

## Pelatihan Pemasaran Gula Jawa Di Desa Slumbung Kecamatan Ngadiluwih

<sup>1\*</sup> Risky Aswi Ramadhani, <sup>2</sup> Risa Helilintar, <sup>3</sup> Ahmad Bagus Setiawan, <sup>4</sup> Ardi Sanjaya,  
<sup>5</sup> Anwar Muzaki

<sup>1,2,3,4,5</sup> Teknik Informatika, Universitas Nusantara PGRI Kediri

E-mail: <sup>1</sup> [riskyaswiramadhani@gmail.com](mailto:riskyaswiramadhani@gmail.com), <sup>2</sup> [risa.helilintar@gmail.com](mailto:risa.helilintar@gmail.com),  
<sup>3</sup> [bagus.este@gmail.com](mailto:bagus.este@gmail.com), <sup>4</sup> [dersky@gmail.com](mailto:dersky@gmail.com), <sup>5</sup> [zackcorporation2020@gmail.com](mailto:zackcorporation2020@gmail.com)

\*Corresponding Author

**Abstrak**—Abstrak Masyarakat Desa Slumbung kecamatan Ngadiluwih sebagian besar adalah petani tebu mereka memanfaatkan lahannya untuk ditanami tebu, sehingga sangatlah berlimpah tebu yang dihasilkan. Oleh karena itu banyak masyarakat yang memanfaatkan tebu tersebut untuk diolah menjadi Gula Jawa. Gula Jawa saat ini gula yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat selain gula pasir, banyak manfaat yang didapat dari gula jawa selain gula pasir gula jawa ini sebagai alternatif dari pemanis pada berbagai olahan masakan. Setelah beberapa kali melakukan survei kepada masyarakat Desa Slumbung, Kec. Ngadiluwih Kab. Kediri kami menemukan beberapa kendala dalam melakukan pemasaran Gula Jawa, yang pertama mereka hanya memasarkan produk mereka ke pasar tradisoinal saja. Dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang pemasaran online sehingga terkadang membuat omset mereka menurun, padahal jika dipasarkan secara online ini bisa menambah omset. Tujuan dari PKM ini adalah memberika pelatihan tentang bagaimana memasarkan produk secara online, dengan menggunakan marketplace dan social media, mendampingi mitra sampai benar-benar bisa mengimplementasikan pelatihan yang sudah didapat.

**Abstract**— *The people of Slumbung Village, Ngadiluwih sub-district, are mostly sugarcane farmers. They use their land to plant sugar cane, so that the cane is very abundant. Therefore, many people use the sugar cane to be processed into Javanese sugar. Javanese sugar is currently the sugar that is needed by the community in addition to granulated sugar, many benefits can be obtained from brown sugar besides granulated sugar as an alternative to sweeteners in various processed dishes. After conducting several surveys of the people of Slumbung Village, Kec. Ngadiluwih Regency Our Kediri found several obstacles in marketing Javanese Sugar, the first of which was that they only marketed their products to traditional markets. Due to a lack of knowledge about online marketing, it sometimes makes their turnover decrease, even though if they are marketed online this can increase their turnover. The purpose of this PKM is to provide training on how to market products online, using marketplaces and social media, assisting partners until they can actually implement the training they have received.*

**Keywords**—*Training, Marketplace, Social Media*

## 1. PENDAHULUAN

Gula Jawa saat ini gula yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat selain gula pasir, banyak manfaat yang didapat dari gula jawa selain gula pasir gula jawa ini sebagai alternatif dari pemanis pada berbagai olahan masakan. Di Desa Slumbu, Kecamatan Ngadiluwih. Kabupaten Kediri sebagian besar lahan didaerah slumbu ditanamai tebu, dengan berlimpahnya tanaman tebu maka sebagian besar masyarakatnya membuat Gula Jawa. Akan tetapi dalam pemsarannya mereka masih menjual di pasar tradisional dan penegepul saja bahkan juga belum merambah ke pasar modern yang saat ini memang banyak sekali pasar modern di kediri. Saat ini produk Gula Jawa dijual dengan harga 14.000 per kilonya. Berdasarkan pengamatan dan survei yang kami lakukan menemukan beberapa kendala dalam memasarkan produk mereka, dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran secara online menggunakan marketplace maupun media sosial yang ada[9]. Oleh karena itu kami akan memberikan materi dan pelatihan hingga pendampingan kepada mitra untuk memasarkan produk mereka secara online agar bisa meningkatkan omset setiap harinya. Permasalahan pemasaran produk menempati tingkat teratas dalam pendampingan ke pelaku usaha. Hal ini disebabkan pemasaran produk yang dilakukan oleh pelaku usaha masih banyak yang mengandalkan pemasaran konvensional[5]. Masih rendahnya kemampuan sumber daya manusia dalam memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana pemasaran disamping sarana pemasaran digital lainnya menyebabkan daerah pemasaran menjadi terbatas. Pemasaran itu sendiri adalah mencakup periklanan dengan menggunakan media online maupun elektronik[6]. Saat ini untuk memasarkan produk tidak perlu bertemu antara pembeli dan penjual dengan memanfaatkan Marketplace dan media social maka penjualan dan pembelian akan lebih mudah dilakukan dengan demikian diharapkan dengan pelatihan ini dapat meningkatkan penjualan Gula Jawa DI Desa Slumbung[7].

Untuk memaksimalkan kegiatan PKM ini setelah dilakukan survei ke mitra, ada 3 pokok kegiatan yang akan difokuskan diantaranya, memberikan pelatihan cara pemasaran produk dengan menggunakan marketplace dan media sosial, kedua mendampingi mitra untuk bisa mengimplementasikan ilmu yang sudah diberikan[10]. Dan yang ketiga adalah evaluasi dari penggunaan media social dan marketplace apakah sudah dilakukan dengan maksimal. Manfaat yang didapatkan dari pelatihan dan pendampingan ini adalah mitra nantinya bisa melakukan pemasaran produk secara online, produk yang dihasilkan nantinya

tidak hanya dijual di pasar tradisional saja dengan penjualan yang sangat minim[4]. Dengan begitu bisa meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasarnya. Karena selama ini hanya dipasarkan di pasar tradisional saja dan wilayah lokal saja. Kami juga akan dilakukan pendampingan pelatihan secara berkala sampai mitra benar-benar bisa mengimplementasikan semua pelatihan yang diberikan kepada mitra. Pendampingan ini perlu dilakukan karena jika tidak dilakukan pendampingan tidak bisa dilakukan evaluasi sejauh mana materi pelatihan bisa terlaksana[3]. Dengan adanya pendampingan ini diharapkan mitra bisa menyerap dan mengimplementasikan ilmu yang didapat. Pendampingan yang dimaksud adalah pendampingan untuk memecahkan permasalahan yang terjadi dan menyelesaikan permasalahan tersebut sampai tuntas[1]. Dengan adanya pendampingan dan pelatihan ini juga diharapkan dapat mengoptimasi usaha Gula Jawa sehingga bisa lebih banyak lagi pelaku usaha yang ada di desa Slumbung ini[8].

## 2. METODE

Pelaksanaan Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Slumbung Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri yang diikuti anggota BUMDES dan Perangkat Desa.

Ada beberapa tahapan dalam pelaksanaan dalam kegiatan ini diantaranya :

Pertama pelaksana melakukan survei dan mengidentifikasi terlebih dahulu ke kantor kecamatan dan Kantor Desa tentang permasalahan yang terjadi yaitu tentang masalah pemasaran dan ekspor terkait Gula Jawa. Setelah mendapatkan permasalahan kemudian pelaksana akan melakukan pelatihan terhadap anggota BUMDES dan perangkat desa dan pelatihan sesuai dengan permasalahan yang terjadi.



Gambar 1. Tim pelaksana melakukan survei ke kantor Desa

Kedua pada tahap pelaksanaan, pada tahap ini dilakukan pertemuan dengan peserta yang akan mengikuti pelatihan, kegiatan ini diikuti oleh seluruh anggota BUMDES dan perangkat Desa. Materi pelatihan yang diberikan adalah tentang pengertian dan pengetahuan apa itu marketplace, memberikan tutorial bagaimana cara mendaftar di marketplace sampai dengan implementasinya.



Gambar 3. Pelaksanaan Pelatihan dengan anggota BUMDES

Ketiga kemudian pada tahap yang ketiga ini adalah tahap Evaluasi, pada tahap ini adalah dilakukan evaluasi untuk melihat target ketercapaian dari implementasi marketplace apakah ada kesulitan dalam mengimplementasikannya jika masih ada maka akan kita bantu untuk menyelesaikan permasalahan tersebut sampai tuntas.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Slumbung ini adalah Desa yang mempunyai banyak pelaku usaha dibidang pembuatan Gula Jawa terlihat dari jumlah pelaku usaha ada 30 lebih pelaku usaha dalam satu desa, tetapi belum ada yang mempunyai marketplace dalam pemasarannya. Dalam survei yang dilakukan oleh tim pelaksana maka akan mengadakan pelatihan pemasaran terhadap BUMDES nya karena dianggap mampu

untuk mengimplementasikan marketplace. Pada pelatihan ini kenapa memilih marketplace karena lebih mudah dipahami dan diimplementasikan, nantinya juga akan diberikan pelatihan bagaimana membuat foto dan video pemasaran yang menarik bagi pelanggan. Pada pelatihan ini dilakukan 4 hari setiap pertemuan dilakukan 3 jam.

Pada pertemuan pertama yaitu Pelatihan ini diawali dengan menjelaskan pengetahuan tentang marketplace dan pengertian tentang apa itu marketplace seperti, Shopee, Tokopedia, dan juga dikenalkan tentang penjualan melalui social media seperti penjualan di live tiktok atau Instagram. Peserta diberikan pengetahuan tentang bagaimana cara menggunakan media media tersebut, apa saja manfaat yang diperoleh jika memasarkan produk mereka dengan menggunakan marketplace, kemudian peserta juga diberi pemahaman tentang kelebihan dan kekurangan dari marketplace ataupun social media, jadi peserta bisa mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam tentang marketplace ataupun social media.

Pertemuan kedua adalah memberikan pelatihan tentang aplikasi – aplikasi apa saja yang digunakan untuk edit video dan foto yang mudah digunakan dan hasilnya juga menarik. Pada penelitian ini pelaksana memberikan pelatihan edit foto dan video menggunakan canva agar peserta juga bisa membuat video dan foto yang bisa diunggah di marketplace mereka ataupun social media nya agar menarik. Selanjutnya peserta di minta membuat video dan foto menggunakan aplikasi canva.

Kemudian pada pertemuan Ketiga peserta di minta untuk membuat akun shopee dan mengunggah foto dan video untuk mengimplementasikan hasil pelatihannya, pelaksana mendampingi para peserta sampai peserta bisa mengimplementasikan.

Pada pertemuan ke empat pelaksana melakukan evaluasi, peserta dan pelaksana melakukan diskusi jika ada permasalahan yang terjadi, pada saat diskusi ada beberapa kendala yang dialami peserta diantaranya pada proses unggah foto maupun video yang dibuat, pada hasil evaluasi ini menurut pelaksana kendala-kendala yang dihadapi peserta hanya sedikit dan sudah bisa diatasi dan semua peserta merasa sangat terbantu dan bermanfaat bagi mereka.

Diharapkan dari kegiatan pelatihan ini dapat mengubah cara pandang peserta dalam melakukan pemasaran online dan dapat meningkatkan jumlah penjualan [2].



**Gambar 3. Tahap Evaluasi**

#### **4. KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pelatihan yaitu untuk pemasaran produk di Desa Slumbu Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Pelatihan tersebut mempunyai manfaat untuk memasarkan produk Gula Jawa dengan menggunakan marketplace dan social media untuk meningkatkan dan memperluas pemasaran Gula Jawa, peserta yang mngitu adalah semua anggota BUMDES. Berdasarkan pelatihan yang dilakukan respon dari peserta sangat antusias dan bisa menerima materi pelatihan dengan baik. Saran untuk pelatihan selanjutnya adalah bisa pelatihan tentang bagaimana cara ekspor.

#### **5. DAFTAR PUSTAKA**

- [1] A. Evana, F. Fajridhatun, And M. Etni, "Pendampingan Pemasaran dan peningkatan penjualan Melalui Daring Pada UD. EVARIO MANDIRI JAYA," *ALKHIDMAT.*, vol. 4, no. 2, pp. 106–112, 2021.
- [2] B. M. Sally, A. Rini, And M. J. Achmad, "Pemasaran Online Bagi Pelaku Usaha," *Empowerment.*, vol. 1, no. 2, pp. 235–240, 2022.
- [3] M. I. Mochamad, And L. N. D. Lisa, "Pendampingan Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Ekonomi Pedesaan," *JMM.*, vol. 5, no. 5, pp. 2717–2726, 2021.

- [4] N. Khoirul, S. Nambi, Setiawan, And P. S. Putri, "Training And Mentoring About Online Marketing At UD Madani Makmur Sidoarjo," *INTEGRITAS.*, vol. 5, no. 2, pp. 209–2018, 2021.
- [5] R. S. Yohanes, "Produk Paguyuban Penghasil Gula Jawa Dusun Kliwonan Untuk Memasuki Pasar Nasional," *ADIWIDYA.*, vol. 3, no. 2, pp. 83–92, 2019.
- [6] Satriadi. Wanawir. H. Eka. S. Leonita. And Nursaidah, *Manajememen Pemasaran*. Jogjakarta: Samudra Biru, 2021
- [7] S. Saudah. S. D. Adi, T. A. Triono. S. Fajar, "Optimalisasi Usaha Kecil Menengah Melalui Pelatihan Digital Marketingh" *ABDIMAUNMER.*, vol. 6, no. 3, pp. 358–371, 2022.
- [8] T. Rahayu. S. Rina, "Pengabdian Masyarakat Dengan Tema Pelatihan Pemasaran Online Pada Karang Taruna Kelurahan Manahan Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta," *ADIWIDYA.*, vol. 4, no. 1, pp. 95–112, 2020.
- [9] W. Eni. Nurani. M. Eni. E. Mokhammad, "Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di PLUT KUMKM Tulungagung" *JANITA.*, vol. 1, no. 1, pp. 46–52, 2021.
- [10] R. Yuliani. A. Kasyfu. R. Adisti, "Pendampingan Pembuatan E- Marketplace dan Laporan Keuangan Pada UP2K "MULAN" Khususnya Dasa Wisma "Mawar" " *ILUNG.*, vol. 1, no. 2, pp. 112–123, 2021.