



Optimalisasi Potensi Ekspor Produk Gula Jahe Seduh “Berkah” ke Pasar Dunia

Sekar Ajeng Ramadhani¹, Retno Waluyo²

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Amikom Purwokerto

e-mail: ajengsekar170@gmail.com

Abstrak

Teknologi dan industri yang semakin maju saat ini menjadi kunci dalam kegiatan ekspor. Ekspor dapat menjadi tolak ukur ekonomi global dengan kontribusi lebih seperti perkembangan ekonomi, daya saing negara, terbukanya lapangan pekerjaan, dan menciptakan inovasi. Sekolah Ekspor Nasional berfokus pada pembelajaran ekspor untuk UMKM, BUMN, dan Perusahaan lainnya. Misi dari Sekolah Ekspor adalah menciptakan 500 ribu eksportir baru pada tahun 2030. Sekolah Ekspor Nasional bekerja sama dengan Kampus Merdeka dalam program Studi Independen Bersertifikat (SIB) yang berfokus pada pengembangan UMKM untuk ekspor ke pasar global. Pengembangan produk Gula Jahe memiliki potensi ekspor yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi lokal, dan pembangunan ekonomi nasional. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk mengembangkan produk gula jahe ke pasar internasional dengan meningkatkan permintaan konsumen, memperluas jaringan, dan meningkatkan brand. Metode pengabdian yang dilaksanakan menggunakan hasil survei lapangan dengan pemilik usaha. Hasil dari pengabdian ini memberikan peningkatan produk gula jahe dan memperluas konsumen di pasar internasional.

Kata Kunci: *Ekspor, Gula Kelapa Jahe, Pasar Internasional, Sekolah Ekspor, UMKM.*

Abstract

The increasingly advanced technology and industry today is the key to export activities. Exports can be the driving force of the global economy by contributing more like economic development, country competitiveness, job creation, and innovation. The National Export School focuses on export learning for UMKM, BUMN, and other companies. The mission of the Export School is to create 500,000 new exporters by 2030. The National Export College is working with Merdeka Campus in a Studi Independen Bersertifikat (SIB) program that focuses on the development of UMKM for export to global markets. Ginger sugar product development has significant export potential for local economic growth, and national economic development. The aim of this dedication is to develop ginger sugar products to the international market by increasing consumer demand, expanding the network, and enhancing the brand. The dedication method is implemented using the results of field surveys with business owners.

Kata Kunci: *Export, Ginger Coconut Sugar, International Market, Sekolah Ekspor, UMKM*

PENDAHULUAN

Di era teknologi dan industri saat ini yang sudah berkembang pesat, pertumbuhan ekonomi menjadi sangat penting bagi suatu negara dalam melakukan perdagangan internasional, seperti melakukan kegiatan ekspor-impor. Besar volume ekspor dan harga komoditas ekspor menentukan fluktuasi nilai ekspor ke negara tujuan tersebut (Yusuf & Chalid, 2014). Kegiatan ekspor pada suatu negara dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di negara tersebut. Ekspor merupakan sebuah aktifitas yang menjual produk atau layanan yang dimiliki oleh perusahaan untuk dikirimkan dari negara asal ke negara tujuan. Dalam dunia global, ekspor tidak hanya membantu dalam peningkatan pendapatan negara, tetapi juga menciptakan lapangan pekerjaan, cadangan devisa, industri yang semakin meningkat, *networking*, dan daya saing di pasar global. Dengan didukungnya teknologi yang terus meningkat, kegiatan perdagangan internasional menjadi semakin mudah dilakukan dengan adanya e-commerce, email, Whatsapp atau sosial media lain, dan platform lainnya yang mendukung.

Produk Domestik Bruto (PDB) adalah salah satu indeks pertumbuhan ekonomi. PDB mengukur kesejahteraan perekonomian suatu negara dan dapat diukur dengan tingkat pendapatan (Pramadani et al., 2023). Integrasi perdagangan internasional yang baik seringkali dikaitkan dengan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, dan ekspor yang kuat serta dinamis memungkinkan investasi, memperluas pasar, dan mendorong inovasi dan keefektifitasan dalam produksi. Oleh karena itu, ekspor yang kuat dan dinamis dapat menjadi katalis pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Sekolah Ekspor Nasional menawarkan pendidikan bisnis praktis dengan fokus pada ekspor bagi pelaku usaha UMKM, BUMN, dan perusahaan besar lainnya. Sekolah Ekspor memiliki tujuan untuk mencetak 500 ribu eksportir baru di tahun 2030 untuk meningkatkan produksi ekspor di Indonesia. Peserta yang mengikuti program dari Sekolah Ekspor juga dapat melakukan realisasi dalam mendirikan Export Start Up Team. Sekolah Ekspor menyediakan 7 framework yang disebut *The 7n1 Arrows of Digital Exporter*.

Yayasan Sekolah Ekspor Nasional bekerja sama dengan Kampus Merdeka dalam melaksanakan program Studi Independen Bersertifikat (SIB). Di dalam program ini Yayasan Sekolah Ekspor Nasional memberikan pengenalan terkait ekspor produk dan langkah-langkah awal sebagai eksportir pemula. Program ini ditargetkan untuk mahasiswa/mahasiswi dalam membantu pengembangan UMKM di daerah masing-masing untuk diekspor ke pasar global. UMKM merupakan sebuah badan usaha produktif yang dimiliki individu dibawah 100 orang dan dibagi berdasarkan jumlah tenaga kerja yang memenuhi kriteria hukum dan ketentuan di Indonesia (Azizah et al., 2023).

Salah satu contoh produk UMKM yang memiliki potensi besar dalam ekspor yaitu Gula Kelapa Jahe yang berasal dari daerah Kabupaten Banyumas (Faedlulloh, 2017). Gula kelapa merupakan perolehan dari cairan nira kelapa yang

keluar dari tongkol bunga kelapa. Gula kelapa terdiri dari 2 jenis yaitu gula kelapa cetak dan gula kelapa semut. Berbeda dengan gula pasir atau gula sintetis, bahan baku gula kelapa cetak mudah dicari dan relatif murah, selain itu pembuatannya dilakukan dengan teknologi yang tidak mahal dan tidak membutuhkan biaya tinggi (Mustaufik et al., 2014). Dalam menghadapi tantangan globalisasi yang melanda pasar internasional, pengembangan ekspor gula kelapa cetak saat ini sudah menjadi fokus utama. Negara penghasil gula kelapa jahe melihat ekspor produk tersebut dapat dimanfaatkan sebagai peluang ekonomi yang menarik. Potensi ekspor gula kelapa jahe ini meningkatkan perekonomian lokal secara signifikan dan juga membuka peluang untuk pertumbuhan ekonomi nasional. Karena keunggulan bahan bakunya, gula kelapa jahe juga memiliki keunggulan lain, terutama dari aroma dan segi rasanya (Mela et al., 2020). Kualitas dan keanekaragaman produk gula kelapa ini membuatnya menjadi semakin menonjol dari persaingan di pasar global. Dengan menambahkan rempah-rempah, gula kelapa akan berfungsi sebagai produk herbal, memberikan manfaat kesehatan bagi konsumen, dan menjadi minuman herbal dengan cita rasa yang lebih disukai konsumen (Rina et al., 2022).

Namun, produsen dan eksportir gula kelapa jahe harus memperhatikan persaingan di pasar global, standar kualitas, dan regulasi perdagangan internasional jika mereka ingin mengeksport produk gula kelapa jahe dengan sukses. Pengembangan ekspor gula kelapa jahe ini menjadi sangat penting karena dapat mengurangi ketergantungan dari impor gula pasir putih (Marentek & Mandey, 2022). Ekspor gula kelapa jahe ini sudah memasuki negara-negara yang memiliki musim dingin seperti Amerika, Inggris, Australia, Selandia Baru, Kaledonia Baru, Norwegia, Belanda, Kanada, dan Jepang (Suroso et al., 2022). Dengan terus meningkatkan perluasan pasar global perlu dilakukan pemasaran yang efektif serta promosi yang tepat dengan mengenalkan keunikan dan keunggulan gula kelapa jahe. Potensi pertumbuhan yang besar dan permintaan yang terus-menerus meningkat dapat menjadi kunci keberhasilan dalam memasarkan produk gula kelapa jahe di pasar internasional. Selain potensi, ada juga tantangan yang perlu dihadapi oleh pelaku ekspor gula kelapa jahe seperti hambatan non-tarif, ketidakpastian hukum, dan persaingan harga produk (Aditya, 2021). Oleh karena itu untuk mengoptimalkan pemanfaatannya terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, pasar ekspor gula kelapa jahe harus diperluas dan dikembangkan.

Dalam pengabdian ini, Tim Kegiatan Pengabdian Masyarakat mengembangkan dan *Re-branding* produk dari salah satu UMKM yang berada di Purwokerto, Banyumas. Gula Jahe Seduh "Berkah" merupakan sebuah usaha milik Bapak Dedi yang akan dikembangkan oleh Tim Kegiatan Pengabdian Masyarakat untuk diekspor ke pasar internasional. Dengan mengikuti langkah-langkah yang diajarkan oleh Sekolah Ekspor, Tim Kegiatan Pengabdian Masyarakat dapat memasarkan dan membuat *company profile* sesuai dengan regulasi. Tujuan dari pengabdian ini adalah agar dapat memperluas lagi dan

meningkatkan produksi dari Gula Jahe Seduh “Berkah” secara terus-menerus dalam jangka waktu yang lama.

METODE

Dalam jurnal ini, penulis melakukan metode penelitian dengan menggunakan hasil survei secara langsung dengan pemilik usaha. Kemudian penelitian ini dianalisis serta memberikan solusi melalui pembekalan materi yang efektif dalam memasarkan produk Gula Jahe Seduh “Berkah” ke negara tujuan. Tahapan kegiatan dalam pengabdian ini meliputi: 1) Survei, 2) Proses Produksi, 3) *Re-branding*, dan 4) On-boarding on Market Ekspor. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan metode ini diharapkan Tim Kegiatan Pengabdian Masyarakat mendapatkan pengolahan informasi mengenai ekspor produk Gula Jahe Seduh “Berkah” sehingga dapat direalisasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini didasari oleh Studi Independen Bersertifikat (SIB) pada mitra Sekolah Ekspor “Be A Digital Exporter”, yang dilaksanakan dari bulan Agustus–Desember 2023. Terdapat 6 program pembelajaran yang ditawarkan oleh Sekolah Ekspor meliputi, Klaster Pengembangan Pasar Ekspor, Klaster Penanganan Pengiriman Barang, Klaster Penyiapan Produk Standar Ekspor, Klaster Pengelolaan Bisnis Ekspor Digital, Klaster Pelaksana Prosedur dan Dokumen Kepabeanaan, Klaster Penerapan Prosedur Ekspor.

Di dalam program ini Sekolah Ekspor memiliki 4 kegiatan yaitu Kuliah Ekspor, *Daily Assignment*, Mentoring dan Praktikum. Media Pembelajaran yang disediakan yakni web belajar.sekolaheksplor.com. yang berisi mengenai materi-materi berupa video dan powerpoint, *daily assignment*, tugas praktikum, dan pengumuman. Di dalam Kuliah Ekspor, para peserta diharapkan mampu memahami materi yang diberikan serta memberikan pertanyaan yang terkait dengan penjelasan ekspor.

Survei

Salah satu UMKM yang dijadikan studi kasus dalam pengabdian ini adalah produk Gula Jahe Seduh “Berkah” yang dimiliki oleh Bapak Dedi. UMKM ini awalnya didirikan pada masa COVID-19 untuk meningkatkan imunitas tubuh, kemudian terus berkembang hingga saat ini. Kerja sama yang dilakukan antara penulis dengan Bapak Dedi diharapkan mampu memberikan dampak yang positif sehingga usaha Gula Jahe Seduh “Berkah” ini dapat terus berkembang dan semakin meluas ke pasar dunia.



Gambar 1. Survei lokasi

Proses Produksi

Pembuatan dari produk gula kelapa jahe sangat mudah. Proses pembuatan produk hanya membutuhkan waktu 1,5 jam dalam sekali masak. Gula Jahe Seduh "Berkah" biasanya memproduksi sekitar 15kg dalam sehari. Proses memasak ini biasanya membutuhkan 5-7 orang pekerja. Proses pembuatan gula jahe seduh ini memiliki 4 tahapan, yaitu:

- 1) Pengepresan jahe
Awalnya, jahe yang sudah dibersihkan kemudian digiling ke mesin untuk mendapatkan cairan ekstrak jahenya. Pengepresan jahe bertujuan agar ekstrak jahe yang dibuat memiliki kandungan nutrisi, serta aroma dan rasa yang kuat untuk meningkatkan nilai produk gula jahe seduh.
- 2) Pemasakan gula merah
Proses ini dimulai dengan memanaskan gula merah kedalam wajan kemudian dimasak hingga mengental. Setelah itu tambahkan ekstrak jahe yang tadi sudah digiling. Perbandingan antara ekstrak jahe dengan gula merah adalah 1:1. Setelah itu gula jahe siap dicetak.
- 3) Pencetakan gula jahe
Setelah proses pencampuran gula merah dengan ekstrak jahe selesai, kemudian adonan tersebut dimasukkan ke dalam teko untuk memudahkan dalam menuang ke cetakan. Lalu diamkan adonan tersebut di cetakan kurang lebih 15-30 menit. Biasanya adonan tersebut langsung mengeras setelah dituangkan ke dalam cetakan.
- 4) Pengemasan gula jahe
Jika gula jahe yang berada di cetakan sudah mengeras sempurna, langkah selanjutnya yaitu memisahkan gula jahe dari cetakan. Kemudian dikemas satu per satu menggunakan plastik agar tidak ada udara yang masuk. Ujung plastik sedikit dibakar agar dapat ditempelkan ke sisi plastik yang lain. Selanjutnya gula jahe yang sudah diberi plastik akan dimasukkan ke dalam kemasan plastik *zipper*. Biasanya satu kemasan berisi 10 butir gula jahe atau kurang lebih 400gr. Setelah selesai dikemas, gula jahe seduh tersebut dapat di distribusikan.



Gambar 2. Kemasan Gula Jahe Seduh “Berkah”

Biasanya Gula Jahe Seduh “Berkah” di produksi dengan sistem *pre-order*, menunggu permintaan dari agen/reseller. Peluang untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas semakin terbuka dengan menciptakan bermacam varian produk yang sesuai dengan selera pasar global, seperti kemasan atau bentuk inovatif dari gula kelapa jahe atau berbagai rasa.

Re-branding Produk

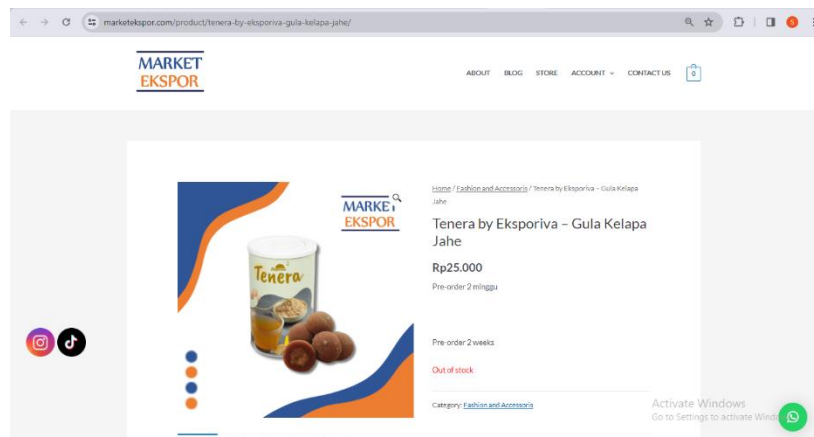
Suatu produk harus memiliki brand atau merek agar dapat membedakan dari produk pesaing. Brand juga dapat membangun citra dari sebuah produk atau perusahaan. Strategi untuk memperbaharui citra produk, meningkatkan daya tarik konsumen, dan menjangkau pasar yang lebih luas adalah dasar perubahan merek dari “Gula Jahe Seduh Berkah” menjadi “Tenera”. Nama “Tenera” berasal dari nama jenis varietas kelapa sawit yang unggul, sehingga diharapkan bahwa produk ini dapat menjadi suatu produk unggulan. Perubahan branding dari Gula Jahe Seduh “Berkah” menjadi “Tenera” ini memungkinkan penjualan dan pengakuan merek yang meningkat di pasar internasional yang semakin kompetitif. Re-branding ini didasari oleh analisis pasar, tren konsumen, inovasi pada produk seperti perubahan kemasan, peningkatan kualitas, dan varian rasa atau bentuk. Tujuan dari re-branding adalah untuk memberikan kesan yang lebih modern, inovatif, dan menarik bagi pelanggan yang sudah ada maupun yang baru. Re-branding menjadi “Tenera” juga dilakukan pada Media sosial, Company Profile, Label kemasan, dan katalog dibawah perusahaan PT. Eksporiva Inovasi Nusantara. Kemasan dari Tenera menggunakan tabung alumina. Satu tabung dapat berisi 4 biji atau 200gr gula jahe.



Gambar 3. Re-branding Tenera

On boarding on market place

Market place adalah sebuah platform yang menjadi pihak ketiga dalam transaksi online antara penjual dengan pembeli dengan menyediakan fasilitas pembayaran dan tempat penjualan. Pemasaran yang dilakukan oleh penulis yaitu mendaftarkan produk melalui website marketekspor.com milik Sekolah Ekspor, sebagai sarana peserta untuk memasarkan produk ke luar negeri.



Gambar 4. On boarding on Market Ekspor

On boarding ini melatih peserta Sekolah Ekspor dalam melakukan pemasaran secara nyata. Proses *on boarding* ini merupakan langkah awal penting bagi penjual untuk memanfaatkan semua potensi yang ditawarkan oleh platform *market place* untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan melalui internet.

SIMPULAN

Ekspor gula jahe ke pasar internasional memiliki potensi yang menjanjikan karena kombinasi antara rasa jahe dengan gula kelapa menjadi unik. Dengan mengembangkan produk gula jahe masuk ke pasar internasional, dapat mengenalkan keanekaragaman yang dimiliki oleh Indonesia. Pengabdian ini dapat menambah citra dari gula jahe sehingga memperluas *networking*, meningkatkan brand, dan berkolaborasi dengan mitra lokal. Untuk memaksimalkan potensi produk, maka penulis kembangkan ulang dengan melakukan re-branding, desain ulang kemasan, dan mendaftarkannya pada

market place. Kegiatan ini dapat membantu para pelaku UMKM untuk meningkatkan produknya menjadi produk ekspor. Dengan didasarkan pada tren, riset pasar, strategi yang tepat, dan tujuan pasar yang sesuai, gula jahe ini dapat meningkatkan daya saing di pasar dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, F. (2021). *Pemberdayaan Masyarakat Pengrajin Gula Kelapa Melalui Pemanfaatan Dana Desa di Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah*. 1-13.
- Azizah, D. N., Majid, N., Manajemen, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Nasional, U. P., & Histori, A. (2023). *Optimalisasi Pemahaman Para Pelaku UMKM di Kabupaten Probolinggo Terhadap Kegiatan Ekspor*.
- Faedlulloh, D. (2017). Modal Sosial dan Praktik Gotong Royong Para Pengrajin Gula Kelapa di Desa Ketanda Kabupaten Banyumas. *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 2(2), 89-101. <https://doi.org/10.26905/pjiap.v2i2.1467>
- Marentek, M. R., & Mandey, N. H. . (2022). Diversifikasi Produk Gula Semut dan Kemasan Pada UKM "Mekri" Di Desa Koreng Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan Propinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Umbanua*, 2(2), 66-72.
- Mela, E., Fadhillah, N., & Mustaufik, M. (2020). Gula Kelapa Kristal Dan Potensi Pemanfaatannya Pada Produk Minuman. *Agritech: Jurnal Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 22(1). <https://doi.org/10.30595/agritech.v22i1.7059>
- Mustaufik, Tobar, & Nurul, H. (2014). Peningkatan Mutu Produksi dan Pemasaran Gula Semut Beriodium di Koperasi Serba Usaha (KSU) Ligasirem Sumbang-Banyumas. *Http://jp.Feunsoed.Ac.Od*, 19(1), 68-84.
- Pramadani, A. G., Stanis, A. C., Sidabutar, C. O., & Dita, N. S. (2023). Potensi Perdagangan Internasional terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di Masa Mendatang Nabila Salwa Dita Perdagangan Internasional Wilayah ASEAN dan RRT Politeknik APP Jakarta. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(1), 60-72.
- Rina, O., Marga Saty, F., Teknologi Pertanian, J., Negeri Lampung, P., & Ekonomi Bisnis, J. (2022).) 30 Rina et al. *JPM Pinang Masak*, 3(1), 2022.
- Suroso, A., Rafinda, A., & Putri, N. K. (2022). Peningkatan Kualitas Produk Gula Kelapa Semut Sebagai Produk Potensi Ekspor Dari Kabupaten Banyumas. *Jurnal Pengabdian Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 36-44. <https://doi.org/10.32424/1.jpba.2022.1.2.7448>
- Yusuf, Y., & Chalid, N. (2014). Kinerja Ekspor Indonesia ke Negara-Negara ASEAN dan Negara-Negara Utama ASIA Lainnya. *Jurnal Ekonomi*, 22(September), 71-87. <https://je.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/2615/2570>