

Pengembangan Produk Olahan Nira 'Niraga' Dalam Mendukung Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Mangga Dua

Muhammad Ridho Abdillah^{1*}, Arifiana Malika Rakhma², Risma Syarifaturrohmniah³

1. Program Studi Ilmu Hadis, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, Kota Yogyakarta, Indonesia
2. Program Studi Psikologi, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, Kota Yogyakarta, Indonesia
3. Program Studi Manajemen, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, Kota Yogyakarta, Indonesia

Corresponding Author: 2200011260@webmail.uad.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received: 10 Oktober 2025
Revised: 14 Oktober 2025
Accepted: 20 Oktober 2025

Keywords

Nira, Pohon Enau,
Pemberdayaan
Masyarakat.

ABSTRACT

Indonesia memiliki potensi besar dalam pemanfaatan sumber daya alam, salah satunya nira yang sejak lama dimanfaatkan sebagai bahan pangan maupun minuman tradisional. Di Kelurahan Mangga Dua, Kendari, pengelolaan nira masih terbatas pada penjualan segar dengan harga rendah serta kerap dipersepsikan negatif sebagai bahan minuman memabukkan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui peningkatan nilai tambah produk nira dengan inovasi pengolahan, pengemasan, dan strategi pemasaran modern. Metode yang digunakan meliputi tahap perencanaan, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kendala utama masyarakat bukan terletak pada kualitas nira, melainkan pada aspek pengemasan dan pemasaran. Melalui pelatihan, masyarakat diperkenalkan dengan teknik pengemasan higienis dan beridentitas merek Niraga Air Nira Mangga Dua, serta strategi promosi berbasis digital seperti media sosial dan Google Maps. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan nilai jual dan memperbaiki citra nira, tetapi juga memperluas jangkauan pasar serta membuka peluang bagi pengembangan usaha lokal yang berkelanjutan. Dengan demikian, nira berpotensi menjadi komoditas unggulan yang mampu mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat.

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan potensi sumber daya pertanian dan perkebunan yang melimpah. Dari sekian banyak hasil alam, terdapat berbagai produk yang tidak hanya bernilai budaya, tetapi juga memiliki prospek ekonomi yang tinggi. Salah satunya adalah nira, cairan manis yang sejak lama dimanfaatkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari [1]. Nira diperoleh dari batang tanaman seperti tebu, bit, sorgum, maple, maupun dari getah tandan bunga keluarga palma seperti aren, kelapa, kurma, nipah, sagu, dan siwalan. Cairan ini mengandung gula alami sekitar 10–15% dan dapat diolah menjadi beragam produk, mulai dari minuman segar, tuak hasil fermentasi, sirup aren, hingga gula aren dan gula semut yang memiliki nilai jual lebih tinggi [2]. Potensi ini menunjukkan bahwa pengelolaan nira tidak hanya berkontribusi pada peningkatan ekonomi masyarakat, tetapi juga membuka peluang bagi pengembangan usaha berbasis kearifan lokal yang berkelanjutan.

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa nira memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama jika diolah menjadi produk turunan yang memiliki nilai tambah [3]. Temuan lain mengenai air nira dapat diolah menjadi *nata*, yaitu produk makanan sehat yang memiliki nilai jual tinggi yang menunjukkan bahwa pengolahan air nira dan kolang-kaling telah memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan serta pertumbuhan ekonomi masyarakat [4].

Di lingkup lokal, khususnya di Kelurahan Mangga Dua, Kecamatan Kendari, Sulawesi Tenggara, potensi pengelolaan nira masih belum tergarap secara optimal. Selama ini, masyarakat umumnya hanya memanfaatkan nira untuk konsumsi rumah tangga atau menjualnya dalam bentuk segar dengan harga yang relatif rendah. Bahkan, sebagian warga mengenal nira lebih sebagai bahan baku *kameko*, minuman fermentasi tradisional yang bersifat memabukkan. Hal ini menyebabkan pemanfaatan nira menjadi terbatas dan seringkali dipandang negatif. Padahal, selain digunakan sebagai bahan minuman, nira juga memiliki manfaat sebagai obat tradisional, meskipun pengetahuan tersebut lebih banyak diketahui oleh warga lokal dibandingkan masyarakat luas.

Menurut Leni dkk [5], nira segar digunakan untuk mengobati berbagai penyakit seperti sariawan, TBC, disentri, wasir, serta membantu melancarkan buang air besar. Nira dalam keadaan segar memiliki rasa manis, aroma khas, dan warna tertentu. Kandungan nutrisi dalam nira aren meliputi karbohidrat, protein, lemak, dan mineral. Rasa manis pada nira disebabkan oleh kandungan karbohidratnya yang mencapai 11,28%. Selain itu, nira yang baru menetes dari tandan bunga memiliki pH sekitar 7, yang berarti bersifat netral. Namun, karena dipengaruhi oleh kondisi lingkungan, nira aren mudah terkontaminasi dan dapat mengalami proses fermentasi [6].

Berdasarkan hasil data lapangan di Kelurahan Mangga Dua, hanya sekitar 10 orang masyarakat saja yang masih aktif mengelola pohon aren dan memanfaatkan air nira sebagai bagian dari mata pencaharian. Angka ini menunjukkan betapa rendahnya tingkat pemanfaatan sumber daya lokal, meskipun

keberadaan pohon aren di wilayah tersebut cukup tersedia. Kondisi ini mengindikasikan bahwa masih banyak potensi nira yang belum dimaksimalkan, baik dari segi kuantitas produksi maupun variasi produk olahan. Rendahnya minat masyarakat dalam mengelola nira dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti keterbatasan pengetahuan tentang teknologi pengolahan, kurangnya keterampilan dalam memproduksi olahan bernilai jual tinggi, minimnya akses pasar, serta adanya pandangan negatif bahwa pengelolaan nira hanya menghasilkan minuman memabukkan. Di antara sedikit warga yang masih bertahan mengelola nira di Kelurahan Mangga Dua, terdapat seorang penyadap berusia sekitar 67 tahun yang sudah cukup dikenal di lingkungan setempat, yaitu Pak Laraha. Setiap hari Pak Laraha berangkat menuju kebun tempat pohon- pohon aren tumbuh. Dengan alat sederhana, ia memanjat batang pohon yang tinggi untuk menampung tetesan air nira segar dari mayang pohon aren. Aktivitas ini sudah menjadi rutinitas harian yang tidak pernah ia tinggalkan, meskipun usianya kini sudah tidak lagi muda.

Air nira yang berhasil dikumpulkan biasanya langsung dijual dalam keadaan segar. Harga jualnya relatif murah, karena tidak melalui proses pengolahan lebih lanjut ataupun dikemas dengan cara yang lebih modern. Dalam sehari, hasil sadapan Pak Laraha dapat mencapai beberapa liter, tetapi nilai jualnya tidak sebanding dengan tenaga dan risiko yang ia hadapi setiap kali memanjat pohon aren. Sebagian kecil nira memang sempat ia olah menjadi gula merah, namun cara pengolahan yang masih tradisional membuat hasil produksinya terbatas, baik dari segi jumlah maupun kualitas. Selain keterbatasan tenaga karena faktor usia, tantangan lain yang dihadapi Pak Laraha adalah minimnya modal dan pengetahuan untuk mengembangkan produk nira menjadi lebih bernilai. Selama ini, hasil olahan niranya hanya dikemas dengan botol bekas tanpa merek, sehingga terlihat kurang menarik di mata konsumen. Kondisi ini membuat produk sulit bersaing dengan minuman kemasan modern yang hadir dengan tampilan higienis, menarik, dan strategi pemasaran yang lebih baik. Tidak jarang, citra negatif masyarakat yang mengaitkan nira dengan minuman fermentasi tradisional yang memabukkan juga menjadi hambatan tersendiri, karena membuat sebagian orang enggan melihat produk tersebut.

Permasalahan yang dialami oleh Pak Laraha sesungguhnya merupakan cerminan dari kondisi umum masyarakat di Kelurahan Mangga Dua, yaitu minimnya kemampuan dalam mengolah dan memasarkan produk turunan nira secara optimal. Selama ini, produk nira hanya dijual dalam bentuk segar atau diolah menjadi gula merah dengan teknik tradisional yang sangat terbatas. Keterbatasan pengetahuan, modal, serta keterampilan dalam mengemas produk membuat hasil olahan tersebut umumnya hanya dipasarkan menggunakan botol bekas tanpa merek. Kondisi ini bukan hanya menurunkan nilai jual, tetapi juga menempatkan produk nira pada posisi sulit untuk bersaing dengan minuman kemasan modern yang memiliki standar higienitas, tampilan menarik, dan strategi pemasaran yang kuat. Akibatnya, meskipun potensi nira di daerah ini cukup besar, manfaat ekonominya belum mampu dirasakan secara signifikan oleh masyarakat setempat.

Berdasarkan kenyataan tersebut, penelitian ini berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan potensi air nira secara lebih kreatif, modern, dan berkelanjutan. Salah satu langkah strategis yang ditawarkan adalah memberikan identitas atau merek produk, yaitu *Niraga Air Nira Mangga Dua*. Pemberian merek ini bukan sekadar simbol, tetapi merupakan upaya untuk membangun citra positif produk sekaligus membedakannya dari nira tradisional yang selama ini kurang mendapat perhatian. Bersamaan dengan itu, masyarakat juga dibimbing dalam teknik pengemasan yang lebih higienis, menarik, dan sesuai standar pasar, sehingga produk memiliki daya tarik lebih tinggi di mata konsumen.

Selain pengemasan, Pengabdian ini juga menekankan pentingnya strategi pemasaran modern yang sesuai dengan perkembangan zaman. Masyarakat didorong untuk memanfaatkan media sosial, seperti TikTok, sebagai sarana promosi kreatif yang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas, khususnya generasi muda. Tidak hanya itu, penggunaan platform digital seperti Google Maps juga diajarkan agar lokasi penjualan *Niraga Air Nira Mangga Dua* lebih mudah ditemukan oleh konsumen, sehingga memperluas peluang pasar. Dengan adanya kombinasi inovasi merek, pengemasan, dan pemasaran digital, masyarakat tidak hanya mampu meningkatkan nilai jual produk nira, tetapi juga secara bertahap dapat mengubah persepsi negatif terhadap nira yang selama ini identik dengan minuman memabukkan menjadi produk halal, sehat, dan bernilai ekonomi tinggi. Inovasi-inovasi tersebut diharapkan mampu menjadikan *Niraga Air Nira Mangga Dua* sebagai salah satu komoditas unggulan lokal yang berdaya saing, mampu bertahan di tengah gempuran produk modern, sekaligus memberikan dampak nyata bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, pengelolaan nira tidak lagi hanya menjadi pekerjaan tradisional yang dikerjakan secara turun-temurun, melainkan berkembang menjadi usaha potensial yang berkelanjutan dan bernilai jual tinggi.

METODE

Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan dalam tiga tahapan yaitu tahap perencanaan kegiatan, tahap sosialisasi, tahap pelatihan dan evaluasi.

1. Tahap Perencanaan

Agar program ini berjalan secara maksimal, maka diperlukan perencanaan secara tepat, diantaranya yaitu:

- a) Mengamati pentingnya mengadakan program untuk meningkatkan nilai tambah produk air nira aren menjadi minuman bernilai ekonomis
- b) Melakukan survey ke lokasi mitra sekaligus meminta ijin kepada supplier untuk melaksanakan kegoatan pengabdian kepada masyarakat di desa gelangsar
- c) Menyusun waktu dan merencanakan tempat pelaksanaan kegiatan dengan mitra.

2. Tahap sosialisasi

Kegiatan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam 5 tahapan yaitu penyuluhan:

- a) Sosialisasi kegiatan pembuatan minuman air nira kemasan
- b) Pelatihan pembuatan minuman kemasan dari air nira

Alat: botol kemasan 150 mL, Air nira yang telah melalui proses penyadapan, kain saring.

3. Pendampingan

Metode pendampingan digunakan untuk produksi olahan nira dan pengemasan produk dan juga pemasaran diplatform digital. Metode ini juga digunakan untuk memfasiliasi petani air nira dengan LPM kelurahan mangga dua.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

a) Tahap perencanaan kegiatan

Tahap ini dilakukan survey dan analisi situasi serta permasalahan yang ada. Hasil kegiatan ini yaitu berupa anggota kelompok masih kurang dalam pengolahan air nira dan pemasaran dalam platform digital dan penentuan jadwal sosialisasi serta pendampingan terkait program pengabdian. Kegiatan tersebut dilihat pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Kegiatan survei program UMKM kepada masyarakat

b) Tahap sosialisasi dan pendampingan

Pelatihan pengembangan produk olahan nira di kelurahan Mangga Dua dilaksanakan dengan melibatkan masyarakat secara langsung, termasuk Pak Laraha yang telah lama menjadi pengrajin olahan nira dari pohon enau. Selama ini, Pak Laraha sebenarnya sudah menghasilkan berbagai produk yang berkualitas, mulai dari nira segar, gula aren, hingga minuman tradisional yang memiliki banyak manfaat kesehatan. Namun, tantangan terbesar yang dihadapinya adalah keterbatasan dalam pemasaran dan pengemasan. Produk-produk tersebut selama ini hanya dipasarkan menggunakan botol bekas tanpa label atau merek, sehingga kurang menarik perhatian konsumen dan sering dipersepsikan bernilai rendah meskipun kualitas isi produknya sangat baik.



Gambar 2. (a) proses penyadapan pohon aren (b) proses penyaringan air nira

Pelatihan ini kemudian menjadi sarana penting bagi Pak Laraha dan masyarakat lainnya untuk memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya aspek kemasan dan pemasaran dalam meningkatkan daya saing produk. Peserta diajarkan bagaimana menjaga higienitas nira agar tidak cepat rusak, sekaligus diperkenalkan teknik pengemasan modern dengan botol yang layak pakai, berlabel resmi, dan memiliki identitas merek, yakni Niraga Air Nira Mangga Dua. Kehadiran merek ini bukan hanya menambah nilai estetika produk, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen bahwa produk nira dari Desa Mangga Dua adalah produk yang berkualitas, sehat, dan dapat dipertanggungjawabkan.



Gambar 4. Foto produk minuman Air Nira Aren Yang suda di kemas

Selain itu, peserta pelatihan diperkenalkan dengan strategi pemasaran berbasis teknologi digital. Media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook dimanfaatkan sebagai sarana promosi kreatif, sementara Google Maps digunakan untuk mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi penjualan. Bagi Pak Laraha, hal ini menjadi pengalaman baru yang membuka wawasan bahwa produk tradisional pun bisa dipasarkan dengan cara modern. Dengan pemasaran yang tepat, produk-produk olahan nira yang sudah ia hasilkan sejak lama kini memiliki peluang lebih besar untuk menembus pasar yang lebih luas.



Gambar 5. Proses pemasaran berbasis teknologi digital

Hasil diskusi menunjukkan bahwa permasalahan utama bukan terletak pada kualitas produk, melainkan pada citra dan strategi pemasaran. Melalui pelatihan ini, masyarakat mulai mengubah pola pikir bahwa pengemasan dan promosi adalah aspek penting yang tidak bisa diabaikan. Produk nira yang selama ini hanya dianggap sebagai minuman tradisional sederhana ternyata dapat ditransformasi menjadi minuman herbal sehat, gula aren bernilai tinggi, dan bahkan produk unggulan desa apabila dikemas dan dipasarkan secara profesional.

Dengan adanya Niraga Air Nira Mangga Dua, diharapkan Pak Laraha dan warga lainnya dapat lebih percaya diri dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Selain meningkatkan pendapatan keluarga, hal ini juga dapat memperkuat perekonomian desa serta menjadikan Desa Mangga Dua sebagai contoh keberhasilan pemberdayaan masyarakat melalui inovasi sederhana yang berfokus pada pengemasan dan pemasaran produk.

KESIMPULAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa selalu menjadi isu penting dalam pembangunan daerah di Indonesia, karena sebagian besar masyarakat masih menggantungkan hidup pada potensi sumber daya lokal. Salah satu tantangan yang sering muncul adalah bagaimana mengoptimalkan hasil alam agar tidak hanya bernilai konsumsi, tetapi juga memiliki daya saing ekonomi yang tinggi melalui inovasi pengolahan, pengemasan, dan pemasaran. Hal ini menjadi semakin relevan di era modern, ketika konsumen menuntut produk yang higienis, memiliki identitas merek, dan dapat dijangkau dengan mudah melalui teknologi digital.

Dalam konteks tersebut, pelatihan pengembangan produk olahan nira di Kelurahan Mangga Dua memberikan kontribusi nyata. Melalui kegiatan ini, masyarakat – khususnya Pak Laraha yang selama ini telah memproduksi berbagai olahan dari pohon enau seperti gula

aren, minuman herbal, hingga air nira segar – mendapat pendampingan untuk meningkatkan nilai jual produk yang sebelumnya hanya dipasarkan secara sederhana tanpa merek dan kemasan yang layak. Program ini memperkenalkan pengemasan modern, penggunaan label resmi dengan identitas merek *Niraga Air Nira Mangga Dua*, serta strategi pemasaran berbasis digital melalui media sosial dan pemetaan lokasi penjualan. Kebaruan dari kegiatan ini tidak hanya pada aspek teknis pengolahan, tetapi juga pada perubahan paradigma masyarakat tentang bagaimana potensi lokal dapat ditransformasi menjadi produk yang kompetitif. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kualitas dan citra produk nira, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru, menumbuhkan kemandirian usaha, serta menjadi model pemberdayaan masyarakat desa yang berkelanjutan dan dapat direplikasi di wilayah lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh masyarakat Desa Mangga Dua yang telah mendukung jalannya kegiatan, khususnya kepada Bapak Laraha yang menjadi mitra utama dalam pengembangan produk olahan nira. Apresiasi juga diberikan kepada aparat desa serta semua pihak yang telah membantu sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. R. Daulay *et al.*, "Mendorong Sustainable Development Menuju Kesejahteraan Rakyat Indonesia," *Reserchgate J.*, vol. 7, no. 1, pp. 12–27, 2020.
- [2] P. Nata *et al.*, "Pembuatan Nata Dari Air Nira (Nata de Pinnata) Sebagai Produk Sehat Bernilai Ekonomi Tinggi," *J. Wicara Desa*, vol. 3, pp. 51–56, 2025.
- [3] Mustaqimah and K. Suhud, "Potensi dan Produktivitas Air Nira , Kolang Kaling dalam Pengembangan Ekonomi Masyarakat di Gampong Riting Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar," *J. Pengabd. Pembang. Pertan. dan Lingkung.*, vol. 1, no. 1, pp. 54–62, 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.lkppl.org/index.php/jp3l/article/view/13%0Ahttps://jurnal.lkppl.org/index.php/jp3l/article/download/13/12>
- [4] A. Sapitri, Z. NST, E. D. Marbun, and S. Maimunah, "Pemanfaatan Air Nira Dalam Industri Menjadi Produk Nata Di Lkp Memo," *J. Abdimas Mutiara*, vol. 2, no. September, pp. 131–140, 2021.
- [5] S. M. Leni Sri Mulyani, Yuli Sumiati, "Kualitas Nata De Nira (Arenga pinnata) Melalui Lamanya Fermentasi," *J. Life Sci.*, vol. 4, no. 1, pp. 37–48, 2003.
- [6] R. S. Sahrnun Nebansi, Sulsalman Moita, "Kontribusi Hasil Usaha Pengolahan Nira Terhadap Kebutuhan Ekonomi Keluarga," *Soc. J. Pemikir. dan Penelit. Sociol.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–50, 2024, doi: 10.52423/societal.v2i1.8.