

PENGEMBANGAN USAHA GULA AREN MELALUI DIGITALISASI MARKETING DI DESA JATEN PONOROGO KABUPATEN NGAWI

DEVELOPMENT OF PALM SUGAR BUSINESS THROUGH MARKETING DIGITALIZATION IN JATEN VILLAGE JOGOROWO NGAWI

Ahmad Setiyono¹, Ulfa Muna Kamila^{2*}, Nayla Syifa Multazamiya³, Annisa Wahidiatul
Magfiroh⁴, Auliya Hafizh Muta'ali⁵, Fauziah Nur Rahmah⁶

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Darussalam, Ponorogo

^{2,5,6}Fakultas Tarbiyah, Universitas Darussalam, Ponorogo

³Fakultas Ushuludin, Universitas Darussalam, Ponorogo

⁴Fakultas Syariah, Universitas Darussalam, Ponorogo

E-mail correspondence: ulfamunakamila12@student.pai.unida.gontor.ac.id

Article History:

Received: 25.03.2024

Revised: 09.05.2024

Accepted: 09.06.2024

Abstrak: *Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran produk melalui media sosial untuk meningkatkan konsumen dan penjualan produk gula aren. *Digital marketing* dipilih sebagai solusi dari permasalahan yang dihadapi UMKM gula aren dikarenakan penjualan yang masih dilakukan secara tradisional dan banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan UMKM gula aren ini sehingga penjualan masih rendah. Pembuatan gula aren tergolong sulit karena untuk menghasilkan gula aren yang baik harus dimasak selama delapan jam, gula aren dijamin keasliannya karena air nila yang menjadi bahan baku pembuatan gula aren tidak diberi bahan tambahan apapun. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan pembelajaran kepada pelaku UMKM gula aren tentang *digital marketing* yaitu penggunaan media sosial dalam memasarkan produk sehingga dapat memperluas jaringan pasar serta meningkatkan penjualan gula aren. Metode kegiatan yang digunakan adalah menggunakan metode PAR (*participatory Action Research*) yaitu metode melalui penyelesaian lima siklus yaitu *to know* (mengidentifikasi masalah), *to understand* (untuk mengerti), *planning* (perencanaan), *to action* (aksi), dan evaluasi. Hasilnya menunjukkan pelaku UMKM telah memahami dan menggunakan digitalisasi *marketing* dalam memasarkan produk dan telah menerima pesanan dari konsumen dan mengirimkannya. Dapat disimpulkan bahwa digitalisasi *marketing* mampu meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM tentang pemasaran produk gula aren sehingga banyak Masyarakat yang mengetahui keberadaan gula aren di Desa Jaten dan memesannya melalui pemesanan *online* maupun *offline*.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, Digital Marketing, Gula Aren

Abstract: *Digital marketing* is a product marketing activity through social media to increase consumers and sales of palm sugar products. *Digital marketing* was chosen as a solution to the problems faced by the palm sugar MSME because sales are still carried out traditionally and many people do not know the existence of this palm sugar MSME so that sales are still low. The making of palm sugar is quite difficult because to produce good palm sugar it must be cooked for eight hours, palm sugar is guaranteed authenticity because the indigo water which is the raw material for making palm sugar is not given any additives. The purpose of this research is so that palm sugar MSME actors can manage social media to market products so that they can add

consumers and increase palm sugar sales. The activity method used is using the PAR (participatory Action Research) method, which is a method through the completion of five cycles, namely to know (identify problems), to understand (to understand), planning (planning), to action (action), and evaluation. The results show that MSME actors have understood and used digitalization marketing in marketing products and have received orders from consumers and delivered them. It can be concluded that digitalization marketing is able to increase the knowledge of MSME actors about marketing palm sugar products so that many people know the existence of palm sugar in Jaten village and order it through online ordering or online ordering.

Keywords: *Business Development, Digital Marketing, Palm Sugar*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam sehingga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu sumber daya alam di Indonesia yaitu pohon aren. Pohon aren banyak tumbuh di daerah tropis sehingga negara Indonesia menjadi salah satu habitat tempat tumbuhnya. Banyak manfaat yang dapat diambil dari pohon aren menjadikannya memiliki potensi untuk meningkatkan perekonomian Masyarakat. Diantara manfaat yang dapat diambil dari pohon aren yaitu: buahnya dapat dijadikan kolang kaling. Daunnya dimanfaatkan jadi atap dan sapu lidi, batang yang masih muda dapat diambil sagunya, dan batang yang tua dapat diolah menjadi furniture. Dari sekian banyaknya manfaat dari pohon aren, terdapat produk yang dapat dihasilkan oleh pohon aren yaitu air nira yang berasal dari lengan bunga Jantan. Dari air nira ini menjadi bahan baku pembuatan gula aren.

Gula aren adalah pemanis makanan yang banyak diminati masyarakat di Indonesia. Oleh karenanya banyak yang memproduksi pembuatan gula baik gula pasir, gula merah maupun juga aren dari umkm hingga pabrik. Disini tim pengabdian Masyarakat mendapat data dari pemerintah dusun Jaten pada maret 2024 bahwa terdapat produksi gula aren yang masih rendah dalam penjualannya dikarenakan kurangnya promosi produknya dan penjualan yang masih dilaksanakan secara tradisional. Tim prngabdian masyarakat mulai mencari informasi dan menganalisis mengenai alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan gula aren, kemasan, cara pemasaran, dan banyaknya konsumen yang telah menjadi langganan dalam produk gula aren.

Tim pengabdian masyarakat telah melakukan observasi kepada pemilik UMKM gula aren dan mengetahui bahwa pengambilan air nira dilakukan pada pagi dan sore hari serta proses pemasakan air nira menjadi gula aren yang menggunakan kayu bakar memakan waktu delapan jam, ini merupakan waktu yang sangat lama menjadikannya lambat dalam proses pembuatan. dengan susahnya proses pembuatan gula aren seharusnya mendapat hasil yang

setara dengan prosesnya tetapi yang kami temukan dilapangan, penjualan gula aren masih dilaksanakan secara tradisional dan kurangnya promosi produk sehingga penjualan gula aren rendah dan kurang diminati masyarakat karena kurangnya informasi tentang produk gula aren tersebut. Disini peran tim pengabdian Masyarakat dalam pengembangan usaha gula aren di desa jaten dengan waktu kurang lebih satu bulan yaitu membantu memilih kemasan yang sesuai, pembuatan bren, pembuatan brosur gula aren, video promosi gula aren dan penjualan melalui digitalisasi (Hakim et al., 2023) untuk meningkatkan pendapatan pelaku UMKM gula aren.

UMKM di dusun jaten merupakan usaha kecil memproduksi gula aren yang dilakukan perorangan, usaha ini sudah berjalan sejak tahun 2022 yang didasarkan pada hobi pelaku umkm, dalam perkembangan umkm gula aren ini masih minim dan belum memiliki NIB sebagai nomor induk usaha dan IUMK (izin usaha mikro dan menengah) karenanya target pencapaian dalam pengabdian masyarakat ini adalah memasarkan produk gula aren melalui digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk gula aren, mempromosikan produk gula aren melalui media sosial, memudahkan dalam berintraksi dengan konsumen dan memudahkan dalam menerima pesanan dan pengiriman produk (Arisona, 2023). Dalam pemasaran UMKM di dusun jaten baru melayani kebutuhan pasar lokal, sedangkan produk gula aren ini dapat dikembangkan sehingga dapat memasarkan hingga ke luar daerah. Disini UMKM belum mencapai perkembangan yang baik dikarenakan kurangnya inovasi, teknologi, ligitas, digital marketing dan kurangnya memanfaatkan media sosial (Irianto et al., 2023). Hal ini memang dapat membantu perekonomian masyarakat setempat tetapi masih dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi.

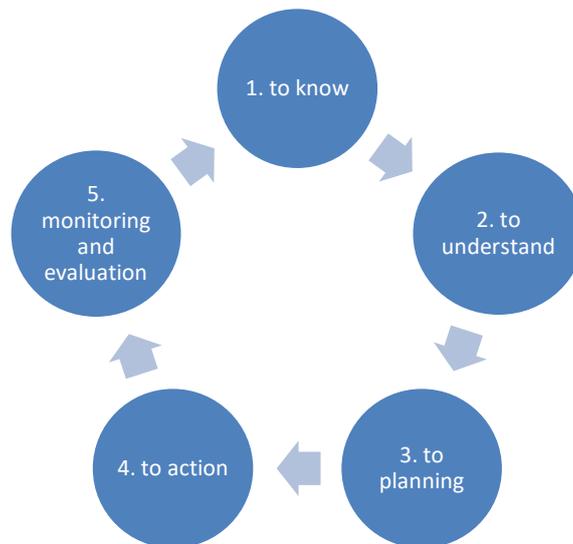
Kecanggihan teknologi dari masa ke masa semakin pesat bahkan pada saat ini teknologi merupakan hal yang wajib diikuti oleh masyarakat. Dengan teknologi dapat mempermudah pekerjaan dan memenuhi kebutuhan manusia (Zuriana & Yohanson, 2022). Dengan perkembangan teknologi tersebut, tim pengabdian masyarakat merumuskan tujuan kegiatan bagi pengembangan UMKM melalui media sosial dengan metode pendampingan, pelatihan dan imprufisasi produk gula aren sedangkan tujuan dari pengabdian masyarakat ini yaitu membantu pelaku UMKM untuk memasarkan produk gula aren melalui digitalisasi sehingga produknya mudah dikenali oleh konsumen dari berbagai daerah di Indonesia bahkan internasional.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan pengembangan UMKM ini menggunakan metode PAR (*Participatory Action Research*), metode ini merupakan pendekatan pencarian masalah dan dapat memberikan Solusi dari masalah tersebut yang bertujuan untuk menemukan pengaturan yang pakem dalam menjalankan UMKM dan menjadi besik utama dalam riset program. Dalam pemberdayaan pelaku UMKM ini akan dilakukan pelatihan *digital marketing* sebagai upaya peningkatan pemasaran. Pelatihan *digital marketing* merupakan salah satu solusi dalam memasarkan produk dengan metode pembuatan media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, WhatsApp dan *website* gula aren. Metode pengumpulan data yang dilakukan tim pengabdian masyarakat yaitu dengan wawancara, obsevasi dan dokumentasi dengan mendatangi palaku umkm gula aren dan lokasinya. Pengelolahan data dilakukan dengan menganalisis data yang didapat dari wawancara dan observasi dengan menuliskannya supaya mudah difahami oleh pembaca dan dapat mengambil manfaat darinya.

Kegiatan ini merupakan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Jaten Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi yang dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan pada bulan maret 2024. Pelaksanaan kegiatan ini ditujukan untuk UMKM gula aren yang belum dikembangkan secara maksimal. Kegiatan Masyarakat dengan menggunakan metode PAR ini dilaksanakan dengan melalui lima tahap rencana kerja yang akan diterapkan. Pertama, tahap *to know* (mengetahui kebutuhan UMKM), hal ini dilakukan dengan pertemuan antara tim pengabdian masyarakat dan pelaku UMKM gula aren untuk mengetahui permasalahan sehingga dapat mengetahui solusi yang tepat. Kedua, tahap *to understand* (untuk mengerti), pada tahap ini dilakukan dengan sosialisasi kegiatan yang bertujuan untuk memberi informasi kepada pelaku UMKM terkait kegiatan yang telah direncanakan oleh anggota pengabdian masyarakat. Ketiga, tahap *planning* (perencanaan), tahap ini untuk menentukan tujuan dan target dalam meningkatkan pemasaran melalui digital marketing dengan media sosial Facebook, Instagram, Tiktok, WhatsApp dan *Website* gula aren. Keempat, tahap *to action* (aksi), hal ini dilakukan dengan melaksanakan pelatihan pemanfaatan digital marketing oleh anggota pengabdian masyarakat kepada pelaku UMKM. Dalam pelatihan *digital marketing* pelaku UMKM diberi pengertian, pengelolaan serta pengetahuan tentang tata cara pembuatan alamat web, mengupload produk dengan memfoto dan video, cara menerima pesanan dan pengiriman pesanan dengan menggunakan paket, hal ini bertujuan untuk mempromosikan dan memasarkan produk ke khalayak luas. Metode yang dilakukan yaitu dengan memberikan penjelasan dan praktik langsung. Kelima, monitoring dan evaluasi kegiatan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pengembangan UMKM

melalui digitalisasi ini yang dilakukan oleh anggota pengabdian Masyarakat dan pelaku UMKM yang bertujuan untuk mengetahui kekurangan produk gula aren dan mencari solusi yang tepat, hal ini dilakukan untuk imprufisasi produk menjadi lebih baik dan memenuhi standar yang baik (Chusniyah & Fauza, 2022).



Gambar 1 Tahapan Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digital marketing adalah kegiatan untuk mempromosikan produk dan mencari pasar melalui media sosial secara *online*. Menurut Sawicky (dalam purnama 2017) Kamaruddin & Usman (2024) menyatakan digital marketing sebagai eksploitasi terhadap teknologi digital yang digunakan untuk menciptakan saluran untuk mencapai resipien potensial dalam mencapai tujuan perubahan melalui pemenuhan kebutuhan konsumen yang lebih efektif. *Digital marketing* berpengaruh besar dalam pemasaran dan promosi produk dengan pemanfaatan media sosial yang bertujuan mendapat pasar melalui media sosial secara *online*. Hal ini dikarenakan pesatnya perkembangan teknologi yang juga berdampak pada pemasaran produk. Strategi pemasaran telah di *upgrade* dari yang mulanya dilakukan secara *offline* menjadi *online*. Dengan *digitalisasi marketing* secara *online* dirasa lebih efektif dikarenakan memudahkan komunikasi antara pelaku UMKM, perantara pasar dan konsumen. Selain itu, memudahkan konsumen dalam mengetahui informasi mengenai produk dan transaksi dengan pelaku usaha melalui media sosial. *Digitalisasi marketing* menjadikan pelaku UMKM mudah dalam mengetahui kebutuhan yang diperlukan di pasar sehingga dapat menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pelaku UMKM diharapkan aktif dalam meng-

upload produknya sehingga dapat memudahkan konsumen dalam mencari produk gula aren hanya dengan menjelajahi dunia maya (Aisyah & Rachmadi, 2022).

Proses pengabdian dilakukan dalam lima tahap. *Tahap pertama, to know* dilakukan dengan mengetahui kebutuhan yang diperlukan umkm melalui wawancara kepada pelaku UMKM. Tahap pertama dimulai dengan mencari dan mengumpulkan data primer. Data primer didapat dengan metode wawancara dengan perangkat desa tentang UMKM yang ada di desa Jaten yang kemudia merucut pada pelaku UMKM gula aren. Pada dasarnya banyak pelaku UMKM di desa Jaten, tetapi tim pengabdian masyarakat melihat banyak kekurangan dalam UMKM gula aren sehingga memutuskan untuk ikut serta dalam pengembangan UMKM gula aren ini. Hasil wawancara dengan pelaku umkm gula aren kami menemukan kendala dalam UMKM gula aren diantaranya yaitu kurangnya *packaging*, belum adanya *brand* dan pemasaran yang masih dilakukan secara tradisional. Apabila hal tersebut terus dilakukan maka produk gula aren akan tertinggal dan tergantikan dengan produk yang lebih professional dalam menejemen *marketingnya*.

Dari masalah yang sedang terjadi di umkm gula aren, maka Solusi yang dapat diambil yaitu pelatihan *digital marketing* dengan pemanfaatan media sosial Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok dan Web gula aren yang digunakan untuk memasarkan produk gula aren sehingga dapat mempermudah dalam perluasan informasi produk gula aren, pemasaran serta pengirimannya (Dewi & Wsw, 2022). Gula aren yang dijual oleh pelaku UMKM merupakan gula aren asli dengan bahan baku air nira tanpa tambahan bahan apapun yang dimasak selama delapan jam menggunakan kayu bakar. Dengan menjaga keaslian produk diharapkan dapat mendatangkan Kesehatan bagi konsumen dalam mengonsumsinya. Harga yang dipatok dalam penjualan gula aren ini berkisar 25.000 untuk ukuran ½ kg dan dengan harga 50.000 dalam ukuran 1 kg. Dengan harga tersebut pelaku umkm telah mendapat laba walaupun tak sebanding dengan proses pembuatannya.

Tahap kedua, to understand dilakukan dengan sosialisasi kegiatan. Sosialisasi kegiatan dihadiri seluruh anggota pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di rumah pelaku UMKM gula aren yaitu ibu Mustabsiroh yang berada di Dusun Jaten. Sosialisasi ini membahas kegiatan yang akan dilaksanakan kedepanya untuk meningkatkan pemasaran gula aren melalui *digital marketing* dan pembuatan brosur produk gula aren untuk mempermudah perluasan informasi tentang gula aren. Untuk meningkatkan umkm gula aren tim pengabdian masyarakat menjelaskan kepada pelaku UMKM mengenai pemasaran digital marketing yang meliputi: a. tahap-tahap penggunaan media sosial Facebook, Instagram Tiktok dan *Website* gula aren, penerimaan pesanan dan pengirimannya. b. memahamkan pentingnya digitalisasi

dalam pemasaran produk gula aren, c. menentukan *packaging*, d. membuat *brand* gula aren, e. pembuatan brosur gula aren, f. menjelaskan manfaat yang didapatkan dari pemasaran produk melalui digitalisasi. Sosialisasi kegiatan dilaksanakan dengan metode diskusi dan tanya jawab sehingga suasana kegiatan aktif dan menyenangkan. Kegiatan sosialisasi dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2 Sosialisasi Kegiatan

Tahap ketiga, to planning yaitu dengan merencanakan kegiatan dalam memecahkan masalah UMKM gula aren yaitu penjualan yang masih tradisional dan belum menggunakan digitalisasi dalam pemasarannya. Tim pengabdian masyarakat akan mengadakan pelatihan dalam penggunaan media sosial oleh pelaku umkm untuk dimanfaatkan dalam mempermudah pemasaran dan meningkatkan konsumen sebagai solusi dari masalah yang sedang dihadapi (Arumsari et al., 2022). Media sosial yang akan digunakan dalam *digitalisasi marketing* yaitu Whatsapp, Facebook, Instagram, Tiktok dan *Website*. Alasan mengambil media sosial tersebut dikarenakan penggunaan yang mudah, biaya yang terjangkau dan banyak digunakan oleh khalayak luas baik pemuda maupun kalangan dewasa. Kegiatan awal yang dilakukan dengan pelatihan pembuatan akun media sosial, penggunaan media sosial, promosi produk, menerima pesanan dan mempermudah komunikasi dengan pelanggan.

Tahap keempat, to action dilaksanakan dengan mengadakan pelatihan pemanfaatan *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan. Sebelum masuk ke tahap pemasaran produk, tim pengabdian masyarakat menjelaskan segala sesuatu yang berkaitan dengan cara pengambilan foto dan video produk gula aren untuk di posting dalam media sosial, hal ini dikarenakan tampilan produk dalam media sosial sangat mempengaruhi daya tarik konsumen. Dalam media pemasaran UMKM diharapkan pelaku umkm gula aren selalu meng-*upload* produk dengan kreasi yang beragam dalam mengedit produk dan dapat memilih lagu yang

sesuai dengan produk yang ditawarkan. Materi dalam pelatihan digital marketing dilakukan dengan praktek langsung dan melakukan diskusi dengan pelaku UMKM gula aren sehingga materi yang disampaikan dapat difahami oleh pemilik UMKM gula aren dengan baik. pemasaran produk secara *online* harus diimbangi dengan penguasaan fitur yang terdapat dalam media sosial dalam Whatsapp, Facebook, Instagram, Tiktok dan *website* gula aren sehingga dapat leluasa dalam mengoprasikan penggunaan aplikasi dalam *digital marketing* (Kurniasi et al., 2021). Pembuatan whatsapp tidak diajarkan secara menyeluruh karena pelaku UMKM sudah memiliki akun tersebut dan telah menggunakannya tetapi belum dimanfaatkan untuk memasarkan produk gula aren. Pada tahap selanjutnya tim pengabdian masyarakat mengajarkan promosi produk yang tepat dan efektif dimedia sosial yaitu dengan membuat *username* yang sesuai dengan *brand*, menulis deskripsi yang menarik tentang gula aren dan cara menerima pesanan secara daring. Berikut merupakan hasil praktek pembuatan media sosial untuk pemasaran produk, diantara media sosial tersebut yaitu: tiktok @arwo_official, FB @arwo.jatenofficial, IG @arwo_jaten_official dan website <https://sites.google.com/view/gula-aren-jaten/beranda>. Berikut merupakan gambar pelatihan digital marketing di Instagram:



Gambar 3 Praktek Penggunaan Media Sosial Instagram

Tahap kelima, to monitoring and evaluation yaitu tahapan monitoring dan evaluasi. Pelatihan digitalisasi *marketing* yang dilaksanakan tim pengabdian masyarakat yang diselenggarakan dilokasi UMKM gula aren, hal ini menjadikan pelaku UMKM gula aren dapat meningkatkan pemasaran melalui digitalisasi serta nilai gula aren yang berkualitas dikarenakan diubah dalam *packaging* dan diberi *brand* agar mudah diketahui oleh konsumen. Dengan peningkatan ini diharapkan terus berinovasi dan dapat menciptakan peluang yang tinggi dalam penjualan produk gula aren. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, penjualan saat ini telah meningkat dari sebelumnya (Arifudin et al., 2020). Konsumen pesan dari berbagai daerah diantaranya dari Bekasi dengan pesanan 13 kg, dari Jakarta dengan pesanan sebanyak 3 kg, Ponorogo dengan jumlah 1 ½ kg, Ngawi sebanyak 3 kg, Sulawesi 1 kg dan Lamongan 2 kg. penjualan dengan cara digital marketing telah meningkatkan pendapatan pelaku UMKM gula aren. Keterbatasan waktu yang singkat menjadi kendala tim pengabdian Masyarakat dalam pendampingan UMKM gula aren untuk meningkatkan penjualan melalui digitalisasi *marketing* sehingga banyak dari tim yang berelawan untuk mempromosikan produk kepada teman dan kerabat secara pribadi. Berikut merupakan tabel dari kegiatan di UMKM gula aren:

Table 1 Tahapan Kegiatan

Kegiatan	Luaran Kegiatan	Manfaat bagi Pelaku UMKM
Analisis Kebutuhan UMKM	Mengetahui informasi tentang kendala dalam UMKM gula aren	Menemukan jalan keluar dari permasalahan yang terjadi selama ini
Sosialisasi	Memberi pemahaman kepada pelaku UMKM tentang manfaat digitalisasi <i>marketing</i> menggunakan media sosial dan pembuatan brosur produk gula aren	informasi baru tentang digitalisasi marketing
Pelatihan Digital Marketing	Pelatihan media sosial Whatapp, Facebook, Instagram, Tiktok dan <i>website</i> gula aren	Pengalaman baru dengan membuat media baru dalam mempromosikan penjualan produk
Penerapan Digital Marketing	akun media sosial dikelola oleh pelaku UMKM gula aren	Memper memudahkan melakukan inovasi dan kreasi dalam mempromosikan produk gula aren serta mempermudah akses pelaku UMKM kepada konsumen.

SIMPULAN

Kegiatan yang dilakukan tim pengabdian masyarakat untuk meningkatkan umkm gula aren melalui *digital marketing* telah memberikan hasil yaitu dapat mempromosikan produk dari berbagai media sosial dan meningkatkan pemesanan produk gula aren. Pemahaman penggunaan media sosial diperlukan bagi pelaku UMKM karena terdapat manfaat yang dapat diambil daripadanya yaitu untuk pemasaran produksi gula aren, intraksi dengan konsumen, penelitian pasar dan kebutuhan masyarakat, membangun komunitas secara online dan meningkatkan penjualan produk gula aren. Media sosial yang digunakan dalam pengabdian Masyarakat diantaranya Facebook, Instagram, Tiktok, WhatsApp, dan *website* gula aren hal tersebut dikarenakan media yang sedang marak digunakan oleh masyarakat sehingga lebih mudah dalam mempromosikan produk. Keterbatasan dalam kegiatan yang dialami oleh tim pengabdian masyarakat yaitu waktu yang singkat kurang lebih satu bulan menjadikan tim turut berelawan menawarkan produk gula aren kepada teman dan kerabat secara pribadi. oleh karenanya kami berupaya dari keberlanjutan kegiatan ini dengan tetap mendampingi umkm gula aren secara *online* setelah pengabdian masyarakat ini selesai. Hal ini akan menimbulkan dampak positif bagi pelaku UMKM dan tim pengabdian Masyarakat.

Saran yang disampaikan dari tim pengabdian masyarakat kepada umkm gula aren yaitu dengan memanfaatkan penggunaan media sosial dan selalu imprufisasi dalam mempromosikan produk di sosial media. Hal tersebut untuk menunjang tingginya pemesanan konsumen dan dapat memperluas dalam mempromosikan produk gula aren kepada Masyarakat luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan banyak terimakasih kepada Universitas Darussalam Gontor yang telah memberikan kesempatan dan telah mempercayakan kepada kami untuk melakukan pengabdian masyarakat di desa Jaten. kami juga mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing yang telah memberi arahan kepada kami sehingga dapat mensukseskan jalanya acara pengabdian masyarakat ini. tak lupa kami juga berterimakasih kepada segenap masyarakat Jaten yang telah menyambut dengan hangat dan kesemangatan serta partisipasinya dalam mengikuti pelatihan-pelatihan yang telah kami adakan.

DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>

- Arifudin, O., Wahrudin, U., Rusmana, F. D., & Tanjung, R. (2020). Pendampingan UMKM Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Dan Hasil Penjualan Opak Makanan Khas Jawa Barat. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.10560>
- Arisona, R. (2023, September 17). Syarat dan Cara Urus Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK). *Bee.id*. <https://www.bee.id/blog/syarat-dan-cara-urus-izin-usaha-mikro-kecil-iumk/>
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), Article 1. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Chusniyah, I., & Fauza, N. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran di Masa Pandemi Bagi Masyarakat. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.54471/khidmatuna.v2i2.1582>
- Dewi, W. F., & Wsww, L. D. P. (2022). Peningkatan Pengetahuan dan Pendapatan Pengrajin Gula Kelapa Melalui Pelatihan dan Pemasaran Online. *ABDIMASKU: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.33633/ja.v5i2.444>
- Hakim, R., Maris, S., Yuliana, R., Maulana, F., Gojali, A., Sayyidah, R., & Lestari, S. (2023). Pengembangan Umkm Dengan Inovasi Produk Gula Aren Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Bagi Masyarakat Desa Cicadas Sukabumi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Putra*, 3, 169–175. <https://doi.org/10.52005/abdiputra.v3i3.125>
- Irianto, H., Viesta, A. D., Nugroho, A. T., Wahyuni, T., Prabowo, W. C., Hamid, I. N., Anufah, T. N., Permatasari, H. I., Salsabila, A., Sofyana, S., & Hardiyanti, F. Y. (2023). Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online di Desa Tengklik. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.20961/cosmed.v1i2.66865>
- Kamaruddin, & Usman, U. (2024). Analisis Hubungan Digitalisasi Marketing Dengan Profitabilitas Usaha: Studi Pada UMKM Pasca Pandemi Covid-19. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v5i1.8725>
- Kurniasi, E. R., Ayuni, R., Dewa, B. P., Minarti, Meliani, Pramadhani, R., Yanti, P., Zuhriyyah, D., Alaimusalam, J., Sari, E. A., & Revaldy. (2021). Pelatihan Pemasaran Digital Produk Desa Nadung: Kopi Teh Pelawan Dan Gula Kabung. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.46306/jabb.v2i1.68>
- Zuriana, Z., & Yohanson, A. K. (2022). Peningkatan Pemasaran Pada Umkm Lahang Aren Gula Semut Danwedang Jahe Melalui Digital Di Desa Way Kalam Kecamatan Penengahan Kabupa1ten Lampung Selatan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i2.2683>