makanan Dan Minuman Di Kedai “ Mesen Kopi ” Purworejo. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 9170–9178.
- Ningsih, S. P., & Wahyuningsih, E. (2024). Implementasi Sistem E-Commerce Berbasis Web Pada UMKM Batik Kebumen (Studi Kasus : Batik Slamet). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 8854–8862.
- Oktaria, D., Hildayanti, S. K., Hertati, L., & Hendarmin, R. M. R. (2023). Peningkatan Daya Saing Melalui Inovasi Kemasan Olahan Emping Singkong Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 6987–6992. <https://doi.org/10.31004/CDJ.V4i4.18582>
- Putra, N., Fauziah, F., Dinni, D., Bakhtra, A., Wahyuni, R., Eriadi, A., & Zafrul, A. (2025). Pelatihan Pembuatan Minuman Temulawak-Madu untuk Membantu Meningkatkan Nafsu Makan Keluarga di Kelurahan Kurao Pagang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(2), 342–348. <https://doi.org/https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i2.2199>
- Rembet, I. Y., & Wowor, M. D. (2024). Manfaat Jahe (Zingiber Officinale Roscoe) untuk Menurunkan Kadar Gula Darah pada Penyakit Diabetes Melitus Tipe 2. *Watson Journal of Nursing*, 2(2), 51–65.
- Riani, E. N., Pangesti, W. D., & Muflihah, I. S. (2022). Edukasi Peningkatan Pengetahuan terhadap Pemanfaatan Rempah pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal ABDIMAS-HIP Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 17–21. <https://doi.org/10.37402/abdimaship.vol3.iss1.178>
- Sari, E. C., & Fauzi, M. (2022). Rebranding Desain Kemasan Senang Manis Gula Semut Aren PT. Aditya Agri Mandiri di Sukabumi. *Jurnal Dasarupa*, 4(2), 19–34. <https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v4i2.129>
- Suwali, S., Afifah, H., Sumaya, P. S., Hasirun, H., Handayani, J., & Hasibuan, R. R. (2024). Peningkatan Kemampuan Digitalisasi Pemasaran pada UMKM Gula Semut Kelapa di Banyumas untuk Meningkatkan Daya Saing di Era Digital. *ADIMA Awatara Pengabdian Kepada Masyarakat Jurnal*, 2(4), 25–33.
- Wilberta, N., Sonya, N. T., & Lydia, S. H. R. (2021). Analisis Kandungan Gula Reduksi pada Gula Semut dari Nira Aren Yang Dipengaruhi pH dan Kadar Air. *BIOEDUKASI Jurnal Pendidikan Biologi*, 12, 101–108. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03637>

Halaman ini dikosongkan