

Penguatan UMKM Gula Aren Desa Maddenra Melalui *Product Diversification* dan *Digital Marketing*

Romy Nugraha^{1)*}, Sumartan²⁾, Suriadi³⁾, Haswandi⁴⁾, Jumahida⁵⁾

^{1), 4)}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ichsan Sidenreng Rappang

^{2), 5)}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Ichsan Sidenreng Rappang

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

*Email Penulis Koresponden: romynugraha7@gmail.com

Received : 03/12/24; Revised : 15/04/25; Accepted: 17/04/25

Abstrak

UMKM Gula aren yang ada di desa maddenra memiliki potensi pertanian pohon aren yang melimpah dengan nilai ekonomis yang menjanjikan, tetapi dalam pengolahan produk gula aren yang selama ini dilakukan masyarakat masih menggunakan metode tradisional dengan hasil produk gula balok dan memiliki jangkauan pemasaran hanya sebatas wilayah lokal, maka dari itu tim PkM memiliki tujuan untuk memberikan inovasi baru dalam proses produksi gula aren dengan mengadopsi teknologi produksi dan product diversification berupa produk baru gula semut, diversifikasi ini memberikan dampak positif, baik dalam meningkatkan nilai penjualan produk maupun menciptakan identitas produk yang kuat. Tujuan kegiatan ini juga meningkatkan penghasilan petani gula aren melalui teknik digital marketing yang lebih luas jangkauan pasar untuk produk-produk Kelompok Tani Hutan Cenreanging. Metode pelaksanaan dibagi menjadi beberapa tahapan antara lain tahapan sosialisasi program PkM melalui Focus Group Discussion (FGD), tahapan pelatihan, Penerapan teknologi dalam proses produksi akan memakai alat pengolahan gula semut menggunakan mesin, Pendampingan dan evaluasi secara berkala selama pelaksanaan program dan keberlanjutan Program. Dari hasil kegiatan PkM ini UMKM gula aren masyarakat desa maddenra mengalami peningkatan pengetahuan mengenai diversifikasi produk, keterampilan dalam memproduksi gula semut, memiliki branding produk dengan brand lokal sendiri, kemampuan untuk pemasaran secara digital, dan penjualan produk gula aren dan gula semutnya dari harga jual awal untuk gula merah kotak menjadi gula semut mencapai peningkatan 233,4%. Pendapatan petani meningkat dengan kualitas produk baru, brand baru dan pemasaran yang lebih luas.

Kata kunci : *Diversifikasi Produk, Digital Marketing, Gula Aren, UMKM*

Abstract

The palm sugar MSMEs in Maddenra village has the potential for abundant palm tree agriculture with promising economic value. However, the production process of palm sugar, which has been traditionally carried out by the community, still uses conventional methods, producing block palm sugar, and the marketing reach is limited to local areas. Therefore, the PKM team aims to introduce new innovations in the production process by adopting production technology and product diversification, namely producing palm sugar in granulated form. This diversification has a positive impact on both increasing product sales value and creating a strong product identity. The goal of this activity is also to increase the income of palm sugar farmers through digital marketing techniques that expand market reach for the products of the Cenreanging Forest Farmer Group. The implementation method is divided into several stages, including the socialization of the PKM program through Focus Group Discussions (FGD), training stages, the application of technology in the production process using machines to process granulated palm sugar, as well as regular mentoring and evaluation throughout the program's implementation and sustainability. As a result of this PKM activity, the palm sugar MSMEs in Maddenra village have experienced an increase in knowledge about product diversification, skills in producing granulated palm sugar, product branding with their own local brand, and the ability to market digitally. The sales of palm sugar and granulated palm sugar

products experienced a 233,4% increase form the initial selling price of block palm sugar to granulated palm sugar. Farmers' income has increased due to the new product quality, new brand, and wider marketing.

Keywords : product diversification, digital marketing, palm sugar, MSMEs

1. PENDAHULUAN

Desa Maddenra merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, khususnya dalam bidang pertanian pohon aren. Produk utama yang dihasilkan oleh petani di desa ini adalah gula aren, yang memiliki nilai ekonomis cukup menjanjikan. Pohon aren yang tumbuh subur di desa ini menjadi sumber penghasilan utama bagi masyarakat lokal, khususnya melalui produksi gula aren dalam bentuk gula balok. Aren (*Arenga Pinnata Merr*) adalah jenis palma yang memiliki potensi nilai ekonomi yang tinggi (Evalia, 2015) dan menghasilkan sari nira berwarna coklat kehitaman dan memiliki rasa aroma yang khas tidak seperti gula putih (Irwan Wirajaya et al., 2022).

Berdasarkan survei dan identifikasi Tim pengusul PkM di Desa Maddenra, Kelompok Tani yang akan dijadikan mitra untuk pengembangan produk gula aren adalah Kelompok Tani Hutan (KTH) Cenreanging dengan rincian profil mitra seperti Tabel 1.

Tabel 1. Profil Mitra Pengabdian Masyarakat

Nama Kelompok Tani	Ketua	Sekretaris	Bendahara	Jumlah Anggota	Luas Lahan	Berdiri Tahun
Kelompok Tani Hutan Cenreanging	La Samu	A.Asri	Hj.Upe	95	100 Ha	1999

Kelompok Tani Hutan (KTH) Cenreanging ini telah berdiri sejak tahun 1999 dengan pengelola luas lahan 100 Ha, jumlah anggota kelompok ini 95 petani hutan dengan La Samu sebagai ketua kelompok. Potensi pohon aren di Desa Maddenra ini sangat banyak hampir memenuhi satu dusun di dusun Cenreanging tetapi dalam proses produksi gula aren ini masih menggunakan metode tradisional, setelah pengambilan sari nira petani aren memasak sari nira ini menggunakan tungku tradisional yang disebut “*dapo*” proses pengadukannya pun masih manual oleh masyarakat sampai dengan sari nira mengental. Hasil produksi menghasilkan gula aren cetak yang berbentuk balok dan bulat biasanya di jual dengan harga 20.000 sampai 30.000 rupiah.



Gambar 1. Pohon Aren Desa Maddenra dan Proses Produksi Tradisional

Survei awal tim menemukan pengelolaan produksi gula aren di Desa Maddenra masih tradisional dapat dilihat di Gambar 1. Pengolahan yang masih tradisional, kurangnya inovasi dalam menciptakan produk, jangkauan pasar sebatas lokal (Arsana et al., 2023). Maka tim PkM akan menawarkan produk gula semut sebagai *product diversification*, diversifikasi produk gula aren ini dapat membantu memperluas pasar, meningkatkan nilai dengan pengembangan produk (Nugraha et al., 2024) dan meningkatkan daya saing dalam industri makanan, serta memanfaatkan potensi

gula aren sebagai bahan baku yang beragam, diversifikasi ini juga memberikan dampak positif, baik dalam meningkatkan nilai penjualan produk maupun menciptakan identitas produk yang kuat (Sumartan et al., 2023).

Berdasarkan observasi tim dengan kelompok tani hutan Cenreanging sudah pernah mencoba untuk membuat produk gula semut ini tetapi terkendali banyak hal padahal permintaan pasar bagus untuk produk ini. Kendala nya seperti pengeringan gula aren yang membutuhkan waktu yang lama karena memanfaatkan sinar matahari, pengemasan produk dan juga pemasarannya. Jadi masyarakat berhenti dan kembali ke produk awal yakni gula aren cetak berbentuk balok dan bulat.

Dalam Pemasaran produk gula cetaknya pun masih kurang maksimal, dikarenakan pemasarannya masih memakai sistem tradisional dengan cara pemasaran dari mulut ke mulut dan penitipan produk di pasar tradisional untuk dijual. KTH Cenreanging belum menerapkan strategi *digital marketing* yang memiliki potensi penjualan yang lebih luas dan dapat meningkatkan volume penjualan (Nugraha et al., 2023). Maka strategi *digital marketing* dilakukan untuk upaya pelaku usaha memengaruhi calon konsumen untuk membeli produknya (Suriadi et al., 2023). Penggunaan *platform digital* diharapkan mampu meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau konsumen di luar wilayah lokal, sehingga dapat mendorong peningkatan pendapatan para petani dan pelaku UMKM gula aren di Desa Maddenra.

2. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan di Desa Maddenra Kabupataen Sidenreng Rappang Provinsi Sulawesi Selatan. Waktu pelaksanaan selama 8 bulan pada Mei-Desember 2024. Tempat kegiatannya berjarak 24 Km dari Lokasi TIM pelaksana kampus Universitas Ichsan Sidenreng Rappang.

Tahapan kegiatan yang akan dilaksanakan oleh tim PKM sebagai berikut :

1. Tahapan Sosialisasi program PkM melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dengan Kelompok Tani Hutan Cenreanging, Tokoh Masyarakat dan Pemerintah Desa Maddenra.
2. Tahapan Pelatihan, pada tahap ini digunakan metode pembelajaran, metode diskusi dan metode tanya jawab dalam bentuk *workshop*. Metode ini digunakan untuk menyampaikan materi dasar (*basic*) atau perluasan (*advance*) yang disampaikan secara lisan tentang maksud, tujuan dan sasaran pencapaian hasil belajar, serta motivasi untuk mencapai hasil yang di harapkan. Pada tahapan ini akan dilakukan pelatihan-pelatihan terkait penguatan UMKM Kelompok Tani Hutan Cenreanging di bidang produksi dan pemasaran. Sebelumnya akan dibagikan *pre-test* sebagai alat ukur untuk melihat peningkatan keterampilan masyarakat sebelum dan sesudah pelatihan dan pendampingan.

Tabel 2. Pelatihan kegiatan PkM

Tahapan	Kegiatan	Metode
1	Pelatihan <i>product diversification</i> (pembuatan produk baru gula semut)	<i>Workshop</i>
	Pelatihan penggunaan alat dan teknologi produksi gula semut	<i>Workshop</i>
2	Pelatihan pengemasan produk gula cetak dan gula semut	<i>Workshop</i>
3	Pelatihan dan penerapan Strategi <i>Digital marketing</i>	<i>Workshop</i>

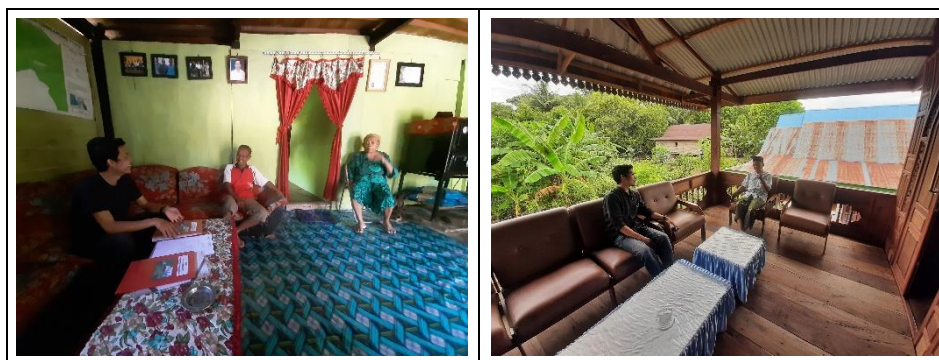
Berdasarkan pada Tabel 2, maka akan ada 3 (tiga) agenda workshop yang terstruktur mulai dari kegiatan produksi dengan Pelatihan *product diversification* (pembuatan produk baru gula semut) dan Pelatihan penggunaan alat dan teknologi produksi gula semut dan Pelatihan pengemasan produk gula cetak dan gula semut. Dilanjutkan dengan kegiatan pemasarannya dengan Pelatihan dan penerapan Strategi *Digital marketing* sehingga produknya sudah siap di edarkan dipasar.

3. Penerapan Teknologi dalam proses produksi akan memakai alat pengolahan gula semut mesin kristalisator yang berfungsi untuk memasak nira dan membuat gula aren menjadi kristal, kemudian Mesin penepung gula semut berfungsi untuk menggiling gula semut yang ukurannya masih besar supaya menjadi butiran tepung yang lebih halus, kemudian Mesin pengering gula semut untuk mengeringkan gula semut supaya kandungan airnya berkurang, jika tingkat kekeringan gula semut optimal maka produk akan lebih tahan lama.
4. Pendampingan dan Evaluasi, Pendampingan akan dilakukan setelah diadakan pelatihan, dimulai dengan pendampingan pembuatan gula semut memakai mesin sampai dengan masyarakat menguasai dan cakap dalam pemakaiannya, Pendampingan pengemasan produk sampai masyarakat bisa terampil dalam pengemasannya, Terakhir setelah produk semua siap tim akan pendampingan untuk pemasarannya secara *digital* agar mendapatkan akses pasar yang lebih luas, masyarakat dibimbing untuk memasarkan berkomunikasi dan memberikan pelayanan cepat dan baik untuk konsumen. Bentuk Evaluasi akan dilakukan dengan mengukur pencapaian masyarakat melalui *post-test*, apabila persentasenya masih rendah maka akan dievaluasi pelaksanaan PkM nya, dan juga Evaluasi rutin secara berkala selama pelaksanaan program.
5. Keberlanjutan Program, tim akan memberikan edukasi untuk manajemen bisnis dengan tujuan bisnis ini terus bertahan dan memiliki daya saing nasional dan internasional.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Tahapan Sosialisasi

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dimulai dengan mengadakan sosialisasi kepada mitra kelompok tani dan pemerintah daerah untuk mengenal kondisi existing mitra dan sosialisasi kegiatan yang akan dilakukan oleh Tim PkM dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Sosialisasi dengan Ketua Kelompok Tani Hutan Cenreanging & Kepala Desa

Dari hasil pengamatan tim melalui sosialisasi dengan kelompok tani tergambar jelas bahwa kelompok tani hutan cenrenanging menggunakan metode tradisional dalam produksi gula merahnya, dan hanya memproduksi satu produk. Kepala Desa Maddenra mendukung kegiatan tim PkM dengan mendapatkan izin untuk mengakses langsung lokasi hutan pohon aren di desanya.

3.2. Tahapan Pelatihan dan Penerapan Teknologi

Tahapan selanjutnya melaksanakan kegiatan pelatihan yang akan dibagi menjadi 2 sesi, sesi pertama menggabungkan antara pelatihan *product diversification* (gula semut) dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan alat dan teknologi dalam memproduksi gula semut serta pengemasan produk gula semut. Kegiatan ini diikuti oleh 67 petani aren dan masyarakat Desa Maddenra, peserta kegiatan diminta untuk dapat mengisi *Pretest* sebagai data awal untuk mengukur capaian kegiatan pengabdian masyarakat sebelum melaksanakan pelatihan dan pendampingan.

Pelatihan sesi pertama petani aren diperkenalkan strategi *product diversification* sebagai solusi atas permasalahan mitra produk yang kurang inovatif, pelatihan ini diisi materi yang menekankan bahwa produk gula semut sebagai varian baru dari gula aren. Dengan menyediakan variasi produk yang berbeda, usaha dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas (Syafi'i et al., 2023). Produk-produk baru juga memberikan peluang untuk memperluas basis pelanggan dan

menciptakan loyalitas konsumen serta berkembang di pasar kompetitif. Produk gula semut ini memiliki kualitas yang lebih baik dan harga jual yang lebih tinggi dibandingkan gula balok.



Gambar 4. Pelaksanaan Kegiatan dan Pendampingan PkM



Gambar 5. Proses Pembuatan Produk Gula Semut

Terlihat pada Gambar 5 peningkatan kualitas produk dengan penggunaan teknologi dalam proses produksi yakni mesin kristalisator yang lebih efisien untuk mengolah air nira menjadi butiran gula semut, Selanjutnya di oven untuk mengurangi kadar air yang terkandung dalam butiran gula semut dengan standar maksimal kandungan 3%, proses terakhir gula semut yang telah di oven digiling supaya lebih halus. Penggunaan teknologi mesin tepat guna ini dapat meningkatkan produksi UMKM dan meingkatkan kualitas produk (Tampubolon et al., 2022).

Produk gula semut yang dihasilkan memiliki standar kualitas yang lebih baik dari segi rasa, tekstur hingga tampilan. Pengemasan produk juga telah disesuaikan dengan standar pasar modern untuk menarik lebih banyak konsumen

3.3. Pendampingan Kelompok Tani Hutan

Melalui pendampingan secara rutin yang dilakukan tim PkM selama beberapa bulan, petani aren mahir dalam melakukan produksi ini, maka dari itu pelatihan sesi kedua dilakukan dengan berfokus pada peningkatan kualitas dan jangkauan pemasaran gula semut. Dalam konteks ini, *branding* memegang peranan penting dalam mendukung hasil pelaksanaan kegiatan tersebut, karena *branding* akan menjadi kunci untuk memperkuat posisi produk di pasar dan meningkatkan daya saing UMKM.

Salah satu hasil utama dari kegiatan ini adalah terciptanya produk gula semut yang berkualitas dan siap dipasarkan. Namun, agar produk ini dapat bersaing di pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional, penting untuk membangun identitas yang kuat melalui *branding*. Pemberian *brand* pada sebuah produk akan meningkatkan minat beli dan daya Tarik pada suatu produk dan meningkatkan harga jual (Muhammad et al., 2021)(Perwitasari, 2021)(Nugraha et al., 2024). *Branding* gula semut tidak hanya mencakup nama, logo, dan kemasan, tetapi juga mencakup nilai-nilai lokal, cerita di balik produk, serta keunikan yang membedakan gula semut Maddenra dari produk serupa. Diversifikasi produk dari gula balok ke gula semut adalah langkah awal untuk meningkatkan nilai tambah produk secara ekonomi. Namun, nilai tambah ini tidak hanya terletak pada kualitas fisik produk, tetapi juga pada persepsi konsumen yang dibangun melalui *branding*. Melalui *branding* yang efektif, gula semut bisa dipersepsikan sebagai produk premium atau organik, yang pada gilirannya memungkinkan pelaku UMKM untuk menetapkan harga jual yang lebih tinggi dibandingkan produk gula aren konvensional.



Gambar 6. Branding Produk Gula Semut

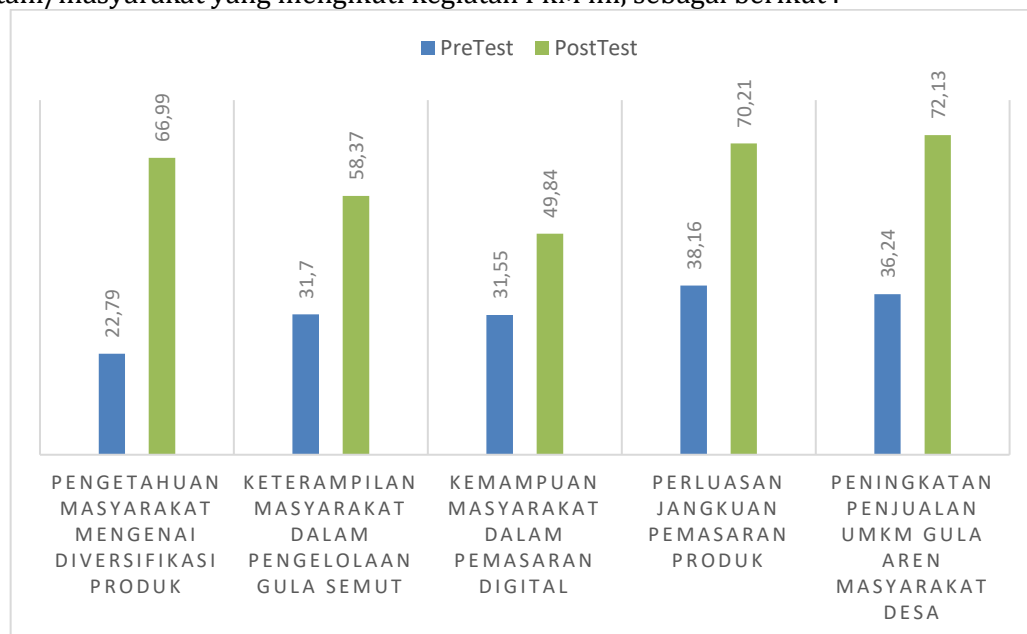
Hasil dari pelatihan *digital marketing* yang diberikan dalam kegiatan pengabdian ini adalah kemampuan pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka secara *online*. Agar strategi pemasaran *digital* ini berhasil, produk gula semut harus memiliki *brand* yang konsisten dan menarik di berbagai *platform digital*, termasuk media sosial dan *marketplace*. *Branding* yang kuat akan membantu produk gula semut menonjol di pasar *digital* yang sangat kompetitif dan memberikan kesan profesional kepada konsumen.

Setelah pendampingan untuk pemasaran *digital* petani aren berhasil memasarkan produk gula aren dan gula semut melalui *platform digital*, seperti *e-commerce*, *web* dan media sosial. Produk yang sebelumnya hanya dipasarkan di wilayah lokal kini sudah mulai dikenal di pasar nasional, dengan beberapa UMKM yang telah menerima pesanan dari luar daerah, aspek

pemasaran sangat penting bagi dunia usaha terkhususnya di daerah dituntut untuk mampu bersaing di era *digital* saat ini (Setyawan et al., 2023). UMKM yang memiliki kemampuan pemasaran yang lebih baik dan menggunakan saluran *digital* untuk mempromosikan produk atau layanannya cenderung berkinerja lebih baik dalam hal pertumbuhan penjualan, akuisisi pelanggan, retensi pelanggan dan kepuasan pelanggan (Frans Sudirjo et al., 2023).

3.4. Evaluasi Keberlanjutan Program

Data dapat dilihat dari hasil *Pretest* dan *Posttest* tim PkM dengan jumlah responden 67 kelompok tani/masyarakat yang mengikuti kegiatan PkM ini, sebagai berikut :



Gambar 7. Grafik *Pretest* dan *Posttest*

Berdasarkan grafik pada gambar 7 dapat dilihat Pertama bahwa terjadi peningkatan pada pengetahuan masyarakat mengenai diversifikasi produk yang signifikan antara sebelum pelatihan/pendampingan dan setelah pelatihan/pendampingan. Ini dibuktikan dengan nilai rata-rata hasil *Pretest* sebesar 22.79 dan nilai rata-rata *Posttest* meningkat ke 66.99. dan berdasarkan hasil uji korelasi *Pretest* dan *postrest* didapatkan taraf signifikan $0.000 \leq 0.05$ yang berarti bahwa terdapat perbedaan dan peningkatan yang signifikan atas pengetahuan masyarakat mengenai diversifikasi produk sebelum dan setelah pelatihan dan pendampingan kegiatan diadakan tim PkM.

Kedua, terjadi peningkatan pada keterampilan masyarakat dalam pengelolaan gula semut yang signifikan antara sebelum pelatihan/pendampingan dan setelah pelatihan/pendampingan. Ini dibuktikan dengan nilai rata-rata hasil *Pretest* sebesar 31.70 dan nilai rata-rata *Posttest* meningkat ke 58.37. Dan hasil uji korelasi *Pretest* dan *Posttest* didapatkan taraf signifikan $0.000 \leq 0.05$ yang berarti bahwa terdapat perbedaan dan peningkatan yang signifikan atas keterampilan masyarakat dalam pengelolaan gula semut sebelum dan setelah pelatihan dan pendampingan kegiatan diadakan tim PkM.

Ketiga, terjadi peningkatan pada kemampuan masyarakat dalam pemasaran *digital* yang signifikan antara sebelum pelatihan/pendampingan dan setelah pelatihan/pendampingan. Ini dibuktikan dengan nilai rata-rata hasil *Pretest* sebesar 31.55 dan nilai rata-rata *Posttest* meningkat ke 49.84. Dan hasil uji korelasi *Pretest* dan *Posttest* didapatkan taraf signifikan $0.000 \leq 0.05$ yang berarti bahwa terdapat perbedaan dan peningkatan yang signifikan atas Kemampuan masyarakat dalam pemasaran *digital* sebelum dan setelah pelatihan dan pendampingan kegiatan diadakan tim PkM.

Keempat, terjadi peningkatan pada perluasan jangkuan pemasaran produk yang signifikan antara sebelum pelatihan/pendampingan dan setelah pelatihan/pendampingan. Ini dibuktikan dengan nilai rata-rata hasil *Pretest* sebesar 38.16 dan nilai rata-rata *Posttest* meningkat ke 70.21. Dan hasil uji korelasi *Pretest* dan *Posttest* didapatkan taraf signifikan $0.000 \leq 0.05$ yang berarti

bahwa terdapat perbedaan dan peningkatan yang signifikan atas perluasan jangkuan pemasaran produk sebelum dan setelah pelatihan dan pendampingan kegiatan diadakan tim PkM.

Kelima, terjadi Peningkatan penjualan UMKM gula aren masyarakat desa yang signifikan antara sebelum pelatihan/pendampingan dan setelah pelatihan/pendampingan. Ini dibuktikan dengan nilai rata-rata hasil *Pretest* sebesar 36.24 dan nilai rata-rata *Posttest* meningkat ke 72.13. Dan hasil uji korelasi *Pretest* dan *Posttest* didapatkan taraf signifikan $0.000 \leq 0.05$ yang berarti bahwa terdapat perbedaan dan peningkatan yang signifikan atas penjualan UMKM gula aren masyarakat desa sebelum dan setelah pelatihan dan pendampingan kegiatan diadakan tim PkM.

Maka dari itu dengan adanya diversifikasi produk dan strategi pemasaran yang lebih luas, pendapatan para pelaku UMKM gula aren mengalami peningkatan sebesar 233,4% dengan rincian penjualan yang biasanya 24.000/kg dengan jenis produk gula merah kotak, sekarang penjualan mencapai 80.000/kg untuk jenis produk gula semut. Selisih yang sangat signifikan menambah pendapatan UMKM atau petani aren, karena produk mereka jual sudah bertambah jenisnya bukan hanya gula merah kotak tetapi ditambah dengan gula semut dengan nilai ekonomis yang lebih tinggi lagi. Apalagi gula semut yang berhasil dijual ke pasar yang lebih luas, termasuk pesanan dari luar daerah, pesanan yang datang untuk order gula kotak maupun gula semut itu lebih banyak daripada sebelumnya, ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan mereka. Total pendapatan per bulan petani aren ini belum dihitung dikarenakan menunggu untuk normalisasi produknya untuk dikenal oleh konsumen sehingga menjawab memiliki rata-rata penjualan per bulan normalnya berapa. UMKM yang mengikuti pelatihan ini juga menjadi lebih mandiri dalam mengelola usaha, baik dalam pengolahan produk maupun pemasaran. Mereka juga lebih percaya diri dalam bersaing dengan produk sejenis di pasaran, baik lokal maupun nasional.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pemberdayaan kemitraan Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan di Desa Maddenra kecamatan Kulo Kabupaten Sidenreng Rappang terlaksana dengan baik melalui metode pelatihan dan pendampingan secara rutin, Dari hasil kegiatan PkM ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

- a. UMKM gula aren masyarakat desa maddenra mengalami peningkatan pengetahuan mengenai diversifikasi produk dengan luaran hasil kegiatan berupa produk baru yang dihasilkan kelompok tani yakni gula semut
- b. UMKM gula aren masyarakat desa maddenra mengalami peningkatan keterampilan dalam produksi gula semut menggunakan teknologi mesin yang inovatif.
- c. UMKM gula aren masyarakat desa maddenra telah memiliki *branding* produk dengan *brand* lokal sendiri yang memiliki nilai ekonomis lebih tinggi dan bisa menarik konsumen untuk pembelian produk gula semutnya.
- d. UMKM gula aren masyarakat desa maddenra mengalami peningkatan dalam kemampuan untuk pemasaran secara *digital* atau *online*, dengan luaran hasil kegiatan penjualan produk gula semutnya di jual melalui *e-commerce*, memiliki *web* dan sosial media.
- e. UMKM gula aren masyarakat desa maddenra mengalami peningkatan penjualan produk gula aren dan gula semutnya dari harga jual awal Rp24.000/kg untuk gula merah kotak menjadi Rp.80.000/kg untuk gula semut. Pendapatan petani meningkat dengan kualitas produk baru, *brand* baru dan pemasaran yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar besarnya kepada pihak DRTPM Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi atas bantuan dana hibah pengabdian masyarakat melalui program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PkM) Tahun 2024, serta partisipasi dari Universitas Ichsan Sidenreng Rappang, Pemerintah Desa Maddenra, dan mitra Kelompok Tani Hutan Cenreanging.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsana, I. K. S., Olilingo, F. Z., Antu, Y., & Rachman, E. (2023). PKMS Pembedayaan kelompok usaha gula aren melalui diversifikasi produk olahan air nira sebagai upaya peningkatan pendapatan masyarakat di desa tri rukun kec. wonosari kabupaten boalemo. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat (J-PMas)*, 2(2), 80–93.
- Evalia, N. A. (2015). Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 12(1), 57–67. <https://doi.org/10.17358/jma.12.1.57>
- Frans Sudirjo, Arief Yanto Rukmana, Hilarius Wandan, & Muhammad Lukman Hakim. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, *Digital marketing* Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.134>
- Irwan Wirajaya, Risma Tiara Milenia, Irwan Hidayat, Bagus Satrialdy Azhar, , A A Istri Adeka Saputri, Lidya Saraswati Dellaneyra, Arya Hidayat, Ni Putu Ayu Aprila Andra Kumara, Kurniati, Septiana Dewi Putri, Titi Andriani, Talia Wandiyani, & Baiq Farista. (2022). Pendampingan Dalam Produksi dan Pemasaran Gula Aren Cair di Desa Kekait, Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(2), 37–41. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i2.1559>
- Muhammad, S. A., Winarno, A., & Hermawan, A. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Minat Beli Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Produk Green Bean Kopi. *Jurnal Graha Pengabdian*, 3(4), 369. <https://doi.org/10.17977/um078v3i42021p369-376>
- Nugraha, R., Rahman, U., & Iqbal, M. (2023). Analisis penerapan *digital marketing* terhadap peningkatan volume penjualan pada usaha pembuatan batu bata Desa Bapangi Kabupaten Sidenreng Rappang. *AKUNTANBEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 20(4), 521–529. <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jakt.v20i4.14220>
- Nugraha, R., Rahman, U., Suriadi, Sukriwa, & Basri, S. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Product Branding dan *Digital marketing* pada UMKM Perkebunan Masyarakat Desa Cenrana Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: BERNAS*, 5(1), 1039–1054.
- Perwitasari, D. A. (2021). Branding Produk Label Kamasan Sebagai Upaya Pengembangan Daya Tarik Pemasaran pada UMKM Rengginang di Kelurahan Pakistaji Wonoasih Kota Probolinggo. *Jurnal Abdi Panca Mara*, 2(1), 34–38. <https://doi.org/10.51747/abdipancamara.v2i1.741>
- Setyawan, N. A., Ayuwardani, M., Wibowo, B. Y., Kartika, V. S., & Malebra, I. (2023). Pelatihan *Digital marketing* Untuk Meningkatkan Penjualan & Produktivitas Bagi Komunitas Kpm Pkh. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 7(2), 69–76. <https://doi.org/10.36982/jam.v7i2.2456>
- Sumartan, Wahyuddin, N. R., & Azwar. (2023). Diversifikasi produk jamur tiram (Pleurotus Ostreatus): Kreativitas dalam menciptakan nilai tambah dan peluang bisnis produk pertanian. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 11912–11918.
- Suriadi, S., Fadlina, F., & Rahman, U. (2023). The Effect Of Service Marketing Mix On Costumer Satisfaction At PT. Bank Danamon Indonesia, TBK Mamuju Unit Sub-Branch. *Jurnal Ekonomi Ichsan Sidenreng Rappang*, 2(1), 163–174. <https://doi.org/10.61912/jeinsa.v2i1.21>
- Syafi'i, A., Shobichah, S., & Mulyani, M. (2023). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Pertumbuhan Dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Pada Industri Makanan Dan Minuman. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(6), 592–599. <https://doi.org/10.58344/jii.v2i6.3140>
- Tampubolon, H., Sigit, S., & Muharom, M. (2022). Peningkatan kapasitas produksi dengan mesin teknologi tepat guna pembuatan kue bakpia untuk UKM di Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi Teknologi (Dimastek)*, 01(01), 1–6.