

SOSIALISASI DAN PELATIHAN PEMASARAN PRODUK KERAJINAN LIMBAH JERAMI PADI MELALUI E-COMMERCE DAN SOSIAL MEDIA

Yusnia Sinambela¹, Efrizal Siregar², Juwairiah³

^{1,2,3}) Program Studi Teknik Grafika, Politeknik Negeri Media Kreatif

e-mail: belasinambela@gmail.com

Abstrak

Kegiatan masyarakat di Desa Percut Dusun XI pada umumnya adalah sebagai petani. Luasnya lahan pertanian berupa sawah menjadikan padi merupakan komoditas utama di Desa Percut. Proses panen padi rata-rata 2-3 kali dalam setahun. Berdasarkan hasil survey memperlihatkan banyaknya tumpukan jerami di area persawahan. Sebagian besar petani memanfaatkan jerami sebagai pakan ternak, atap kandang, dibakar, dibiarkan membusuk dan sebahagian diolah menjadi barang unik bahan dasar jerami. Kelompok ibu-ibu rumah tangga Dusun XI memiliki tingkat kreativitas yang tinggi khususnya mengolah produk dari jerami. Kelompok ibu-ibu rumah tangga mengolah jerami menjadi barang unik masih hanya sekedar hiasan dan keperluan sehari-hari. Pengetahuan masyarakat terhadap pentingnya memasarkan produk dari jerami sangat minim karena menganggap produk kerajinan dari jerami padi tidak memiliki nilai jual. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berupa sosialisasi dan pelatihan pemasaran produk kerajinan limbah jerami padi melalui *e-commerce* dan social media. Pentingnya kegiatan ini memberi pengetahuan tentang proses pemasaran produk kerajinan jerami, yang dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat.

Kata Kunci: Jerami, Sosialisasi, Pelatihan, Pemasaran

Abstract

In general, community activities in Percut Village, Dusun XI, are as farmers. The extent of agricultural land in the form of rice fields makes rice the main commodity in Percut Village. The process of harvesting rice on average 2-3 times a year. Based on the survey results, it shows the number of haystacks in the rice fields. Most farmers use straw as animal feed, roofing stables, burning it, letting it rot and some of it is processed into unique items made from straw. The group of housewives in Dusun XI has a high level of creativity, especially in processing straw products. Groups of housewives process straw into unique items that are still just for decoration and daily needs. Public knowledge of the importance of marketing straw products is minimal because they think that handicraft products made from rice straw have no selling value. This Community Service activity is in the form of outreach and marketing training for rice straw waste craft products through e-commerce and social media. The importance of this activity is to provide knowledge about the process of marketing straw handicraft products, which can increase people's economic income

Keywords: Straw, Outreach, Training, Marketing

PENDAHULUAN

Desa Percut merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Percut Sei Tuan yang terdiri dari sembilan belas dusun. Masyarakat mayoritas bekerja sebagai petani dan padi merupakan komoditas utama di desa ini. Panen padi di Desa Percut rata-rata 2-3 kali dalam setahun. Luasnya lahan sawah dan proses panen yang terus setiap tahunnya mengakibatkan banyaknya tumpukan batang padi (jerami) disekitar persawahan. Jerami tersebut umumnya tidak dipergunakan setelah panen, maka dianggap sebagai limbah alam / limbah pertanian karena tidak memiliki nilai jual maupun hanya sedikit nilai jual saja. Dengan analisis kondisi ini, perlu dilakukan pemanfaatan jerami agar menghasilkan nilai tambah dan nilai jual. Jerami apabila dimanfaatkan, kemungkinan dapat memiliki nilai jual, sekaligus nilai seni. Produk kerajinan dari jerami masih tergolong langka, sehingga sangat berpotensi untuk dapat dikembangkan (Rhofita & Chana AW, 2019).

Desa Percut Dusun XI sudah melakukan pengelolaan barang dari jerami menjadi beberapa produk yaitu tas, tempat telur, tempat pensil, tatakan gelas, dan lain sebagainya. Tetapi hasil kerajinan tersebut masih hanya sebatas digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, hiasan rumah dan belum adanya proses penjualan terhadap produk-produk kerajinan yang sudah mereka buat khususnya ibu-ibu rumah

tangga. Melalui diskusi kepada kepada dusun permasalahan mitra adalah keterbatasan pengetahuan masyarakat untuk mempromosikan dan memasarkan hasil produk mereka ke masyarakat luas.

Pengabdian dilakukan oleh Yusnia, dkk berupa pelatihan pembuatan produk jerami menjadi barang unit dan bernilai seni menyimpulkan bahwa peserta pengabdian membuat barang dari jerami seperti tas, tempat tissue, keranjang, tempat telur, tatakan gelas dan lain sebagainya (Sinambela, 2022). Solusi yang ditawarkan memberikan pelatihan dan sosialisai pemanfaatan Jerami menjadi barang unit dan bernilai seni yang akan membuka peluang pekerjaan bagi usia produktif yang belum bekerja. Berdasarkan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Durotul, dkk kepada ibu-ibu PKK menyimpulkan bahwa upaya untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan ibu-ibu PKK tersebut, melalui pelatihan pembuatan hantaran yang unik, estetik dan eksotik berbasis limbah padi atau jerami (Yatimah et al., 2021). Pengabdian oleh Novia, dkk menyimpulkan bahwa Eksplorasi bahan-bahan alami untuk diolah menjadi kertas salah satunya adalah dengan pemanfaatan limbah jerami (Kartikasari, 2022).

Tujuan dari pengabdian ini adalah memberi pengetahuan kepada peserta tentang proses pemasaran produk dari bahan jerami dengan e-commerce dan social media.

METODE

Metode yang digunakan dalam menyelesaikan masalah mitra adalah

- a) Persiapan pelaksanaan kegiatan
Persiapan berupa penentuan tempat kegiatan, narasumber dan waktu kegiatan serta mempersiapkan peralatan penunjang pelaksanaan kegiatan.
- b) Sosialisasi
Sosialisasi dengan judul Pemasaran Produk Kerajinan Jerami oleh narasumber bidang pemasaran. Tema dari sosialisasi adalah Pemasaran Produk Kerajinan Jerami melalui *E-Commerce* dan social media.
Tujuan
 1. Peserta mengerti dan mengetahui strategi pemasaran
 2. Peserta mengerti dan memahami pemasaran dengan *e-commerce* dan social media
 3. Menumbuhkan jiwa wirausaha dibidang kerajinan jerami.
- c) Pelatihan *e-commerce* dan social media
Setelah dilakukan sosialisasi dan pemaparan terkait tentang pemasaran produk kerajinan jerami. Tim pengabdian melakukan pelatihan *e-commerce* dan social media kepada seluruh peserta yang hadir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi dilakukan agar produk kerajinan jerami bisa dipasarkan dan desa percut diharapkan dapat menjadi pusat penjualan kerajinan dari bahan dasar jerami. Dalam pelaksanaan sosialisasi ini ada beberapa metode yang dilakukan agar sosialisasi dapat berjalan dengan baik dan pemantauan pemahaman peserta terhadap proses pemasaran yaitu metode diskusi, tanya jawab dan sharing session. Melalui kegiatan sosialisasi ini peserta semakin termotivasi mengolah jerami dan tidak membuang jerami tetapi memanfaatkan limbah jerami sampai memasarkan dan menambah pendapatan.



Gambar 1. Produk Hiasan Pintu bahan Jerami

Produk Kerajinan pada Gambar 1 yaitu hiasan pintu, ibu-ibu rumah tangga memajang di rumah dan tidak dijual. Sosialisasi tentang pemasaran dapat memberikan motivasi ibu-ibu rumah tangga agar menjual produknya dengan menggunakan e-commerce dan social media. Setelah selesai sosialisasi dan pemaparan tentang pemasaran. Maka peserta diarahkan untuk memperhatikan dan mempraktekkan pemasaran produk dengan e-commerce dan social media masing-masing peserta. Materi dasar konsep e-commerce dan social media yang diberikan adalah pengertian dan hakekat melakukan pemasaran penjualan melalui internet seperti Tokopedia, Shopee, Lazada.

Proses monitoring dilakukan dengan melakukan wawancara ke tempat pelaksanaan kegiatan. Tim Pengabdian melakukan wawancara kepada perwakilan dari peserta pelatihan yang hadir yaitu ibu Dewi. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, ibu-ibu peserta pelatihan sudah mulai mengembangkan barang unik dari jerami, dan mulai memberanikan diri untuk memasarkan produknya. Evaluasi dilakukan pada saat pelaksanaan pengabdian. Berdasarkan kuesioner yang diberikan disimpulkan bahwa peserta mendapatkan ilmu baru dalam pemanfaatan jerami dan mendorong minat dalam mengembangkan bisnis hasil seni jerami melalui media sosial.



Gambar 2. Proses Monitoring

SIMPULAN

Kontribusi mendasar pada khalayak sasaran adalah Masyarakat desa Percut mendapatkan pengetahuan dan pengalaman dalam memasarkan produk kerajinan bahan Jerami. Sosialisasi memberikan pengetahuan kepada masyarakat desa Percut untuk mempromosikan dan memasarkan hasil produk mereka ke masyarakat luas. Mengurangi jumlah pengangguran dan memanfaatkan ibu-ibu rumah tangga muda di desa Percut dan meningkatkan pembangunan desa melalui pengolahan Jerami.

SARAN

Produk kerajinan jerami bisa dipasarkan dan desa percut diharapkan dapat menjadi pusat penjualan kerajinan dari bahan dasar jerami

DAFTAR PUSTAKA

- Kartikasari, N. N. (2022). Pelatihan Pengolahan Limbah Jerami Menjadi Kertas Seni Di Desa Sidowayah, Klaten. *Jurnal Pengabdian Seni*, 3(1), 46–55. <https://doi.org/10.24821/jps.v3i1.6042>
- Rhofita, E. I., & Chana AW, L. (2019). Pemanfaatan Limbah Jerami Padi Di Desa Garon Kecamatan Balerejo, Kabupaten Madiun. *JIPEMAS: Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 120. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v2i2.2915>
- Sinambela, Y. (2022). JERAMI MENJADI BARANG UNIK DAN BERNILAI SENI DI DESA. *Senpedia*, 12–16.
- Yatimah, D., Sari, E., Irvansyah, A., & Solihin. (2021). Pelatihan Keterampilan Limpad Menjadi Hantaran Pengantin Untuk Meningkatkan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Di Sukabumi. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2021, 490–497.