

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENCARI SEGMENT PASAR BARU BERBASIS SPASIAL AGROINDUSTRI GULA SEMUT KELAPA DI KELURAHAN HARGOTIRTO, KABUPATEN KULON PROGO

UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA TO FIND NEW MARKET SEGMENTS BASED ON SPATIAL AGRO-INDUSTRY OF COCONUT ANT SUGAR IN HARGOTIRTO VILLAGE, KULON PROGO DISTRICT

Olivia Elfatma^{1*}, Yuliana Debora Anggrain², Subakho Aryo Saloko¹, Wandha Atmaka Aji³

¹Program Studi Pemeliharaan Kelapa Sawit, Akademi Komunitas Perkebunan Yogyakarta

²Program Studi Teknik Pengolahan Kelapa Sawit, Akademi Komunitas Perkebunan Yogyakarta

³Program Studi Pembibitan Kelapa Sawit, Akademi Komunitas Perkebunan Yogyakarta

e-mail¹ oliviaelfatma@akpy-stiper.ac.id

Abstrak

Kelurahan Hargotirto ditetapkan sebagai 75 Desa Wisata terbaik berkelas dunia dan diresmian oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, M. Sandiaga Uno. Desa Hargotirto termasuk wilayah Kapenewon Kokap, Kabupaten Kulon Progo. Potensi kelapa melimpah dimanfaatkan warga untuk produksi gula semut. Sebagian besar warga Hargotirto bermata pencaharian penderes nira dan pengrajin gula semut. Keterbatasan pengetahuan media social, lokasi terpencil, kurangnya pengetahuan mengenai teknik pengemasan dan media pemasaran menjadi salah satu faktor penyebab tingkat penjualan rendah. Tujuan pengabdian mencari Segmen Pasar Baru Berbasis Spasial Agroindustri Gula semut dengan memanfaatkan aplikasi Whats Up Businnes dan meta. Metode kegiatan dilakukan dengan ceramah, demonstrasi, dan praktek langsung. Dari hasil pengabdian ini tercipta kan dua segmen pasar baru yakni: komoditas dengan kebutuhan rumah tangga dengan kebutuhan gula smeut 0,5 kg-1 kg, komoditas dengan kebutuhan kemasan sachet yang travel friendly.

Kata Kunci: gula semut, hargotirto, media social, Whats Up Businnes. Spasial

Abstract

Hargotirto Village was designated as the 75 best world-class Tourism Village and was inaugurated by the Indonesian Minister of Tourism and Creative Economy, M. Sandiaga Uno. Hargotirto Village is part of Kapenewon Kokap, Kulon Progo Regency. The abundant coconut potential is utilized by residents for ant sugar production. Most of the residents of Hargotirto earn a living as sap collectors and ant sugar craftsmen. Limited knowledge of social media, remote locations, lack of knowledge about packaging techniques and marketing media are one of the factors causing low sales levels. The purpose of the service is to find a New Market Segment Based on Spatial Agroindustry Ant Sugar by utilizing the Whats Up Businnes application and meta application. The activity method is carried out with lectures, demonstrations, and direct practice. From the results of this service, two new market segments were created, namely: commodities with household needs with 0.5 kg-1 kg of smeut sugar, commodities with travel friendly sachet packaging needs.

Keywords: ant sugar, hargotirto, social media, Whats Up Businnes., spasial

1. PENDAHULUAN

Desa Hargotirto adalah desa yang termasuk dalam wilayah Kapenewon Kokap, Kabupaten Kulon Progo[1–3]. Desa tersebut memiliki ketinggian tanah ± 167 meter di atas permukaan air laut dan merupakan wilayah pergunungan. Terdapat 14 pedukuhan di Desa Hargotirto dimana penggunaan lahan sebagian besar digunakan untuk aktivitas perkebunan dan pertanian, seperti petai, cengkeh, durian, dan kelapa[3]. Potensi kelapa yang melimpah dimanfaatkan oleh warga desa untuk produksi gula semut. Gula semut merupakan produk yang dihasilkan dari nira kelapa oleh produsen rumah tangga, kelompok, dan Kelompok Wanita Tani (KWT)[4]. Sebagaimana besar warga Hargotirto bermata pencaharian penderes nira dan pembuata gula semut. Target pasar produk saat ini meliputi distributor (pasar tradisional, warung, dan pengepul) dan konsumen akhir[5]. Selain itu, gula semut yang diproduksi telah mencapai pasar internasional melalui kerja sama dengan perusahaan nasional untuk kegiatan pengolahan lebih lanjut. Hanya satu warga bernama Pak Yono yang mampu menembus pasar internasional dengan kerjasama dengan perusahaan Allied Green. Setiap bulannya pak yono mampu menyetor 100 kg gula semut ke perusahaan tersebut. Gula semut mulai banyak diminati terutama orang-orang yang diet gula, karena kandungan gula semut lebih sehat dibanding gula pada umumnya[6,7]. Namun produksi dan penjualan di Hargotirto masih dalam bentuk besar/kemasan ukuran besar dan kurang menarik. Sehingga banyak turis yang datang ke Hargotirto tidak tertarik. Gula Semut peluang untuk dijadikan oleh-oleh, terlebih mendukung Hargotirto sebagai Iconik pariwisata Kulon progo[3,6–8]. Perlu dilakukan perubahan kemasan dan segmen pasar yang dapat dibidik, apabila ukuran kemasan dibuat lebih kecil dan lebih menarik lagi. Media pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan produk gula semut warga Hargotirto hanya secara luar jaringan dan terbatas melalui mulut ke mulut. Hal ini membuat gula semut hargotirto pemasarannya tidak berkembang dengan baik dan hanya dibeli apabila ada pesanan. Perlu adanya inovasi berupa inovasi pencarian segmen baru secara spasial untuk meningkatkan nilai jual agroindustri gula semut[9].

Spasial analisis telah mampu untuk menentukan segmen pasar baru melalui media digital dan juga skalian media promosi dan penjualan[10,11]. Segmentasi pasar merupakan proses mengkotak-kotakkan pasar menjadi kelompok-kelompok “potential customer” yang memiliki kesamaan karakter atau kebutuhan yang sama sehingga cenderung mempunyai respon yang sama dalam membelanjakan uangnya[12,13]. Salah satu aplikasi adaptasi dari ilmu tersebut adalah whats up business dan meta/facebook[14–17].

2. METODE PENELITIAN

Program kemitraan masyarakat dengan kelurahan hargotirto menggunakan metode pendekatan pola partisipatif[18,19]. Kelurahan Hargotirto menunjuk warganya yang berminat mengikuti program ini, selanjutnya disebut mitra. Mitra diajak dan dilatih untuk menganalisis keadaannya sendiri dan memikirkan upaya yang bisa dilakukan untuk memperbaiki keadaan. Proses perbaikan dilakukan dengan lebih mengembangkan potensi yang dimiliki, melalui peningkatan keterampilan serta update teknologi diharapkan mitra dapat lebih mandiri. Pada pelatihan ini dicoba menggunakan dua aplikasi yang diperkenalkan ke warga hargotirto yakni penjualan dengan whats up business[14,15] dan meta atau facebook[14]. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan cara ceramah, demonstrasi, dan praktek langsung. Pelaksanaan rangkaian kegiatan dilakukan selama bulan april hingga November 2024. Alat yang digunakan dalam pengabdian ini adalah aplikasi whats up, meta, kuota, dan gawai dengan operation system Android. Warga yang mengikuti kegiatan sejumlah 20 orang. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan memberikan pre-test dan post tes

pada peserta kegiatan. Penentuan kelas dilakukan dengan mengelompokkan kebutuhan konsumen gula semut dibandingkan dengan sebaran spasial pemesanan[20].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan persiapan produk gula yang akan dijual oleh peserta. Berdasarkan hasil forum grup diskusi serta praktek kegiatan sebelumnya, warga memilih menggunakan dua produk gula semut yang akan mereka jual. Produk pertama adalah kemasan gula semut tanpa tambahan rasa atau original/ produk ini mitra jual dengan kemasan pouch berdiri dan sudah diberi merk “gendhis al barokah” yang disajikan pada gambar 1. Produk yang dijual dengan harga perkilo 30 ribu rupiah.



Gambar 1. Produk 1 gula semut

Produk ke dua yang akan mitra jual adalah kemasan travel friendly dan gula semut dengan beberapa variasi rasa. Produk ini diberi merk “wedang palem”. produk wedang palem yang travel friendly dan dapat dipasarkan online. terdapat peningkatan nilai jual gula semut. Semula 1 kg dihargai 25-30 ribu perkilo. Dengan adanya wedang palem dapat dijual 20 gram bernilai kisaran 3 ribu. Sehingga bila di dibandingkan, dengan penambahan rasa 1 kg ya dapat dijual 60 ribu. Produk ini terdiri dari beberapa variasi rasa meliputi gula semut variasi kopi hargotirto, gula semut variasi jahe, gula semut variasi sereh jeruk lemon, dan gula semut variasi jeruk lemon.

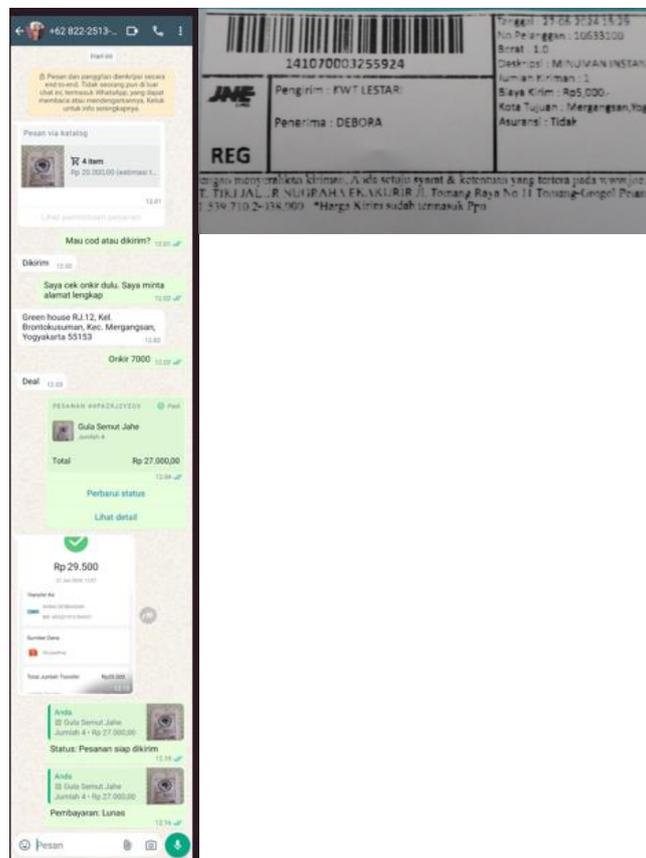


Gambar 2. Produk 2 gula semut.

Peserta pelatihan berjumlah 20 orang ini merupakan ibu rumah tangga, dan mayoritas adalah nenek-nenek. Dari dua puluh orang ini yang dapat mengoperasikan gawai dengan system android hanya sekitar lima orang. Sisanya tidak memiliki gawai dan atau tidak dapat menggunakan gawai. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka dibuat kelompok-kelompok kecil. Di tiap kelaompok terdapat perserta yang dapat menggunakan gawai.

Pelatihan penjualan menggunakan media social awalnya di fokuskan kepada dua media social yakni meta/facebook dan menggunakan whatsapp business. Namun karena keterbatasan keterampilan peserta dan ketersediaan gawai dari peserta maka hanya di lakukan pelatihan menggunakan whatsapp. Peserta pelatihan lebih familiar menggunakan whatsapp dibandingkan facebook.

Dari lima kelompok yang dibuat tiga kelompok dapat menjalankan penjualan secara mandiri hingga sekarang. Dua kelompok yang lain tidak dapat menjalankan secara optimal karena keterbatasan kuota dan sinyal. Permasalahan dalam pelatihan ini adalah usia peserta yang lanjut sehingga kesulitan mengikuti teknologi saat ini.



Gambar. Bukti penjualan produk secara online dan juga bukti pengiriman produk Setelah dilakukan pejualan beberapa bulan diperoleh informasi total produk yang terjual sejumlah 47 produk.

Table 1. hasil penjualan peserta pelatihan menggunakan whatsapp

Nama Produk	Jumlah Produk Terjual	Total Berat Gula Semut Terjual	Total Hasil Penjualan
sample 1	4	3000 gram	Rp90.000
sample 2	43	860 gram	Rp129.000
Total	47 item	3860 gram	Rp219.000

Selain itu diketahui dari hasil penjualan, konsumen sample 1 hanya warga dari kelurahan hargotirto. Dan digunakan untuk kebutuhan rumah tangga. Sedangkan sample 2 dapat terjual hingga skala nasional seperti: riau, yogyakarta, Surabaya, dan Lampung. Karena bentuk kemasan menarik dan juga travel friendly, memungkinkan menarik konsumen lebih banyak. Rata-rata pembeli dari sample dua adalah warga usia produktif yang sedang mencari oleh-oleh atau minuman khas yang unik. Hal ini memunculkan dua segmen berbeda untuk komoditas yang berbeda.

Berdasarkan pelatihan menghasilkan peningkatan nilai produk bisnis gula semut yang fluktuatif. Sample satu untuk setiap gram ya terjual Rp. 30,00. Sedangkan produk dua untuk setiap gramnya dapat terjual Rp. 57,00. Terjadi peningkatan harga Rp. 27,00 setiap gram gula semut.

4. KESIMPULAN

hasil pengabdian ini terciptakan dua segmen pasar baru yakni: komoditas dengan kebutuhan rumah tangga dengan kebutuhan gula semut 0,5 kg-1 kg dengan sebaran konsumen hanya di wilayah kelurahan hargotirto, dan komoditas dengan kebutuhan kemasan sachet yang *travel friendly* dengan sebaran konsumen secara nasional. Berdasarkan hasil pengabdian diketahui bahwa aplikasi whatsapp business lebih familiar digunakan oleh warga hargotirto.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi telah memberikan dukungan keuangan, Surat Keputusan Nomor 0520/D4/AL.04/2024 dan Perjanjian / Kontrak Nomor 0307.13/LL5-INT/AL.04/2024 sehingga Program Pengabdian Kepada Masyarakat skema pemberdayaan berbasis masyarakat 2024 ini dapat terlaksana.

DAFTAR PUSTAKA

1. B.A.B. Ii, A.D. Hargotirto, D. Hargotirto, (n.d.) 31–45.
2. S. Gunawan, M.J. Suhartono, ..., Proceeding ... (2023).
3. E. Merbawani, R. Rijanta, J Bumi Indones 5 (2016) 110.
4. Ni Putu Sukanteri, I.M. Suryana, Y. Verawati, I.G.A.D. Yuniti, Agrokreatif J Ilm Pengabdian Kpd Masy 7 (2021) 48–55.
5. E. Rusdiyana, Sungkai (2015) 34–42.
6. N. Wilberta, N.T. Sonya, S.H.R. Lydia, BIOEDUKASI (Jurnal Pendidik Biol 12 (2021) 101.
7. A. Pratama, Oktavima Wisdaningrum, Magdalena Putri Nugrahani, Din J Pengabdian Kpd Masy 4 (2020) 275–284.
8. N. Musita, War Ind Has Pertan 36 (2019) 106.
9. F.A. Husniah, T.D. Hapsari, T. Agustina, J Ekon Pertan Dan Agribisnis 3 (2019) 195–203.
10. M.T. Student, R.R. Kumar, R.E.C. Omments, A. Prajapati, T.-A. Blockchain, A.I. MI, P.S.N. Randive, S. Chaudhari, S. Barde, E. Devices, S. Mittal, M.W.M. Schmidt, S.N.A. Id, W.F.E. PREISER, E. OSTROFF, R. Choudhary, M. Bit-cell, S.S. In, P. Fullfillment, O.F. The, R.F.O.R. The, A.A. Of, T.H.E. Degree, M.O.F. Technology, D.M. Balaji, Activities, A.F. Roads, F.R.F. Act, F. Roads, F.R.F. Act, A.H. Network, G. Information, B. Tang, C. International, C. Assessment, A.F. Characterization, H. Identification, H. Review, P. No 主観的健康感を

- 中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title, 2021.
11. E.R.A. Agus Haryanto, Winih Sekaringtyas Ramadhani, Penerapan “Semi Urban Safe And Healthy Farm” Dengan Skema Simantri Untuk Mendukung Ketahanan Pangan Yang Berkelanjutan Di Kelurahan Pinang Jaya Tim, 2021.
 12. F. Simamora, B. Sasmito, H. Haniah, J Geod Undip 4 (2015) 43–51.
 13. S. Muryono, A.N. Bimasena, A.R. Dewi, S. Tinggi, P. Nasional, 4 (2018) 224–248.
 14. M. Febrianto, Tugas Akhir Thesis, Univ Technol Yogyakarta (2020).
 15. M.S. Imron, Y. Nurdian, Transform J Pengabd Masy 17 (2021) 65–76.
 16. E. Van Couvering, Inf Commun Soc 25 (2022) 1524–1541.
 17. M. Miftakhul, R. Putra, A.J. Kusumawati, J Pengabd Dan Pemberdaya Masy 5 (2021).
 18. L.Y. Prastowo, A.S. Wahyuningsih, J Penelit Dan Pengemb Kesehat Masy Indones 1 (2020).
 19. I.G.Y. Wisnawa, A.K. Marantika, Semin Nas Pengabd Kpd Masy (2017) 258–263.
 20. F. Ramdhani, Rabbit J Teknol Dan Sist Inf Univrab 4 (2019) 86–98.