

## MEMPERTAHANKAN DAYA SAING GULA MERAH MELALUI PENINGKATAN NILAI TAMBAH PRODUK

I Wayan Gde Sarmawa  
I Gusti Bagus Udayana  
Ni Made Santini

*wayangdesarmawa@gmail.com*  
Universitas Warmadewa

### ABSTRACT

*The ability to compete in the production of brown sugar which is done in a very traditional way is decreasing day by day. This has also happened to the brown sugar production of the brown sugar farmer groups who are members of Gapoktan Gunung Sari, Gunaksa Village, Klungkung, Bali. The inability to compete can be proven by the decreasing number of Gapoktan group members from year to year. The entry of brown sugar from various regions at a more affordable price means that the brown sugar produced by Gapoktan Gunung Sari cannot be sold at a higher price. This has caused many members of the sugar farmer group to stop making sugar. The service is currently trying to maintain competitiveness, by increasing the added value of products in the form of changing the shape of the sugar mold (re-design), packaging (packing), and labeling/branding (labeling). The service is carried out through a lecture approach and demonstration of increasing added value through changing shapes, giving packaging and labeling to products. Group members were very enthusiastic about participating in this service activity. This service is expected to be able to motivate members of the farmer group to continue to work in the brown sugar business.*

*Keywords: brown sugar, re-design, packaging, brand.*

### ABSTRAK

Kemampuan bersaing hasil produksi gula merah yang dikerjakan dengan sangat tradisional semakin hari semakin menurun, hal ini juga terjadi hasil produksi gula merah pada kelompok petani gula merah yang tergabung pada Gapoktan Gunung Sari Desa Gunaksa, Klungkung, Bali. Ketidakmampuan bersaing dapat dibuktikan melalui semakin berkurangnya anggota kelompok Gapoktan dari tahun ke tahun. Masuknya gula merah dari berbagai wilayah dengan harga yang lebih terjangkau, menyebabkan hasil produksi gula merah Gapoktan Gunung Sari tidak mampu dijual dengan harga yang lebih tinggi. Hal ini menyebabkan, anggota kelompok petani gula banyak yang berhenti membuat gula. Pengabdian saat ini berupaya mempertahankan daya saing, dengan meningkatkan nilai tambah produk berupa mengubah bentuk cetakan gula (*re-design*), pengemasan (*packing*), dan pemberian label/merek (*labelling*). Pengabdian dilakukan melalui pendekatan ceramah dan peragaan peningkatan nilai tambah melalui perubahan bentuk, pemberian pembungkus dan label pada produk. Anggota kelompok sangat antusias mengikuti kegiatan pengabdian ini. Pengabdian kali ini diharapkan mampu memotivasi anggota kelompok petani untuk tetap menggeluti usaha pembuatan gula merah.

Kata kunci: gula merah, *re-design*, pengepakan, merek.

### PENDAHULUAN

Dalam rangka mempertahankan keberlanjutan usaha, maka kemampuan bersaing menjadi bagian yang sangat penting untuk dijaga dan ditingkatkan. Kebanyakan perusahaan yang terpaksa bangkrut karena ketidakmampuannya untuk bersaing. Hal ini terlihat pada anggota-anggota kelompok petani gula merah yang tergabung dalam Gapoktan Gunung Sari, Desa Gunaksa, Klungkung, Bali. Secara bertahap dari tahun ke tahun jumlah anggota petani gula merah

menurun sangat drastis. Sekitar 15-20 tahun yang lalu, jumlah anggota kelompok petani gula cukup banyak sekitar 20-30 anggota, namun saat ini hanya tinggal beberapa saja. Ini mencerminkan ketidakmampuan mereka bersaing.

Gula merah dari berbagai wilayah datang membanjiri pasar, dengan harga terjangkau, karena mereka memproduksi secara massal dengan dukungan teknologi. Sedangkan petani pada Gapoktan Gunung Sari masih bekerja dengan sangat tradisional. Pekerjaan yang dilakukan se-

cara tradisional umumnya kurang efisien, kurang produktif, sehingga biaya kerja terhitung tinggi yang menyebabkan harga produk juga tinggi. Meskipun harga lebih tinggi dibandingkan dengan yang lain, jika produk memiliki daya tarik yang lebih kuat maka masih ada harapan dapat bersaing (AlFarraj *et al.*, 2021; Kim & Park, 2023).

Daya tarik yang lebih kuat memiliki kemampuan daya saing yang lebih besar, oleh karena itu dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan daya saing produk gula merah, maka perlu melakukan langkah-langkah yang mengarah pada peningkatan daya tarik. Beberapa hal yang dapat dilakukan adalah melalui memperbaiki bentuk (*design*) (Endico, 2021; Hertina & Yutika, 2023), memberikan pembungkus (*packaging*) yang lebih menarik (Cahyorini & Rusfian, 2012; Yudiantantri & Nora, 2019; Romadhona *et al.* 2018), memberikan label (*merk*) yang menarik juga (Andrew, 2019; Zulfikar *et al.*, 2022; Nova, 2023). Tiga hal ini yang disarankan untuk dilakukan dalam meningkatkan daya tarik produk gula merah hasil produksi kelompok petani gula merah Gapoktan Gunung Sari.

#### **Identifikasi Permasalahan Mitra**

Berdasarkan hasil observasi lapangan dapat dikemukakan beberapa permasalahan yang diduga berkaitan dengan lemahnya daya saing produk gula. Permasalahan-permasalahan tersebut diantaranya adalah kurangnya mitra menjaga mutu higienis gula, hal ini terlihat dari gula yang dipasarkan tidak terbungkus. Tidak adanya keunikan yang menonjol pada produk gula yang dihasilkan, di mana bentuk cetakan gula tidak berbeda dengan gula yang ada di pasar pada umumnya. Permasalahan berikutnya adalah tidak adanya merek/label yang mencirikan produk gula tersebut merupakan hasil produksi dari industri atau wilayah tertentu.

Berdasarkan permasalahan sebagaimana diuraikan, maka target pengabdian kepada masyarakat kali ini adalah peningkatan nilai tambah produk gula melalui perubahan desain, pengemasan, dan pemberian label/merek pada produk gula hasil produksi gula merah Gapoktan Gunung Sari Desa Gunaksa, Klungkung-Bali.

#### **Kajian Pendukung Pelaksanaan Program Pengabdian.**

Sebagaimana telah diuraikan mengenai permasalahan-permasalahan yang dihadapi mitra, maka perlu diuraikan kajian pentingnya

dilakukan perubahan desain, pengepakan, dan pemberian merek.

#### **Desain**

Desain gula merah di Bali secara umum dibentuk dengan menggunakan batok kelapa yang dibentuk sedemikian rupa menyerupai setengah bentuk bola. Sebagian besar gula kelapa di Bali dibentuk seperti itu, sehingga sulit membedakan gula merah produksi dari mana. Jika memiliki gula berkualitas lebih baik, tetapi bentuknya sama dengan bentuk gula pada umumnya, maka harga produk yang kita punya akan dianggap sama dengan harga gula pada umumnya, meskipun kualitasnya lebih baik. Karena tidak ada ciri unik yang membedakan produk tradisional berkualitas tinggi dengan produk pada umumnya. Oleh karena itu penting untuk melakukan perubahan bentuk (*design*) agar mampu membedakan kualitas.

Perubahan bentuk ke arah yang lebih unik disarankan dilakukan untuk meningkatkan daya tarik. Dalam hal ini, kegiatan pengabdian memberikan rancangan gula berbentuk silinder. Bentuk seperti ini selain unik, mudah dilakukan pengemasan dibandingkan dengan bentuk setengah bola.

Pada gambar 1, menunjukkan bentuk cetakan gula merah yang biasa yaitu berbentuk setengah lingkaran yang dicetak dengan tempurung kelapa yang sudah dibersihkan terlebih dahulu.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 1**  
**Bentuk Gula pada Umumnya**

Pada gambar 2, adalah bentuk cetakan gula merah yang disarankan dalam program pengabdian kepada masyarakat, yaitu berbentuk silinder yang dicetak dengan bahan bambu yang dipotong sesuai kebutuhan.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 2**  
**Bentuk Gula yang Disarankan**

### Pengepakan (*Packaging*)

Gula merah yang selama ini beredar di pasar jarang yang dibungkus dari tempat produksinya. Biasanya dimasukkan kantong plastik setelah akan diserahkan ke konsumen. Gula yang bercampur baur dengan produk-produk lain, atau tidak tertutup di alam terbuka akan rentan terhadap debu atau kotoran lainnya. Produk seperti ini kurang menarik di mata konsumen. Tim pengabdian kepada masyarakat menyarankan gula merah tersebut dibungkus sesaat setelah diproduksi, untuk menghindari debu/kotoran menempel pada gula.

Pada gambar 3, menunjukkan bentuk gula merah yang biasa dijual di pasar, di mana produk tersebut biasanya dijual dalam keadaan tidak terbungkus sehingga rentan kotor.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 3**  
**Bentuk Produk Gula Merah**

Selain dari segi kesehatan, pengemasan yang dilakukan dengan baik dan menarik akan memberikan kesan lebih baik, dan tentu akan

lebih menarik konsumen. Adapun bentuk pengepakan (*packaging*) seperti gambar 4.

Pada gambar 4, yang merupakan hasil praktik pengabdian, di mana produk gula dibungkus secara rapi serta dilengkapi dengan label yang mencirikan produk gula merah berbeda dengan produk lainnya.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 4**  
**Pengepakan (*packaging*)**

### Pemberian Merek (*Branding*)

*Branding* merupakan pemberian merek sesuai keinginan produsen untuk memberikan ciri pembeda dengan produk yang sama. Hal ini sangat penting dilakukan untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk yang diinginkan. Selain itu untuk meminimalisir keraguan atau kecurigaan konsumen dalam menentukan pilihannya. Jika ada banyak gula dengan merek berbeda, maka konsumen dengan mudah memilih kesukaannya, karena ada konsumen yang fanatik merek. Oleh karena itu, untuk memberikan kepastian kepada konsumen, maka pemberian merek/label menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tahap Pengenalan

Sebelum penyusunan program pengabdian kepada masyarakat, tim melakukan kunjungan pendahuluan ke lokasi mitra, untuk mengetahui secara lebih dekat situasi dan kondisi mitra, termasuk memastikan permasalahan lapangan yang dihadapi mitra. Berdasarkan kajian tersebut selanjutnya mempersiapkan usulan penanganan masalah.





Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 5**  
**Kunjungan Lokasi**

Pada gambar 5, menunjukkan kondisi salah satu rumah anggota Gapoktan yang menjadi sasaran kunjungan tim pengabdian kepada masyarakat.

#### **Tahap Pelaksanaan**

Berdasarkan hasil observasi lapangan serta solusi penanganan permasalahan yang telah dipersiapkan dan disetujui untuk dilaksanakan, maka pada tahapan ini tim mengagendakan pelaksanaan pengabdian. Pada waktu yang telah disepakati antara tim dengan mitra, maka saat tersebut tim turun ke lokasi pengabdian dengan disertai mahasiswa. Tim datang dengan dilengkapi sejumlah peralatan yang diperlukan rangka pelaksanaan pengabdian tersebut.

Pada pelaksanaan pengabdian, tim yang terdiri dari ketua dan anggota (Dr. Drs. I Wayan Gde Sarmawa, MM, Dr. Ir. I Gusti Bagus Udayana, M.Si., dan Ni Made Santini, SE., M.Sgb, serta tiga mahasiswa) turun ke lapangan untuk melakukan kegiatan pengabdian. Pelaksanaan pengabdian diawali dengan mencermati proses tradisional pembuatan gula merah (dari proses mendapatkan nira/tuak), merebus nira, dan mencetak gula).

Selain memperhatikan secara seksama proses tersebut, tim juga memperhatikan situasi dan kondisi sekitar rumah penduduk, terutama memperhatikan jarak tanaman pohon-pohon kelapa. Setelah seluruh proses pembuatan gula dilakukan selama kurang lebih 5 jam, maka selanjutnya dilakukan sosialisasi oleh narasumber yang terdiri dari Dr. Drs. I Wayan Gde Sarmawa, MM., Dr. Ir. I Gusti Bagus Udayana, M.Si., dan Ni Made Santini, SE.,M.Agb. Dalam sosialisasi disampaikan pentingnya peningkatan

nilai tambah produk guna meningkatkan daya saing dengan produk sejenis. Peningkatan nilai tambah dapat dilakukan melalui beberapa cara, seperti merubah bentuk (desain) produk, memberikan kemasan yang menarik, serta memberikan merek (*brand*), demikian inti yang disampaikan oleh Dr. Drs. I Wayan Gde Sarmawa, MM.

Salah satu narasumber Dr. Ir. I Gusti Bagus Udayana, M.Si, menyoroti pentingnya menata jarak tanam pohon kelapa agar masing-masing pohon mendapat kesempatan menyerap makanan dari dalam tanah dalam jumlah yang cukup. Jarak tanam yang sempit (rapat) menyebabkan masing-masing tanaman kelapa berebut mendapatkan makanan, sehingga kemungkinan kurang cukup untuk memenuhi kebutuhan tumbuh yang baik, hal ini menyebabkan kualitas pohon kelapa kurang baik, sehingga nira yang dihasilkan juga kurang baik (kurang banyak).

Sementara, Made Santini, SE., M.Agb. menyoroti pentingnya melakukan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi agar penjualan dapat menjangkau wilayah yang lebih luas. Teknologi yang bisa dimanfaatkan misalnya Facebook, Instagram, WA, atau yang lainnya.

Berikut ini adalah serangkaian atau tahapan pembuatan gula merah, ditunjukkan pada gambar 6 yang disertai keterangan.

Pada gambar 6, menunjukkan kegiatan petani saat mengambil nira pada pohon kelapa, nampak petani sedang memanjat pohon kelapa untuk mengambil nira (tuak).



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 6**  
**Seorang Anggota kelompok Mengambil Nira (Tuak)**

Pada gambar 7, menunjukkan di mana sebelum nira akan direbus untuk dijadikan gula merah, terlebih dahulu disaring agar terbebas dari kotoran yang mungkin masuk saat pengambilan nira tersebut.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 7**  
**Nira (Tuak) Baru di Turunkan**

Pada gambar 8, menunjukkan saat proses perebusan nira yang akan dijadikan gula, kegiatan ini dilakukan kurang lebih 4-5 jam sampai nira mengental menjadi gula merah.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 8**  
**Nira (Tuak) yang Sudah Bersih**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 9**  
**Menguji Kekentalan**

Pada gambar 9, menunjukkan kegiatan mengaduk nira yang sudah mulai mengental, untuk membuat gula merah menjadi semakin nampak kekuning-kuningan, semakin lama diulek, gula akan menjadi semakin kuning.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 10**  
**Proses Cetak**

Pada gambar 10, adalah kegiatan mulai mencetak gula merah yang sudah mulai kelihatan semakin menguning dengan cetakan yang sudah dipersiapkan.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 11**  
**Pendiaman Gula**

Pada gambar 11, menunjukkan gula merah yang sudah dimasukkan ke dalam cetakan, yang sudah dimasukkan ke dalam cetakan, selanjutnya dibiarkan selama beberapa menit, agar benar-benar mengental, untuk selanjutnya dipisahkan dari cetakannya.

Pada gambar 12, menunjukkan saat gula merah sudah mengental, selanjutnya dikeluarkan atau dipisahkan dari cetakan, lalu ditiriskan agar benar-benar kering dan tidak lengket.





Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 12**  
**Pemisahan Gula Merah**

Setelah gula benar-benar kering dan tidak lengket, maka dilakukan pembungkusan untuk menghindarkan gula dari debu dan serangga yang menyukai gula merah gambar 13.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 13**  
**Proses Packaging**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 14**  
**Pemberian Merek**

Pada gambar 14, menunjukkan kegiatan menempelkan stiker untuk menandai produk gula asli dari hasil produksi Gapoktan Gunung Sari Desa Gunaksa.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 15**  
**Hasil Akhir (Packaging dan Branding)**

Pada gambar 15, menunjukkan hasil produksi gula merah dari Gapoktan Gunung Sari Desa Gunaksa, yang sudah siap untuk dipasarkan.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 16**  
**Sosialisasi Pentingnya Meningkatkan Nilai Tambah**

Pada gambar 16, menunjukkan tim pengabdian kepada masyarakat saat sedang sosialisasi mengenai peningkatan nilai tambah produk untuk meningkatkan daya saing.

Pada gambar 17, salah satu anggota Gapoktan sedang melakukan diskusi dengan narasumber mengenai pola tanam pohon kelapa, agar menghasilkan nira yang maksimal.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 17**  
Diskusi Antara masyarakat dengan Narasumber

Pada gambar 18, menunjukkan di mana ketua tim sedang menyerahkan bantuan sembako secara simbolis kepada perwakilan petani yang tergabung dalam Gapoktan Gunung Sari Desa Gunaksa.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 18**  
Penyerahan Sembako



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 19**  
Foto Bersama Tim Pendamping PKM

Pada gambar 19, merupakan kegiatan foto bersama anggota Gapoktan Gunung Sari dengan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat sesaat setelah selesai melakukan diskusi dan sosialisasi.

### Tahap *Monitoring* dan Evaluasi

Evaluasi pelaksanaan pengabdian akan dilaksanakan dimaksudkan untuk mengetahui respon dan tindak lanjut pelaksanaan PKM. Dalam tahapan ini juga dilakukan evaluasi mengenai kepuasan mitra terhadap pelaksanaan PKM Tahun 2023 yang dilaksanakan di Banjar/ Dusun Babung, Desa Gunaksa, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung.

Hasil *monitoring* menunjukkan bahwa mitra masih menemukan kendala ketidaksiapan anggota mitra untuk menerapkan peningkatan nilai tambah gula merah, hal ini disebabkan oleh beberapa alasan mitra: (1) akhirnya ini harga gula turun drastis dari harga Rp25.000,- per kilogram (*bungkul*) menjadi Rp 18.000 – Rp 20.000,-. (2) Sulit mengumpulkan nira (tuak) dalam jumlah yang cukup, karena anggota kelompok mulai berkurang kemampuannya untuk memanjat pohon kelapa yang tinggi untuk mengambil nira (tuak). (3) Tetesan nira per hari per pohon kelapa juga semakin sedikit, hal ini juga menyebabkan jumlah nira yang dapat dikumpulkan sedikit.

Selain itu, merubah bentuk/desain, pengeemasan, dan pemberian label dipastikan akan menambah pengeluaran, sehingga dirasakan semakin membebani biaya produksi, dan pada akhirnya meningkatkan harga gula.

Saran tim PKM untuk menata ulang tanaman kelapa agar jarak tanam diregangkan, secara umum dapat diterima oleh anggota mitra namun dalam merealisasi saran tersebut juga agak sulit dilaksanakan karena secara keseluruhan membutuhkan waktu dan biaya yang tidak sedikit.

Namun, mitra berjanji jika keadaan di kemudian hari lebih membaik di mana kondisi dan situasi mendukung, maka anggota kelompok petani gula merah ini siap untuk melaksanakan.

### Kesimpulan dan Saran

Secara umum pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat berjalan sangat lancar, dan upaya memberikan pemahaman melalui sosialisasi/ceramah juga diterima dengan sangat baik dan antusias oleh anggota mitra. Ada dasarnya anggota mitra dapat memahami pentingnya melakukan perubahan pada bentuk gula, pem-

berian kemasan, dan pemberian merek pada produk gula yang dihasilkan. Namun, dalam waktu dekat belum ada rencana ke arah tersebut.

Meskipun, dalam waktu dekat anggota mitra belum sepakat untuk melakukan berbagai pembenahan dalam upaya meningkatkan nilai tambah, namun telah menyatakan kesiapannya akan melakukannya di masa yang akan datang jika kondisi dan situasi mendukung.

### Referensi

- AlFarraj, O., Alalwan, A. A., Obeidat, Z. M., Baabdullah, A., Aldmour, R., & Al-Haddad, S. (2021). Examining the impact of influencers' credibility dimensions: attractiveness, trustworthiness and expertise on the purchase intention in the aesthetic dermatology industry. *Review of International Business and Strategy*, 31(3): 355-374.
- Andrew, M. (2019). E-service quality and brand image on buying interest. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 3(1): 23-38.
- Cahyorini, A., & Rusfian, E. Z. (2012). The effect of packaging design on impulsive buying. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 18(1).
- Endico, S. G. (2021). The Influence of Products, Prices, Sales Promotions, Direct and Digital Marketing on Buying Interest. *Jurnal Ekonomi*, 10(01): 22-27.
- Hertina, D., & Yutika, I. D. Y. (2023). The Influence of Product Design, Price, and Promotion on Consumer Buying Interest (Case Study on Convection of Alvin Jaya Collection in Bandung Regency). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1): 618-625.
- Kim, H., & Park, M. (2023). Virtual influencers' attractiveness effect on purchase intention: A moderated mediation model of the Product-Endorser fit with the brand. *Computers in Human Behavior*, 143.
- Nova, F. (2023). The Influence Of Ambassador's Brand On Brand Image And Their Impact On Buying Interest Of Tokopedia Consumers. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 6(2):216-226.
- Romadhona, R. N. N., Sudapet, I. N., & Subagio, H. D. (2018). Influence of Packaging Design, Promotion and Brand Image on Consumer Buying Interest (Study Case of Consumers Glek-Glek Tea Nganjuk). *IJIEEB International Journal of Integrated Education, Engineering and Business eISSN 2615-1596 pISSN 2615-2312*, 1(2):91-101.
- Yudiatantri, A., & Nora, L. (2019). *The effect of store atmosphere and packaging design toward impulsive buying with shopping lifestyle as a moderating variable at Carrefour in Jakarta*. *KnE Social Sciences*, 474-491.
- Zulfikar, T., Aprianti, I., & Rachmawati, E. (2022). Digital Marketing and Brand Image To Increase Consumer Purchase Interest. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik (JMIL)*, 6(1): 21-29.