

Pemberdayaan Masyarakat Desa Sucopangepok Kabupaten Jember Melalui Pengembangan dan Pemasaran Produk Sedotan Bambu

Nita Kuswardhani¹, Haidar Ali², Syafiya Zata Yumni³, Supratiana Rahayu⁴, Bima Arya Nugraha⁵, Khosyi Larasati R.⁶, Abdillah Faqih A.⁷, Luthfi Afrilia Khumairoh⁸, Enggar Lantang Mahendra⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,9}Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Jember

⁸Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Jember

Email: nita.ftp@unej.ac.id

ABSTRACT: *The “Hibah Mahasiswa Berdesa” Program (Promahadesa) is conducted in Sucopangepok Village, Jelbuk District, Jember Regency, which has potential of bamboo. Based on observation results, the use of bamboo as a potential for maked bamboo straws hasn't been utilized optimally. There is a main problem, that is the ability to market products and expand information is limited. In addition, the marketing area for bamboo straws isn't wide enough. Through the “Hibah Mahasiswa Berdesa” program (Promahadesa) will be assisted in optimize the marketing of bamboo straws and improve the marketing system. This activity realized use of technology web communication and digital marketing to improve product visualization. The implementation stage with socialization regard the application of digital marketing, marketplace to the practice of its use. The expected results after the training indicate an expanded customer accept of bamboo straws. So, optimal development and marketing of bamboo straws can improve the community's economy.*

Keywords : *Bamboo, Marketing, Product, Straws Bamboo, Digital Marketing*

Pendahuluan

Pemanasan global, perubahan iklim, dan masalah lingkungan semakin menjadi perhatian utama di seluruh dunia. Salah satu perubahan yang paling mencolok adalah masalah limbah plastik yang merusak lingkungan dan ekosistem laut kita. Plastik, khususnya sedotan plastik, telah menjadi salah satu penyumbang terbesar terhadap polusi plastik di dunia.

Dalam upaya mengurangi dampak negatif ini, masyarakat global mulai mencari alternatif yang lebih ramah lingkungan untuk produk-produk plastik yang umum digunakan sehari-hari. Salah satu alternatif yang semakin populer adalah sedotan bambu. Sedotan bambu adalah produk alami yang ramah lingkungan, tahan lama, dan

dapat digunakan berulang kali tanpa merusak lingkungan.

Desa Sucopangepok merupakan salah satu desa di Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember yang terletak di hulu Sungai Bedadung. Desa ini sebagian besar masyarakatnya bekerja sebagai petani, buruh dan peternakan. Daerah Aliran Sungai Bedadung di Desa Sucopangepok banyak ditumbuhi bambu dan belum dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat setempat. Masyarakat sekitar belum menyadari potensi bambu untuk dijadikan kerajinan tangan atau peralatan makan. Solusi peningkatan perekonomian masyarakat dapat diatasi dengan mengembangkan potensi yang ada di Desa Sucopangepok yaitu melimpahnya sumber bambu yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku pembuatan bambu sedotan.

Pembuatan sedotan bambu merupakan inovasi baru yang perlu untuk dilanjutkan karena produk bersifat ramah lingkungan. Dengan demikian, sedotan bambu yang diproduksi oleh masyarakat Desa Sucopangepok memiliki potensi yang tinggi untuk dipasarkan.

Sedotan bambu yang sebelumnya telah diproduksi oleh tim pengabdian dan sekelompok masyarakat masih memiliki kendala pada produk sedotan bambu, dimana tim pengabdian dan sekelompok masyarakat belum mampu memaksimalkan penjualan produk sedotan bambu tersebut. Keterbatasan pengetahuan teknologi dan media pemasaran menyebabkan tidak adanya media promosi untuk mengenalkan produk serta wilayah dalam mendistribusikan produk masih sempit sehingga diperlukan pengembangan terkait wilayah pemasaran. Selain itu, sedotan yang akan dipasarkan hanya diberi kemasan plastik sederhana karena kurangnya pengetahuan mitra mengenai desain kemasan produk sebagai strategi yang penting dalam pemasaran. Hambatan lainnya karena masyarakat sekitar belum menguasai dan kurang terbiasa dengan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran dan promosi suatu produk.

Dalam mempromosikan suatu produk sebaiknya didukung dengan kemasan yang menarik agar dapat lebih menumbuhkan minat beli oleh konsumen¹. Kualitas

¹ Ekasari, N. et al. (2019). Implementasi digital marketing dan inovasi kemasan kue bengen produk

kemasan juga dapat mempengaruhi harga jual produk agar dapat menembus pasar menengah ke atas.² Mengingat sedotan bambu memiliki nilai fungsional dan peluang yang tinggi untuk dikembangkan, maka perlu adanya perbaikan terhadap sistem pemasaran produk untuk memperluas wilayah pemasaran.

Melalui hibah program mahasiswa berdesa, mahasiswa membentuk kelompok sebagai tim pengabdian dalam membantu masyarakat memperbaiki sistem pemasaran serta branding terhadap produk sedotan bambu. Diharapkan program ini dapat membantu dalam mensejahterakan masyarakat Desa Sucopangepok. Tujuan dari dilaksanakan program pengabdian ini yaitu mengembangkan dan menciptakan pasar penjualan sedotan bambu sebagai produk *home industry* ramah lingkungan yang bernilai ekonomis.

Metode

1. Waktu dan Tempat Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada bulan Juni sampai September 2023 di salah satu rumah mitra tujuan yakni rumah bapak Zaenollah selaku koordinator Pemuda Desa Sucopangepok, Kecamatan Jelbuk, Kabupaten Jember.

2. Metode dan Rancangan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat meliputi :

- a. Tahap pertama yakni *Focus Group Discussion* (FGD) tentang program kegiatan, *re-branding* kemasan dan pemasaran produk (online dan *offline*).
- b. Tahap kedua yakni perancangan kemasan sedotan bambu untuk proses *re-branding*. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan visualisasi dari

kuliner khas Jambi. Jurnal Inovasi, Teknologi dan Dharma Bagi Masyarakat, 1(1), 37-42.

² Purnavita, S. et al. (2018). Kemasan menarik dan internet marketing untuk meningkatkan nilai jual emping Garut sebagai produk unggulan Kabupaten Sragen. E-DIMAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 9(1), 88-97.

- kemasan maupun produk yang di buat. Pada kegiatan ini, has rancangan kemudian di uji coba (*trial*) untuk menentukan jenis kemasan yang sesuai.
- c. Tahap ketiga yaitu Perancangan *E-commerce* dan Pemasaran Sedotan Bambu. Pembuatan *e-commerce* dilakukan sebagai bentuk pengaplikasian teknologi digital. Selain itu, pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang mampu meningkatkan target jangkauan pemasaran.
 - d. Tahap keempat yaitu sosialisasi kemasan dan pemasaran. Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan pengenalan atau edukasi terkait kemasan dan pemanfaatan teknologi digital berupa *e-commerce*. Untuk capaian keberhasilan kegiatan dilakukan dengan evaluasi menggunakan pengisian kuisisioner.
3. Pengambilan Sampel
- Peserta pelatihan sebanyak 20 orang warga Desa Sucopangepok yang terlibat dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Promahadesa di Desa Sucopangepok dilaksanakan melalui beberapa agenda dengan sasaran kelompok pengrajin sedotan bambu sebagai mitra dan sejumlah masyarakat sekitar. Untuk mencapai keberhasilan program, tim Promahadesa Desa Sucopangepok melakukan pendekatan melalui diskusi, edukasi, serta pendampingan program. Program yang telah dirancang di awal berhasil terselesaikan dari bulan Juni hingga September 2023. Berikut merupakan kegiatan Promahadesa di Desa Sucopangepok.

a. *Focus Group Discussion* (FGD)

Focus Group Discussion (FGD) merupakan suatu kegiatan diskusi dari beberapa orang untuk mengumpulkan data kualitatif yang mendalam mengenai suatu topik tertentu atau isu sosial.³

³ Sugarda, Y. B. (2020). Panduan Praktis Pelaksanaan Focus Group Discussion sebagai Metode Riset Kualitatif. Gramedia Pustaka Utama. Suriani, E. (2017). Bambu sebagai alternatif penerapan material ekologis: potensi dan tantangannya. EMARA Indonesian Journal of Architecture. 3(1):



Gambar 1. Pelaksanaan FGD (Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2023)

Pada kegiatan ini dilakukan diskusi dengan sifat kekeluargaan sehingga dapat mempererat hubungan mahasiswa dengan masyarakat desa atau mitra. Selain itu, mahasiswa dan masyarakat desa juga dapat saling bertukar ilmu dan pendapat, memberi saran, dan tanggapan sosial lainnya yang dapat meningkatkan kemampuan dan pengalaman masyarakat desa maupun mahasiswa dalam hal berkomunikasi dan keterampilan untuk kegiatan yang akan dilaksanakan.⁴

b. Perancangan Kemasan Sedotan Bambu

Tahap awal yang dilakukan dengan melakukan *re-desain* kemasan yang sebelumnya. Tujuan kegiatan tersebut untuk menambah visualisasi dari kemasan. Perubahan kemasan dengan menambahkan label dan informasi pada kemasan serta jenis bahan kemasan. Tahap selanjutnya dilakukan *trial*, kegiatan ini dilakukan untuk memastikan agar kemasan sedotan bambu yang akan digunakan merupakan kemasan terbaik dan yang paling sesuai. Jenis kemasan yang digunakan berupa *box* dengan bahan kertas ramah lingkungan. *Packaging* dan *labelling* merupakan komponen penting dalam pemasaran suatu produk karena

33-42.

⁴ Waluyati, M. (2020). Penerapan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk Meningkatkan Kemampuan Memanfaatkan Lingkungan Sebagai Sumber Belajar. *Jurnal Edutech Undiksha*. 8(1): 80-91.

pandangan pertama konsumen akan menentukan produk yang dipilih. Sedotan bambu juga akan memiliki nilai tambah jika dikemas dengan menarik.⁵ Untuk saat ini, banyak masyarakat memiliki kesadaran akan cinta lingkungan.⁶ Namun, dorongan dan fasilitas yang mendukung juga diperlukan untuk menciptakan sikap ramah lingkungan.

Sebelumnya, mitra mengemas sedotan bambu menggunakan kemasan plastik. Akan tetapi, kemasan tersebut kurang direkomendasikan karena tidak sejalan dengan program yang dijalankan yang memiliki konsep ramah lingkungan. Dengan demikian, tim Promahadesa Desa Sucopangepok melakukan inovasi penggunaan kemasan berbahan kertas. Dibandingkan dengan plastik, kemasan berbahan kertas akan lebih mudah terurai ketika sudah tak terpakai lagi.⁷ Kemasan sedotan bambu berbahan kertas dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 2. Inovasi Kemasan Sedotan Bambu
(Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2023)**

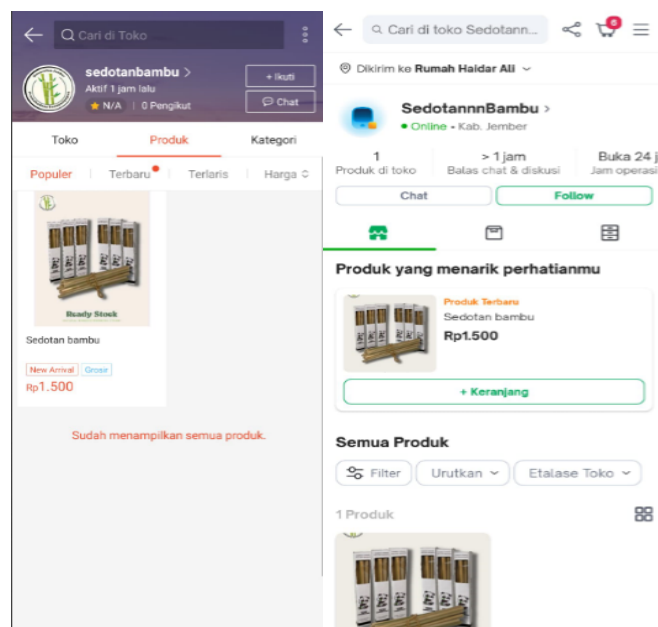
⁵ Purnavita, S. et al. (2018). Kemasan menarik dan internet marketing untuk meningkatkan nilai jual emping Garut sebagai produk unggulan Kabupaten Sragen. *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), 88-97.

⁶ Safitri, M. D., & Fauzia, A. (2020). Sosialisasi Pengurangan Penggunaan Sedotan Plastik di Lingkungan Sekolah dan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat MIPA dan Pendidikan MIPA*. 4(2): 122-130

⁷ Rustiarini, N. W., Anggraini, N. P. N., & Satwam, I. K. S. B. (2021). Perancangan kemasan dupa yang ekonomis dan ramah lingkungan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*. 5(4): 1808-1817.

c. Perancangan *e-commerce* dan pemasaran sedotan bambu

Pembuatan *e-commerce* dilakukan sebagai bentuk penerapan teknologi informasi dan teknologi digital. Pemanfaatan *e-commerce* sudah teruji untuk mempromosikan produk barang ataupun jasa.⁸ Memasuki era industri 4.0 tren bisnis tidak dapat dipisahkan dengan *online* atau internet. Melalui *e-commerce* pelaku usaha dapat menjual produk kepada konsumen secara online. Selain itu, target pasar yang dijangkau juga lebih luas.



(a)

(b)

Gambar 3. Pemasaran melalui Shopee (a), Pemasaran melalui Tokopedia (b) (Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2023)

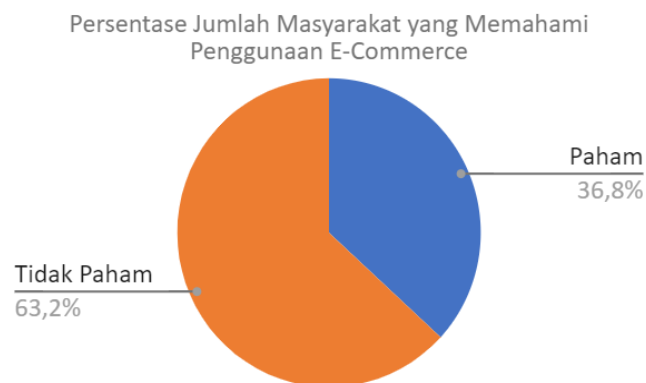
Dalam kegiatan pengabdian ini, *e-commerce* yang dipilih yaitu berupa *marketplace* shopee dan tokopedia serta aplikasi Instagram sebagai media pemasaran dan promosi produk. Aplikasi tersebut masih dasar dan dirasa mudah untuk digunakan.

⁸ Arifianto, E. Y., & Coiri, M. (2018). Pemanfaatan e-Commerce dalam pembelajaran manajemen usaha kecil Dan menengah. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 77-85

Selain itu juga sedang tren dikalangan masyarakat, sehingga memudahkan masyarakat baik sebagai pembeli maupun penjual. Shopee sebagai salah satu marketplace dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Hal ini dapat dijadikan sebagai peluang untuk memperluas jangkauan pasar. Selain akun *e-commerce*, tampilan yang menarik juga sebagai penunjang untuk meningkatkan daya tarik pelanggan dan omset penjualan.⁹

d. Sosialisasi Inovasi Kemasan dan Pemasaran Produk

Kegiatan sosialisasi dilakukan sebanyak dua kali. Sosialisasi pertama dilakukan dengan memperkenalkan inovasi kemasan dan pentingnya kemasan dalam sebuah produk. Pada kegiatan ini peserta mendapatkan informasi terkait bagaimana pentingnya kemasan untuk pemasaran produk. Peserta juga mencoba untuk mengaplikasikan kemasan yang digunakan sebagai penunjang produk. Langkah demi langkah diikuti dengan antusias oleh peserta yang hadir dalam kegiatan ini. Evaluasi kegiatan untuk mengetahui tanggapan peserta mengenai kegiatan ini dilakukan dengan pengisian kuesioner. Perbandingan jumlah masyarakat yang memahami penggunaan *e-commerce* dapat dilihat pada Gambar 4. sebagai berikut.



Gambar 4. Perbandingan jumlah masyarakat yang memahami penggunaan e-

⁹ Al Rosjidi, A., Asiyah, M., Nurfauziya, A., Riantika, R. L., Ardiami, K. P., Dewi, H. R., ... & Azizah, F. (2021). Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Instagram dan Shopee untuk Pemasaran Produk Olahan Salak. *Rahmatan Lil'Alamin Journal of Community Services*, 41-47.

commerce (Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2023)

Berdasarkan pendataan yang dilakukan melalui kuesioner didapatkan hasil bahwa seluruh masyarakat memahami materi sosialisasi yang telah disampaikan, berminat untuk mengembangkan sedotan bambu sehingga dapat meningkatkan ekonomi, serta kurang paham mengenai penggunaan dan pemasaran produk melalui *e-commerce*. Dengan demikian, kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh tim Promahadesa relevan dengan keadaan masyarakat serta dapat membantu pengembangan sedotan bambu. Dokumentasi kegiatan sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Kegiatan Sosialisasi Kepada Masyarakat (Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2023)

Sosialisasi kedua dilakukan dengan sosialisasi pemasaran dan penggunaan *marketplace*. *E-commerce* yang sudah dibuat oleh tim promahadesa diserahkan kepada pihak mitra sebagai media promosi dan penjualan produk. Dalam kegiatan ini dilakukan dengan memberikan edukasi terkait cara penggunaan dan memaksimalkan fitur-fitur yang ada dengan harapan mampu membuat engagement dengan calon pembeli. Mengedukasi terkait penggunaan fitur yang memudahkan untuk mendapatkan informasi hingga proses transaksi. Tidak hanya itu, juga dilakukan edukasi terkait pembuatan tampilan konten baik foto maupun video produk yang

menarik untuk meningkatkan daya tarik pelanggan.

Simpulan

Rangkaian kegiatan pengabdian yang dilakukan mendapatkan respon positif oleh masyarakat. Pemasaran sedotan bambu merupakan langkah positif untuk mendukung kesejahteraan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hal ini memerlukan kolaborasi antara pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan masyarakat lokal untuk mencapai tujuan tersebut. Media sosial sebagai alat untuk memasarkan sedotan bambu adalah strategi yang cerdas dan efektif dalam mempromosikan produk tersebut. Kegiatan ini memiliki beberapa manfaat yang signifikan.

Media sosial memungkinkan informasi tentang sedotan bambu untuk mencapai target pasar yang lebih luas dan beragam. Komentar, pertanyaan, dan umpan balik dari masyarakat dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, sehingga menciptakan hubungan yang lebih kuat antara produsen dan konsumen. Keberhasilan pemasaran sedotan bambu di media sosial juga memerlukan strategi yang tepat, konten yang menarik, dan konsistensi dalam berinteraksi dengan audiens. Selain itu, produsen harus tetap mematuhi prinsip-prinsip etika pemasaran yang baik, seperti memberikan informasi yang jujur dan akurat kepada konsumen. Masyarakat mengharapkan keberlanjutan dari kegiatan ini sehingga diperlukan identifikasi pasar untuk mencapai target pasar yang direncanakan. Penggunaan teknologi digital seperti media sosial sebagai media pemasaran dengan jangkauan target pasar yang luas, maka diperlukan konsistensi konten baik foto atau video yang kreatif, inovatif, informatif dan menarik. Hal ini sangat penting karena dapat mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu barang atau produk. Selain itu, diperlukan post foto produk secara berkala dan rutin, membuat *hashtag* pada setiap post untuk mencirikan usaha. Tidak hanya itu, pada kegiatan mendatang diperlukan pendampingan kegiatan dan pelatihan pembukuan keuangan

Ucapan Terimakasih

Terima Kasih kepada pihak LP2M Universitas Jember atas bantuan dana Program Mahasiswa Berdesa (PROMAHADESA) tahun 2023. Terimakasih juga kepada pihak mitra terkait di Desa Sucopangepok Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember.

Daftar Pustaka

- Al Rosjidi, A., Asiyah, M., Nurfauziya, A., Riantika, R. L., Ardiami, K. P., Dewi, H. R., ... & Azizah, F. (2021). Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Instagram dan Shopee untuk Pemasaran Produk Olahan Salak. *Rahmatan Lil'Alamin Journal of Community Services*, 41-47.
- Arifianto, E. Y., & Coiri, M. (2018). Pemanfaatan e-Commerce dalam pembelajaran manajemen usaha kecil Dan menengah. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 77-85.
- Ekasari, N. et al. (2019). Implementasi digital marketing dan inovasi kemasan kue bengen produk kuliner khas Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi dan Dharma Bagi Masyarakat*, 1(1), 37-42.
- Purnavita, S. et al. (2018). Kemasan menarik dan internet marketing untuk meningkatkan nilai jual emping Garut sebagai produk unggulan Kabupaten Sragen. *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), 88-97.
- Rustiarini, N. W., Anggraini, N. P. N., & Satwam, I. K. S. B. (2021). Perancangan kemasan dupa yang ekonomis dan ramah lingkungan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*. 5(4): 1808-1817.
- Safitri, M. D., & Fauzia, A. (2020). Sosialisasi Pengurangan Penggunaan Sedotan Plastik di Lingkungan Sekolah dan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat MIPA dan Pendidikan MIPA*. 4(2): 122-130.
- Sugarda, Y. B. (2020). Panduan Praktis Pelaksanaan Focus Group Discussion sebagai Metode Riset Kualitatif. Gramedia Pustaka Utama.
- Suriani, E. (2017). Bambu sebagai alternatif penerapan material ekologis: potensi dan tantangannya. *EMARA Indonesian Journal of Architecture*. 3(1): 33-42.
- Waluyati, M. (2020). Penerapan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk Meningkatkan Kemampuan Memanfaatkan Lingkungan Sebagai Sumber Belajar. *Jurnal Edutech Undiksha*. 8(1): 80-91.