

## **PENDAMPINGAN TERHADAP HOME INDUSTRI PENERAJIN GULA MERAH KELAPA SAWIT UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS PENJUALAN MELALUI PEMASARAN DIGITAL**

**Sudarmin<sup>1\*</sup>, Irianto<sup>2</sup>, Nirda Julianda<sup>3</sup>, M. Nazri Utama Hasibuan<sup>4</sup>,  
M Farhan Anantri Pramudya<sup>5</sup>**

<sup>1,2,4,5</sup>Sistem Informasi, Universitas Royal

<sup>3</sup>Manajemen, Universitas Royal

*email: edisudarindra@gmail.com*

**Abstract:** Home industries producing palm sugar from oil palm sap in several rural areas continue to face various challenges, particularly in product marketing. Limited access to technology, lack of knowledge about digital marketing, and dependence on local markets are the main obstacles in increasing sales productivity. This community engagement activity aims to provide assistance and training to home industry actors so they can utilize digital media as a broader and more effective marketing tool. A participatory approach is implemented in this activity through counseling, hands-on training, and technical assistance in creating digital content, using social media, and accessing e-commerce platforms. Evaluation was conducted through interviews and surveys with business actors before and after the training. The results of the program show an improvement in participants' understanding of digital marketing, their ability to create promotional content, and success in reaching a wider market. The conclusion of this activity is that digital marketing has a positive impact on increasing the sales productivity of palm sugar and opens up more competitive and sustainable business opportunities for local industry players.

**Keywords:** home industry; palm sugar; oil palm; digital marketing

**Abstrak:** Home industri pengrajin gula merah kelapa sawit di beberapa wilayah pedesaan masih menghadapi berbagai permasalahan, terutama dalam aspek pemasaran produk. Keterbatasan akses terhadap teknologi, kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital, serta bergantungnya penjualan pada pasar lokal menjadi hambatan utama dalam meningkatkan produktivitas penjualan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan kepada pelaku usaha home industri agar mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran yang lebih luas dan efektif. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif melalui penyuluhan, pelatihan langsung, serta pendampingan teknis dalam pembuatan konten digital, penggunaan media sosial, dan platform e-commerce. Evaluasi dilakukan melalui wawancara dan survei terhadap pelaku industri sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap pemasaran digital, kemampuan membuat konten promosi, serta keberhasilan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Simpulan dari kegiatan ini adalah bahwa pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap peningkatan produktivitas penjualan gula merah kelapa sawit, serta membuka peluang usaha yang lebih kompetitif dan berkelanjutan bagi pelaku industri lokal.

**Kata kunci:** home industri; gula merah; kelapa sawit; pemasaran digital

## PENDAHULUAN

Industri rumahan atau *home industry* memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan. Salah satu sektor yang berkembang adalah industri pengolahan gula merah dari nira kelapa sawit. (Susilo et al., 2024) Produk ini memiliki nilai ekonomis tinggi dan permintaan yang relatif stabil, baik untuk kebutuhan rumah tangga maupun industri makanan. Namun, di tengah potensi tersebut, banyak pelaku industri rumahan masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek pemasaran dan pengembangan usaha (Adidarmawan et al., 2022).

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh para pengrajin gula merah kelapa sawit adalah rendahnya produktivitas penjualan akibat keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas. (Iskandar, 2023) Metode pemasaran konvensional yang masih digunakan, seperti penjualan langsung atau melalui tengkulak, membuat margin keuntungan menjadi sangat kecil. (Martini et al., 2021) Di samping itu, kurangnya pemahaman terhadap strategi pemasaran modern, khususnya pemasaran digital, membuat produk-produk lokal sulit bersaing dan dikenal oleh konsumen yang lebih luas, Pada skala lokal hingga nasional. (Additive & Saw, 2025)

Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi, terutama media sosial dan platform e-commerce, menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk UMKM. (Charnita et al., 2022) Namun, para pelaku industri rumahan sering kali belum memiliki kemampuan atau pengetahuan yang cukup dalam menerapkan pemasaran digital secara

optimal. (Haswan & Nopriandi, 2021) Oleh karena itu, dibutuhkan suatu bentuk pendampingan yang terstruktur untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pemasaran.

Melalui kegiatan pendampingan terhadap home industri pengrajin gula merah kelapa sawit, diharapkan terjadi peningkatan dalam hal keterampilan digital, strategi promosi, hingga peningkatan produktivitas penjualan. Pendampingan ini tidak hanya bertujuan untuk mengenalkan media pemasaran digital, tetapi juga untuk membangun pola pikir kewirausahaan yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Dengan demikian, home industri dapat tumbuh secara berkelanjutan dan memberikan dampak ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat sekitar. (Frank Aligarh, 2021)

## METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode partisipatif dan pendekatan edukatif yang dilaksanakan melalui beberapa tahapan berikut: (Purwaningsih, 2008)

Tim pengabdian melakukan kunjungan langsung ke lokasi home industri pengrajin gula merah kelapa sawit untuk: Mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, khususnya dalam aspek pemasaran. Menilai kondisi produksi, kualitas kemasan, dan strategi penjualan yang sudah berjalan. Mengetahui pemahaman pelaku industri terhadap penggunaan teknologi digital.



Gambar 1. Diskusi Ke Pemilik



Gambar 2. Foto Bersama

Berdasarkan hasil observasi, disusun rencana kegiatan yang mencakup:

Materi pelatihan pemasaran digital (pembuatan akun media sosial, marketplace, dan desain promosi). Penguatan branding produk (label, logo, dan kemasan). Strategi peningkatan daya tarik produk secara online.

Dilaksanakan pelatihan secara tatap muka dengan pendekatan praktik langsung, seperti: Cara membuat dan mengelola akun media sosial (Instagram, Facebook). Pengenalan dan praktik berjualan melalui marketplace (Shopee, Tokopedia). Pelatihan membuat konten promosi sederhana (foto produk, video singkat, caption menarik).

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan berkala selama beberapa minggu: Membantu dalam pembuatan konten secara rutin. Memberikan bimbingan langsung terkait kendala teknis yang dihadapi. Monitoring hasil penjualan online serta engagement media sosial.

Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan program, yang meliputi (1) Perubahan jumlah penjualan sebelum dan sesudah pendampingan. (2) Kualitas dan konsistensi pemasaran digital yang dilakukan oleh pelaku home industri. (3) Rekomendasi untuk pengembangan selanjutnya, termasuk kemungkinan kolaborasi lanjutan.

## PEMBAHASAN

Setelah dilaksanakan rangkaian kegiatan pendampingan terhadap pelaku home industri pengrajin gula merah kelapa sawit, terlihat adanya perubahan positif yang signifikan dalam cara mereka mengelola usaha, khususnya dalam aspek pemasaran. Para pelaku usaha yang sebelumnya tidak memiliki pengalaman dalam pemasaran digital kini telah mampu membuat dan mengelola akun media sosial bisnis secara mandiri. Mereka mulai aktif memposting produk, membalas pertanyaan konsumen, hingga melakukan promosi sederhana melalui fitur-fitur yang tersedia di platform seperti WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram.

Transformasi ini berdampak langsung pada meningkatnya interaksi dengan pelanggan. Produk gula merah kelapa sawit yang sebelumnya hanya dikenal secara lokal kini mulai menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui postingan visual yang menarik dan penggunaan hashtag yang tepat, pelaku usaha mulai mendapatkan respons dari calon pembeli di luar wilayah sekitar mereka.

Lebih menggemirakan lagi, beberapa pengrajin bahkan berhasil memperoleh pesanan dari luar daerah, yang sebelumnya belum pernah terjadi. Hal ini menjadi indikasi bahwa pasar

digital membuka peluang distribusi yang lebih luas dan menjanjikan. Pesanan datang tidak hanya dari konsumen individu, tetapi juga dari pelaku usaha lain seperti pemilik toko oleh-oleh dan pemilik usaha makanan olahan yang menggunakan gula merah sebagai bahan utama.

Perkembangan tersebut berdampak langsung pada peningkatan volume penjualan. Dalam dua hingga tiga bulan pasca kegiatan pendampingan, para pengrajin melaporkan adanya kenaikan penjualan yang cukup signifikan dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya. Peningkatan ini tidak hanya dari sisi jumlah pembeli, tetapi juga dari sisi kepercayaan konsumen terhadap produk yang kini terlihat lebih profesional dan terkelola dengan baik.

Selain peningkatan secara kuantitatif, terjadi pula peningkatan secara kualitatif dalam hal pemahaman para pelaku usaha mengenai pentingnya branding dan pelayanan digital. Mereka mulai menyadari bahwa tampilan produk, gaya komunikasi, serta kecepatan pelayanan menjadi faktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Edukasi tentang branding membantu mereka menonjolkan keunikan produk lokal dan membangun identitas usaha yang lebih kuat di tengah persaingan digital yang ketat.

Secara keseluruhan, pendampingan ini berhasil membekali pelaku usaha dengan keterampilan yang relevan dan aplikatif, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan pasar modern melalui strategi digital yang berkelanjutan.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan terhadap home industri pengerajin gula merah kelapa sawit menunjukkan hasil yang positif dan berdampak langsung terhadap peningkatan kapasitas usaha masyarakat. Melalui pendampingan intensif, para pelaku usaha telah mendapatkan pemahaman dan keterampilan baru dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka.

Secara umum, beberapa pencapaian dari kegiatan ini meliputi (1) Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan: Para pengerajin memahami pentingnya pemasaran digital dan mampu mengoperasikan media sosial serta platform e-commerce sebagai sarana promosi dan penjualan. (2) Peningkatan Cakupan Pasar: Produk gula merah kelapa sawit yang sebelumnya hanya dijual secara lokal kini telah menjangkau pasar yang lebih luas melalui media online. (3) Peningkatan Minat Konsumen: Tampilan produk yang lebih menarik serta kemudahan akses informasi melalui internet meningkatkan ketertarikan dan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal ini. (4) Perubahan Pola Pikir: Para pelaku usaha mulai menyadari pentingnya inovasi dan adaptasi teknologi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

Dengan demikian, pendampingan pemasaran digital terbukti efektif dalam mendorong peningkatan produktivitas penjualan pada home industri gula merah kelapa sawit. Keberlanjutan program serta kolaborasi dengan berbagai pihak sangat diperlukan agar manfaat yang telah tercapai dapat terus berkembang dan berdampak lebih luas di masa depan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Kami menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada **Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kemendikbudristek**, yang telah memberikan kepercayaan dan dukungan pendanaan untuk pelaksanaan kegiatan ini. **Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Royal**, yang telah memfasilitasi serta memberikan bimbingan dan arahan selama pelaksanaan kegiatan berlangsung. **Tim Pengabdian dan Mahasiswa Pendamping**, yang telah bekerja keras, berdedikasi, dan berkontribusi secara aktif dalam mendampingi para pelaku home industri gula merah kelapa sawit. **Para Pelaku Usaha Gula Merah Kelapa Sawit** yang telah menerima kami dengan terbuka, serta aktif terlibat dalam setiap proses pendampingan dan pelatihan. **Seluruh pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu**, namun telah memberikan dukungan moril maupun materiil demi kesuksesan kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Additive, S., & Saw, W. (2025). *Implementasi Fuzzy Multiple Attribute Decision Making (FMADM) dan Simple Additive Weighting (SAW) dalam Menentukan Saham Terbaik Implementation of Fuzzy Multiple Attribute Decision Making (FMADM)*. 14, 421–435.
- Adidarmawan, G. S., Furqon, M. T., & Dewi, C. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Perbaikan Jalan menggunakan Metode Fuzzy Multi Attribute Decision Making (FMADM) dan Simple Additive Weighting (SAW) (Studi Kasus: Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga dan Sumber Daya Air Kabupaten Jember). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(5), 2488–2494.
- Charnita, C. F., Indah, P. N., & Priyanto, E. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Emping Melinjo Di Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 9, 203–214.
- Frank Aligarh. (2021). Pelatihan Tata Kelola Organisasi Publik Bagi Penerima Hibah Pembangunan Masjid. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(3), 845.
- Haswan, F., & Nopriandi, H. (2021). Kombinasi Metode Fuzzy Multiple Attribute Decision Making (FMADM) dan Simple Additive Weighting (SAW) Untuk Menentukan Calon Reviewer Internal Universitas Islam Kuantan Singingi. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 3(3), 432–440. <https://doi.org/10.47065/bits.v3i3.1136>
- Iskandar, A. (2023). Sistem Pendukung Keputusan dalam Rekrutmen. *Jurnal HRM*, 6(2), 448–461.
- Martini, R., Miati, M., & Wahyudi, A. (2021). *INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMUNITY SERVICE LEARNING PKM Pengelolaan Usaha Kerajinan Tedung Bali*. 5, 121–128.
- Purwaningsih, Y. (2008). Ketahanan

Pangan: Situasi, Permasalahan, Kebijakan, Dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 9(1), 1.  
<https://doi.org/10.23917/jep.v9i1.1028>  
Susilo, G., Machmudi, M. A., Wahyudi-

ono, S., & Santoso, K. I. (2024). Implementasi Metode FMADM dan SAW pada Sistem Pendukung Keputusan Penyaluran Bantuan Rumah Tidak Layak Huni. *Go Infotech: Jurnal Ilmiah STMIK AUB*, 30(1), 1-9.  
<https://doi.org/10.36309/goi.v30i1.254>