

**PENDAMPINGAN MARKETING PRODUK KERAJINAN
DARI PELEPAH DAUN SAWIT SEBAGAI SUMBER
EKONOMI BAGI MASYARAKAT DESA PASAR
NGALAM KECAMATAN AIR PERIUKAN
KABUPATEN SELUMA (BENGKULU)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH :

Neri Kurniati
NIM.1711140108

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISL INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BENGKULU
BENGKULU, 2021 M/1442 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Neri Kurniati dengan Judul **“Pendampingan Marketing Produk Kerajinan Daun Sawit Sebagai Sumber Daya Ekonomi Bagi Masyarakat Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma (Bengkulu)”**, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan disepakati sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 21 Juli 2021 M

11 Zulhijah 1442 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Eka Sri Wahyuni, M.M
NIP. 197705092008012014

Yenti Sumarni, M.M
NIP. 197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51171-51172-53879-, Faksimili (0736) 51171-51172

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Pendampingan Marketing Produk Kerajinan dari Pelepah Daun Sawit Sebagai Sumber Ekonomi Bagi Masyarakat Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periuhan Kabupaten Seluma (Bengkulu)”**, ditulis oleh Neri Kurniati, NIM. 4711140108, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 28 Juli 2021 M/ 18 Dzulhijjah 1442 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 03 Agustus 2021 M
24 Dzulhijjah 1442 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Dr. Asnani, MA
NIP. 197304121998032003

Penguji I

Dr. Asnani, MA
NIP. 197304121998032003

Sekretaris

Yenti Sumarni, M.M
NIP. 197904162007012020

Penguji II

Aan Shar, M.M
NIP. 198908062019031008

Mengetahui,
Dekan



Dr. Asnani, MA
NIP. 197304121998032003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Neri Kurniati

NIM : 1711140108

Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah

Dengan ini kami menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Pendampingan Marketing Produk Kerajinan Dari Pelepah Daun Sawit Sebagai Sumber Ekonomi Bagi Masyarakat Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma (Bengkulu)” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan kami tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Didalam Skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah tertulis atau di publikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam laporan kegiatan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini kami buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dari pernyataan ini, kami bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 01 Agustus 2021 M
22 Dzulhijah 1442 H

Yang Menyatakan,



Neri Kurniati
NIM.1711140108

MOTTO

مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَتَمَسَّ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ . رَوَاهُ مُسْلِمٌ

"Barang siapa menempuh satu jalan (cara) untuk mendapatkan ilmu, maka Allah pasti mudahkan baginya jalan menuju surga." (HR. Muslim)

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah : 286)

وَاصْبِرُوا إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

“Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Q.S Al-Anfal : 46)

“ketika kamu sendirian, ingatkan diri bahwa Allah sedang menjauhkan dirimu dari orang-orang , agar hanya ada kamu dan Allah”

-Neri Kurniati

PERSEMBAHAN

Puji syukur pada-mu Ya Allah dan saya persembahkan skripsi ini terutama yang ku sayang dalam hidupku :

1. Kedua orang tuaku, Ayahandaku Sairin dan Ibunda Rupayah yang tersayang, motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mondoakan dan menyanyangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran dengan penuh ketulusan senantiasa menyertai dan mengiringi langkah perjalanan hidupku dengan taburan kasih sayang dan doa yang tiada henti di setiap sujudnya kepadamu ya Allah untuk putri tercintanya.
2. Teruntuk Ketiga ayukku tercinta Alm Yeta Maryati, Rulita Mandasari, Dwi Nurhayani yang selalu mendukung, memotivasi dan mendoakan dalam setiap perjalanan hidupku.
3. Teruntuk kedua adik laki-laki ku tersayang Aldi Nopriansyah Dan Hengky Herlizhen yang selalu setia menjadi pegawai kemanapun aku pergi dan terima kasih pula selalu menjagaku dengan baik.
4. keponakan cik tersayang Anjas indra wahyu, Andri surya dinata, Kevin aryuda, Fera rahma diah, Aulia izzatun nisa, Putri aulia, Reyhan, Miftahur rohman ashopi yang selalu menjadi penyemangatku .

5. Keluarga besar Halipandi, Keluarga besar Rusman, Keluarga besar Kondani, terima kasih untuk doa dan suport yang selalu kalian berikan. Tanpa adanya suport dan doa tulus dari kalian semua gelar ini tidak akan sempurna.
6. Untuk Dosen Pembimbingku Ibu Eka Sri Wahyuni, S.E., MM selaku pembimbing I dan Ibu Yenti Sumarni, M.M selaku pembimbing ke II ku, yang tiada henti membimbing, membantu, memotivasi, serta mendoakan anak bimbingannya dengan penuh keikhlasan dan kasih sayang.
7. Untuk seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
8. Rekan-rekan seperjuangan, Khususnya Perbankan Syariah D Angkatan 2017 yang sudah menjadi bagian dari perjalananku menempah ilmu selama 4 tahun ini. Terima kasih banyak untuk kebersamaan, suka-duka dan canda-tawa yang kita lewati selama ini.
9. Rekan-rekan seperjuangan, Dewan eksekutif mahasiswa(DEMA) Fakultas ekonomi dan bisnis islam (IAIN) Bengkulu yang sudah menjadi bagian dari menempah diri, mengajarkan keberanian, kerja sama yang baik dalam tim, serta selalu bersama-sama dalam keadaan suka mapun duka.
10. Teruntuk Alan Mukti My Special Partner yang

menjadi motivasiku selama masa penulisan tugas akhir ini. Terima kasih untuk segala bentuk support, bantuan dan rasa sabar yang telah diberikan untukku.

11. Buat teman seperjuangan tugas akhirku yang saling membantu dan menyemangati Dedek Sri Ramadhani, Nurrahma Putri, Nurlaila Sari, Endang Mustika, Novera Damaiyanti, Riska Nesitri, Latifatul Qolbi, Freselia Amanda, Fenny Puspa sagita, Rendy Agustian, Deni Iswandi, Rahmad hidayat, Kak Sutrisno, Hendrawan, terima kasih untuk segala bentuk supportnya.
12. Buat anggota PPL ku sewaktu di pegadian Syariah Melsa Dan Maylanda yang menjadi salah satu bagian penting dalam masa mendapatkan gelar sarjana ini.
13. Untuk squad Uncu Leha 2017.
14. Untuk squad KKN-PKP Kelompok 10 Ubi Jalar.
15. Untuk Almamater ku tercinta IAIN Bengkulu
16. Semua pihak yang telah membantu penulisan tugas akhir ini.

ABSTRAK

Pendampingan Marketing Produk Kerajinan dari Pelepah Daun Sawit Sebagai Sumber Ekonomi Bagi Masyarakat

**Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan
Kabupaten Seluma (Bengkulu)**

Oleh: Neri Kurniati, NIM 1711140108

Tujuan penelitian ini adalah untuk membantu masyarakat Desa Pasar Ngalam dalam menetapkan harga produk kerajinan dari pelepah daun sawit, lalu membantu dalam hal strategi promosi produk kerajinan pelepah daun sawit dalam meningkatkan pendapatan masyarakat serta cara mendistribusikan hasil dari produk pelepah daun sawit tersebut. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa pendampingan marketing produk kerajinan dari pelepah daun sawit ini bahwa kompetensi yang harus dimiliki oleh mahasiswa yang melakukan pengabdian ini menguasai tentang bagaimana marketing produk yang handal hingga sampai ke tangan konsumen dengan baik. Penetapan harga adalah penetapan harga jual dengan cara menambah persentase tertentu dari total biaya.

*Kata kunci : Pendampingan marketing, kerajinan pelepah
daun sawit, strategi pemasaran.*

ABSTRACT

Marketing Assistance for Handicraft Products from Palm Leaf Midribs as an Economic Source for the Community
Pasar Ngalam Village, Air Periukan District
Seluma Regency (Bengkulu)
By: Neri Kurniati, NIM 1711140108

The purpose of this study was to help the community of Pasar Ngalam Village in setting the price of palm leaf midrib handicraft products, then assist in terms of promotion strategies for palm leaf midrib handicraft products in increasing community income and how to distribute the results of the palm leaf midrib product. Based on the research and discussion, it can be said that the marketing assistance for handicraft products from palm leaf midribs means that the competencies possessed by students who carry out this service are mastering how to market reliable products into the hands of consumers properly. Pricing determination of selling price by adding a certain percentage of the total cost.

Keywords: Marketing assistance, palm leaf midrib craft, marketing strategy.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah S.W.T. atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyesuaikan pengabdian masyarakat yang berjudul “Pemanfaatan Pelepah Daun Sawit Sebagai Sumber Daya Ekonomi Bagi Masyarakat Di Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma (Bengkulu)”. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran islam sehingga umat islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik dunia maupun di akhirat.

Penyusunan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E) pada program studi Perbankan Syariah, jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan pengabdian masyarakat ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak.

Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H.Sirajuddin M,M. Ag., M. H., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah menyediakan fasilitas guna dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Asnaini, M.A., selaku Dekan fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah banyak memberi bantuan di dalam perkuliahan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini. Ibu Yosy Arisandy, M.M Selaku ketua jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah banyak membantu dalam melancarkan semua urusan perkuliahan penulis selama ini.
3. Ibu Eka Sri Wahyuni, SE., MM selaku pembimbing 1 Ketua jurusan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah banyak membantu dalam melancarkan semua urusan perkuliahan penulis selama ini.

4. Yenti Sumarni, M.M selaku pembimbing 2 ketua jurusan manajemen haji dan umroh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah banyak membantu dalam melancarkan semua urusan perkuliahan penulis selama ini.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (IAIN) Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
6. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (IAIN) Bengkulu.
7. Kedua orang tuaku tercinta ayahanda Sairin Dan ibunda Rupayah yang telah mendidik dan membesarkanku dengan keringat bercucuran serta senantiasa mendoakan suksesanku. Semoga allah membalas segala kebaikan kalian.
8. Civitas Akademik IAIN Bengkulu dan Almamater hijau yang telah menempahku.
9. Semua pihak yang telah membantu penulisan pengabdian masyarakat ini.

Dalam penyusunan pengabdian masyarakat ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepan.

Bengkulu,
Penulis

Neri Kurniati
NIM.1711140108

DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Luaran yang dicapai.....	9

BAB II METODE PELAKSANAAN

A. Tahapan Kegiatan.....	11
1. Pelaksanaan Kegiatan	11
2. Evaluasi Kegiatan	13
B. Jadwal Pelaksanaan	21
C. Biaya Kegiatan	24

BAB III GAMBAR OBJEK PENELITIAN

1. Gambaran Umum Wilayah.....	27
2. Luas Wilayah.....	27
3. Penduduk.....	28
4. Pekerjaan	28

BAB IV HASIL KEGIATAN

A. Pengabdian Kepada Masyarakat	29
B. Pemasaran	31
C. Harga (Price).....	39
D. Promosi (Promotion).....	42
E. Timing Strategi	45
F. Strategi Penetapan Harga	46
G. Hasil Kegiatan.....	51
H. Biaya Penjuala.....	61

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN	62
B. KETERBATASAN	65
C. SARAN	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Roodmap Pengabdian Masyarakat

Tabel 2.1 Luaran Yang Dicapai

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan

Tabel 4.1 Biaya Kegiatan

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. CV Narasumber

Lampiran 2. Undangan

Lampiran 3. Daftar Hadir

Lampiran 4. SK Kepengurusan Pengabdian Masyarakat

Lampiran 5. Foto- foto Kegiatan

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana produsen dan konsumen mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan saling menciptakan sebuah penawaran dan saling bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Dalam proses ini kedua belah pihak saling diuntungkan karena terjadi sebuah kesepakatan. Manajemen pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi, dan distribusi dari produk yang ditawarkan.¹

Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan serta mengenalkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat. Tentu saja dengan menggunakan rencana dan taktik yang matang, serta cara menentukan desain harga hingga menentukan harga promosi yang menarik minat konsumen.² Tentunya dalam menentukan harga jual masyarakat perlu melihat dari besarnya biaya produksi dan biaya non produksi yang telah dikeluarkan dalam proses pembuatan produk kerajinan, jangan sampai masyarakat setempat mengalami kerugian. Maka dari itu, disini kami

¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2019) h.8-10

² M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 5-6.

membantu masyarakat desa pasar ngalam bagaimana strategi pemasaran yang baik agar mereka tidak mengalami kerugian. Tentu saja dengan memperhatikan hasil produk yang baik dan mampu menarik minat konsumen untuk membeli berbagai produk yang ditawarkan.

Harga jual adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh masyarakat dalam proses pembuatan berbagai produk kerajinan pelepah daun sawit ditambah dengan persentase laba yang diinginkan. karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh masyarakat salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual.

Dengan begitu, jumlah penjualan dapat meningkat sesuai yang diharapkan. Tentu saja dengan berbagai cara yang dilakukan, seperti personal selling (penjualan secara langsung dan melalui media sosial, seperti lapak jual beli facebook. Seperti hal nya dalam penjualan melalui media online, kami sudah berusaha menjual berbagai produk kerajinan yang bahan utama nya adalah pelepah batang sawit, dengan harapan bisa membantu masyarakat dalam menjualkan produk yang tidak hanya dikenal oleh masyarakat desa itu saja, namun bagi siapa saja bisa melihat penjualan berbagai produk itu dari mdia sosial mereka masing-masing.

Promosi (*promotion*) adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan; misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha. Promosi berasal dari kata *promote* dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Pengertian tersebut jika dihubungkan dengan bidang penjualan berarti sebagai alat untuk meningkatkan *omzet* penjualan. Jadi, promosi dapat diartikan sebagai suatu upaya atau alat komunikasi untuk memperkenalkan suatu produk dari masyarakat agar dapat dikenal publik dan menarik minat konsumen sehingga mampu meningkatkan penjualan masyarakat setempat. Kami juga memberikan potongan harga bagi produsen yang membeli dengan jumlah banyak. Dengan begitu kerja sama antara konsumen dan produsen ini diharapkan mampu bekerja sama hingga seterusnya.³ Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa saat ini, telah menghasilkan berbagai produk kerajinan, seperti Tirai (Kerai), Piring Ayam Geprek, Vas Bunga dan juga Keranjang Parsel. Tentunya berbagai produk kerajinan ini menghasilkan kualitas yang sangat baik dan dengan harga yang masih terjangkau untuk perjual-belian.

Disini kami juga melakukan *survey* awal kelokasi guna mengetahui tempat mana saja yang akan ditujuh untuk mengajak kerja sama dalam proses jual beli produk kerajinan

³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*, h. 169-170.

yang bahan utamanya adalah pelepah daun sawit. Pertemuan dengan masyarakat dan juga sesama para penjual kerajinan tentu nya dengan melakukan sistem negosiasi harga yang mampu menghasikan profit keuntungan bagi pemasok dan konsumen. Masyarakat Desa Pasar Ngalam kecamatan air periukan kabupaten seluma sebelumnya hanya mampu menjual produk mereka kepada tengkulak yang ada di desa setempat itu saja. Namun sekarang mereka mempunyai tempat untuk memasarkan produk mereka yang ada dikota bengkulu sebagai tempat untuk menjual kan produk mereka, jadi mereka pun bisa menjadi pemasok tetap dengan tokoh yang ada di kota bengkulu dan juga dengan begitu mereka akan mendapatkan profit keuntungan yang lebih besar dari pada mereka hanya menjual kepada para tengkulak saja. Selain itu mereka juga mempunyai akun sendiri sebagai wadah untuk mereka berjualan di media sosial, lapak jual beli Facebook.

Pengabdian masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun termasuk melakukan “Proses *Marketing* kerajinan dari pelepah daun sawit”. Strategi pemasaran sosial merupakan sebuah proses untuk dapat meningkatkan atau mengembangkan usaha yang sedang dikelola oleh masyarakat setempat. Sedangkan strategi pemasaran yang

lakukan oleh mahasiswi yang sedang melakukan pengabdian adalah membantu meningkatkan pendapatan masyarakat dari apa yang mereka dapat kan selama ini.⁴ Itulah mengapa pentingnya melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan melaksanakan program “ *Marketing*” dengan begitu dapat membantu para ibu-ibu dalam mendapatkan pengetahuan yang kemudian dapat diterapkan dimasyarakat setempat sebagai sumber penghasilan ekonomi masyarakat.

Keberadaan sekelompok masyarakat yang belajar membuat berbagai kerajinan hingga ketahap penjualan (*marketing*) dapat membantu masyarakat dalam pengelolaan keuangan yang baik kedepannya. Berdasarkan observasi awal yang sudah dilakukan, pembuatan berbagai produk, seperti tirai (kerai), piring ayam geprek, dan vas bunga. di Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu menjadi wadah yang efektif bagi masyarakat setempat ditambah lagi dengan sumber daya alam yang melimpah.

Berdasarkan hasil wawancara pada salah satu pengrajin pembuatan produk Di Desa Pasar Ngalam kecamatan air periukan kabupaten seluma lebih efektif. Mereka sangat bersemangat dalam memproduksi barang karena barang yang mereka produksi mendatangkan nilai jual yang cukup baik untuk menambah perekonomian masyarakat

⁴ Perbankan syariah 5D, *Manajemen Pemasaran*, (Bengkulu: Fadilah, 2019), h. 19-21.

setempat karena selama ini produk yang mereka buat hanya mereka jual dengan tengkulak (pengepul barang) dengan harga yang pas-pasan akan tetapi sekarang mereka bisa menjualkan produk hasil tangan mereka sendiri kemasyarakat luar atau melalui online, karena kami sebagai mahasiswa yang melakukan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya memberikan arahan dan masukan dalam pembuatan saja namun dalam hal penjualan (*marketing*) juga kami ajarkan agar produk yang mereka buat tidak hanya dikenal dan dilihat oleh masyarakat itu saja namun bisa sampai ke manca negara, yang tujuannya untuk lebih menambah pemasukan masyarakat jika yang membeli tidak hanya dari daerah itu saja.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, penulis merumuskan masalah yaitu “Pemerdayaan masyarakat melalui strategi pemasaran berbagai macam produk dalam meningkatkan profit keuntungan bagi masyarakat setempat” dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Bagaimana menetapkan harga produk kerajinan dari pelepah sawit?
2. Bagaimana strategi promosi produk kerajinan pelepah daun sawit dalam meningkatkan pendapatan masyarakat?

C. Tujuan Dan Sasaran

1. Untuk menambah daya tarik konsumen.
2. Untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pasar Ngalam.

Tabel 1.1 Sasaran Yang Terlibat

No	Sasaran	Jumlah	Alamat
1.	Pengrajin Tirai	25	Desa Pasar Ngalam
2.	Masyarakat Desa Pasar Ngalam	5	Desa Pasar Ngalam
3.	Warga Dusun Lestermen	15	Desa Pasar Ngalam

Tabel 1.2 Masyarakat Yang Terlibat

No	Masyarakat	Jumlah	Alamat
1.	Ibu Kepala Desa	1 Orang	Desa Pasar Ngalam
2.	Perangkat Desa	5 Orang	Desa Pasar Ngalam
3.	Sahabat Alam 007	1 Orang	Bengkulu
4.	Kadus Dusun 1	1 Orang	Desa Pasar Ngalam
5.	Anggota Bumdes	2 Orang	Desa Pasar Ngalam
6.	Ketua LPM	1 Orang	Desa Pasar Ngalam
7.	Tokoh Agama	2 Orang	Desa Pasar Ngalam
8.	Mahasiswa	2 Orang	Bengkulu

	Pengabdian		
--	------------	--	--

Tabel 1.3 Mitra Yang Terlibat

No	Mitra	Jumlah	Alamat
1.	Pemanfaatan Pelepah Daun Sawit : <ul style="list-style-type: none"> • Dosen FEBI IAIN Bengkulu • Bumdes Simpan Pinjam • Pengrajin Serawai • Desa Pasar Ngalam • Dusun Lestermen • Sahabat Alam007 	8 Orang	Bengkulu dan Desa Pasar Ngalam.

D. Luaran yang dicapai

E. No	Uraian	Presentasi
1	Pada kegiatan pemasaran (<i>marketing</i>)tirai(kerai) dapat mengetahui yang akan menjadi tingkat sasaran penjualan produk kerajinan.	90%

2	Pada kegiatan pemasaran (<i>marketing</i>) piring ayam geprek dapat mengetahui yang akan menjadi tingkat sasaran penjualan produk kerajinan.	90%
3	Pada kegiatan pemasaran (<i>marketing</i>) vas bunga dan keranjang parcel dapat mengetahui yang akan menjadi tingkat sasaran penjualan produk kerajinan.	90%

Sumber: data di olah (2021)

BAB II

METODE PELAKSANAAN

A. Tahapan Kegiatan

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat terdiri atas tiga langkah utama, yaitu persiapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi kegiatan.

1. Pelaksanaan kegiatan

Dalam persiapan kegiatan terdapat beberapa tahap yang dilaksanakan, yaitu:

a. Tahap observasi awal

Pada tahapan ini, observasi dilakukan dengan cara mengunjungi langsung lokasi penjualan, bertemu langsung dengan para penjual, baik pusat oleh-oleh bengkulu, lesehan ayam geprek, tokoh pengrajin tirai (kerai) dan masyarakat umu. Pada kesempatan tersebut dilakukan juga wawancara, terutama tentang bagaimana proses penjualan yang ada di lokasi yang sekarang mereka tekuni.

b. Komunikasi dan koordinasi

Salah satu aspek penting dalam kegiatan pengabdian adalah komunikasi dan koordinasi dengan pihak yang terkait dilokasi penjualan yaitu di beberapa tempat penjualan yang akan ditujuh sebagai pusat

pengeksporan produk dari masyarakat Desa Pasar Ngalam. Tanpa koordinasi pelaksanaan kegiatan akan terhambat dan kurang bermakna. Maka, upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan survei terlebih dahulu.

c. Menyusun rencana kegiatan

Tahapan proses perencanaan kegiatan merupakan langkah penting dalam merancang suatu program pengabdian. Setelah mempertimbangkan berbagai hal yang berkaitan dengan topik penjualan kerajinan, dalam tahapan perencanaan ini, ditentukan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Nama kegiatan: Strategi pemasaran (Marketing) kerajinan di wilayah Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma (Bengkulu).
- 2) Alasan dipilihnya kegiatan : Penetapan topik kegiatan antara lain:

Sebagian besar masyarakat Di Desa Pasar Ngalam belum adanya tempat untuk menjualkan produk mereka dikota bengkulu, jadi kami sebagai mahasiwa/i yang melakukan pengabdian mencarikan canel sebagai pusat penjualan mereka yang berada dikota bengkulu. Dan berharap bahwa kerja sama itu akan tetap berjalan dengan baik hingga seterusnya.

- a. Waktu pelaksanaan kegiatan: waktu pelaksanaan kegiatan, pelaksanaan pemasaran produk dilaksanakan pada tanggal 05 Februari 2021 hingga 23 maret 2021 dengan memasarkan berbagai produk, yakni tirai, piring ayam geprek, keranjang parcel, vas bunga. Pemasaran dilakukan pada tempat yang telah disurvei terlebih dahulu sebelumnya.
- b. Pelaksanaan kegiatan
Pelaksanaan kegiatan mengacu pada rencana yang telah dirancang dan tertuang dalam jadwal kegiatan, dengan rincian kegiatan “pemasaran (Marketing) kerajinan Di Wilayah Pasar Ngalam”. dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan bukti kongkret kepedulian untuk memajukan pola pikir masyarakat setempat agar lebih berkembang lagi dengan wawasan serta pengetahuan yang baru. Oleh karena itu metode pemasaran (marketing) ini dilakukan.

2. Evaluasi kegiatan

Evaluasi merupakan tahap akhir dari rangkaian kegiatan, penting dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan rencana atau tidak selain itu, untuk mengetahui sejauh mana target dapat tercapai. Pada tahapan evaluasi, dilakukan bersama antara tim pengabdian dan sekelompok masyarakat Desa Pasar Ngalam untuk berinovasi dan meningkatkan pemahaman mengenai

pembuatan produk hingga ketahap pemasaran (*marketing*). Setelah dilakukan evaluasi terhadap berbagai aspek dapat disimpulkan bahwa secara umum, kegiatan pemanfaatan pelepah daun sawit ini mempunyai kegiatan berkelanjutan oleh masyarakat setempat. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan secara umum dapat dikatakan bahwa pelaksanaan kegiatan pemanfaatan pelepah daun sawit ini mampu mendorong dan memotivasi masyarakat setempat untuk lebih mengerti lebih dalam mengenai strategi pemasaran yang baik dan benar. Dengan kegiatan ini diharapkan masyarakat setempat mampu mengelola bahan kerajinan dengan sebaik mungkin sehingga mampu menghasilkan produk unggul di pasaran hingga ketika ingin menjualkannya kepada konsumen mereka akan puas akan kualitasnya dan kita sebagai produsen mampu mendapatkan *profit* (keuntungan) yang lebih banyak lagi dari pada sebelumnya.

Tabel 2.1

Roodmap pengabdian masyarakat

No	Isi <i>Roodmap</i> (peta jalan)	Keterangan
1	Keadaan sebelum dan saat ini	Masyarakat Desa Pasar Ngalam kecamatan air periukan kabupaten seluma (Bengkulu) sebelumnya hanya mampu menjual produk mereka kepada tengkulak yang ada

		<p>di desa setempat itu saja. Namun sekarang mereka mempunyai canel yang ada dikota bengkulu sebagai tempat untuk menjual kan produk mereka, jadi mereka pun bisa menjadi pemasok tetap dengan tokoh yang ada di kota Bengkulu dan juga dengan begitu mereka akan mendapatkan profit keuntungan yang lebih besar dari pada mereka hanya menjual kepada para tengkulak saja. Selain itu mereka juga mempunyai akun sendiri sebagai wadah untuk mereka berjualan di media sosial, seperti Facebook.</p>
2	Tujuan yang ingin dicapai	<p>Tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan pendampingan pemasaran (<i>marketing</i>) adalah mampu mendapatkan canel-canel baru yang ada di kota dan juga konsumen baru yang ada di masyarakat luas hingga yang mengetahui hasil kerajinan mereka tidak hanya yang berada di desa itu saha, tapi juga masyarakat</p>

		luas hingga penghasilan atau profil keuntungan yang mereka dapatkan bisa lebih banyak lagi dari sebelumnya yang hanya mampu menjualkannya kepada para tengkulak saja.
3	Uraian tahap pelaksanaan untuk mencapai tujuan	<p>a. Dilakukan <i>survey</i> awal kelokasi guna mengetahui tempat mana saja yang akan ditujuh untuk mengajak kerja sama dalam proses jual beli produk kerajinan yang bahan utamanya adalah pelepah daun sawit.</p> <p>b. Pertemuan dengan masyarakat dan juga sesama para penjual kerajinan.</p> <p>c. Mencari informasi sasaran dan kebutuhan yang dibutuhkan.</p> <p>d. Mengetik dan memperbaiki proposal.</p> <p>e. Ke Balai Desa Pasar Ngalam dalam hal konsultasi mengenai kegiatan yang akan diadakan di Desa Pasar Ngalam.</p> <p>f. Kerumah ibu Rt Desa Pasar</p>

		<p>Ngalam pemberitahuan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pasar Ngalam.</p> <p>g. Membuat surat undangan untuk dosen pembimbing 1 dan 2 untuk datang ke acara <i>launching</i> pengabdian</p> <p>h. Membuat surat undangan untuk perangkat desa mengenai izin pengabdian di Desa Pasar Ngalam.</p> <p>i. Pengantaran surat undangan</p> <p>j. Pengecekan laporan</p> <p>k. Pembentukan sekelompok masyarakat guna untuk mempermudah membagi tugas dari masing-masing orang.</p> <p>l. Pembelian peralatan yang diperlukan untuk kegiatan pembuatan produk.</p>
4	Sasaran dari setiap tahapan	Sasaran penjualan adalah masyarakat umum, seperti pusat oleh-oleh bengkulu, warung (wartek), tokoh buah-buahan, dll.

5	Indikator pencapaian tujuan	Dapat meningkatkan ilmu pengetahuan tentang bagian penjualan (<i>marketing</i>) Di Desa Pasar Ngalam Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu yang tidak hanya berjualan dengan masyarakat setempat saja namun bisa mendunia dengan cara berjualan online seperti, whatsapp, facebook dll.
6	Penanggung jawab dari pihak yang terlibat	Penanggung jawab adalah Neri Kurniati seorang mahasiswa IAIN Bengkulu Prodi Perbankan Syariah . pihak yang terlibat yaitu Dedek Sri Ramadhani, sekelompok masyarakat Desa Pasar Ngalam.
7	Waktu pelaksanaan	01 Desember 2020 pada pukul 08.00 -11.30 Wib. Acara pembukaan dihadiri oleh: a. Ibu Eka Sri Wahyuni, M.M Selaku pembimbing 1. dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sangat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan masyarakat setempat terutama

		<p>mengenai strategi pemasaran (<i>marketing</i>) dengan baik dari mahasiswa pengabdian, berharap dengan adanya kegiatan ini masyarakat setempat mampu memahami dan mempraktekkan ilmu mengenai strategi pemasaran yang baik dan benar dan berharap masyarakat yang mengikuti kegiatan ini dengan serius dan aktif bertanya agar dapat menggali lebih dalam tentang strategi pemasaran (<i>marketing</i>) yang baik dan benar.</p> <p>b. Ibu kepala desa beserta perangkat Desa Pasar Ngalam.</p> <p>Acara penutupan yang dihadiri oleh:</p> <p>a. Ibu Eka Sri Wahyuni selaku Pembimbing 1</p> <p>b. Ibu Yenti Sumarni selaku pembimbing 2</p> <p>Yang mengatakan ucapan terima</p>
--	--	---

		kasih atas bimbingan nya selama masa pengabdian mahasiswa Di Desa Pasar Ngalam serta berharap kegiatan ini akan berkelanjutan hingga kedepannya.
--	--	--

Sumber: data di olah (2021)

Adapun susunan acara dalam presmian pembukaan (*launching*) pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Pembukaan dengan melafazkan lafaz basmallah
2. Pembacaan ayat suci al-qur'an beserta syaritilawahnya
3. Kata sambutan-kata sambutan, yaitu
 - a) Kata sambutan dari ketua panitia
 - b) Kata sambutan dari dosen pembimbing
 - c) Kata sambutan dari ibu kepala desa
4. Dilanjutkan dengan makan bersama
5. Dan terakhir dilanjutkan dengan sesi foto bersama.

Peserta yang hadir dalam kegiatan tersebut kurang lebih sebanyak 35 orang peserta sudah termasuk panita pelaksana. Dalam kegiatan tersebut para peserta nampak sangat antusias dengan adanya kegiatan yang sedang kami adakan ini karena bisa untuk menambah wawasan dan pengalaman untuk

mereka yang masih banyak awam akan pengetahuan, terutama dalam bidang pemasaran.

Maka dari itu sejak adanya kelompok pembuata tirai ini kami, saling berbagi ilmu dan informasi, baik secara pembuatan sampai dengan metode pemasaran yang baik agar mendapatkan profit keuntungan yang baik. Dengan mengetahui bagaimana cara mengelolah barang agar cukup dan siap jual, bentuk management pemasaran yang kami ajarkan, seperti penjualan secara langsung tanpa harus menjual melalui tangkulak, mereka bisa mendangi penjual kerajinan dipusat oleh-oleh bengkulu agar mereka mempunyai pemasok yang lebih banyak lagi, bisa juga membuat kerja sama dengan warung- warung pecel lele, ayam geprek untuk wadah penjualan mereka, serta kami pula mengajari mereka cara berbisnis melalui media online, seperti facebook. Memang pada dasarnya sebagian ada yang sudah mengerti cara berjualan online, tapi ada juga sebagaian masyarakat setempat yang masih sangat awam akan adanya kemajuan teknologi yang semakin canggih. Maka dari itu kami pun bertukar ide dan informasi untuk memajukan perekonomian masyarakat setempat dengan sama-sama belajar bagaimana cara menggunakan barang yang baik agar bisa dikelolah dengan sedemikian rupa nya dan

juga cara bagaimana management keuangan yang baik.

Ada pun susunan penutupan acara pengabdian kepada masyarakat, yaitu:

1. Pembukaan
2. Pembacaan ayat suci al-qur'an beserta syaritulawahnya.
3. Kata sambutan-sambutan dan ucapan terima kasih
 - a) Dari ketua panitia
 - b) Dari dosen pembimbing
 - c) Ibu kepala desa pasar ngalam

B. Jadwal Pelaksanaan

Tabel 2.2 jadwal pelaksanaan

No	Persiapan	Bulan ke					
		1	2	3	4	5	6
1	Kegiatan 1	Membuat proposal					
	Kegiatan 2	Survey lokasi penjualan					
2	Pelaksanaan		Penjualan Pembuatan tirai (kerai)	Penjualan piring ayam geprek	Penjualan vas bunga	Penjualan Keranjang parcel	
3	Penyusunan					Laporan dibuat berdasarkan	

	laporan					pedoman yang diberikan pada saat mata kuliah metedeologi penelitian dan melampirkanfoto dokumentasi kegiatan	
4	Evaluasi					Evaluasi merupakan tahap akhir dari kegiatan pemasaran (marketing) diwilayah	Penutupan acara pengabdian masyarakat

						Desa Pasar Ngalam.	

Sumber: data di olah (2021)

C. Biaya Kegiatan

Tabel 2.3Biaya Kegiatan

No	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah (Rp)
		Unit	Harga @	
a. Persiapan				
1	Biaya pembuatan proposal	6 unit	Rp.15.000	Rp.90.000
2	Transportasi	3 unit	Rp.30.000	Rp.90.000
3	Jumlah			Rp.180.000

b. Pelaksanaan				
4	Konsumsi	150 kotak	Rp.2.000	Rp.300.000
	Biaya pembuatan tirai (kerai)	20 unit	Rp.40.000	Rp.800.000
	Spanduk	2 buah	Rp.50.000	Rp.100.000
	Masker	1 kotak	Rp.50.000	Rp.50.000
	Tisu	1 bungkus	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Sabun cuci tangan	1 botol	Rp. 20.000	Rp.20.000
	Print undangan	30 lembar	Rp. 500	Rp. 15.000
	Aqua	1 dus	Rp. 18.000	Rp.18.000
	Buah-buahan	5 kilo	Rp. 15.000	Rp.75.000
	Transportasi	3 motor	Rp. 20.000	Rp.60.000
	Mika kue	1 pac	Rp. 10.000	Rp. 10.000
	Jumlah			Rp. 1.498.000
c. Evaluasidan pelaporan				

	Persiapan			Rp. 180.000
	Pelaksanaan			Rp. 1.498.000
	Jumlah			Rp. 1.678.000

BAB III

GAMBAR OBJEK PENELITIAN

A. Temuan

1. Gambaran Umum Wilayah

Desa Pasar Ngalam terletak di kecamatan Air Periukan, kabupaten Seluma, Provinsi Bengkulu. Desa ini berjarak sekitar 47 Km dari kota Bengkulu. Secara geografis terletak diantara 400'10''-405'42''LS dan 10218'59''-10225'00''BT. Desa Pasar Ngalam dikelilingi perkebunan kelapa sawit yaitu PT. Agri Andalas, dimana menjadi perkebunan kelapa sawit terbesar di provinsi Bengkulu, Berjarak sekitar 4 Km dari permukaan, pantai dan laut. Perkebunan ini merupakan dataran rendah yang dikelilingi oleh air. Desa Pasar Ngalam memiliki jarak sekitar 3 Km ke pusat kantor perkebunan kelapa sawit.

2. Luas Wilayah

Luas Wilayah Desa Pasar Ngalam adalah lebih kurang 4.568,42 Ha, dimana 75% berupa daratan dan dimanfaatkan sebagai perkebunan swasta PT. Agri

Andalas, 10% untuk persawahan dan perkebunan masyarakat 15% untuk pemukiman atau perumahan penduduk .

3. Penduduk

Desa Pasar Ngalam mempunyai jumlah penduduk 1.882 jiwa, yang terdiri dari Laki-laki 1.006 orang dan Perempuan 876 orang dan terdiri dari 458 KK. Yang terbagi dalam empat belas (14) wilayah dusun.

4. Pekerjaan

Mata pencaharian yang ada di Desa Pasar Ngalam meliputi petani, peternak, nelayan, pedagang, usaha kecil, PNS dan buruh. Mayoritas penduduk di Desa Pasar Ngalam ini berkerja sebagai buruh tani diperkebunan kelapa sawit dan menjadi seorang petani. Penghasilan rata-rata masyarakat kurang mampu dalam sebulan yaitu Rp.500.000,- hal ini ditandai dengan minimnya perputaran uang dan kebutuhan pokok yang belum terpenuhi secara maksimal. Komposisi penduduk berdasarkan pendidikan baik itu SD, SLTP, SLTA bahkan sudah ada yang sampai ke perguruan tinggi.

BAB IV

HASIL KEGIATAN

A. Pengabdian Kepada Masyarakat

Pengabdian Masyarakat merupakan kegiatan intrakurikuler yang memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar dan bekerja bersama-sama dengan masyarakat. Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa bukan berarti mengajar masyarakat tentang sesuatu yang terbaik untuk mereka, tetapi melakukan pemberdayaan sebagai sebuah proses pencarian (*research*) yang dilakukan bersama-sama untuk mencari jalan terbaik dalam menyelesaikan persoalan yang mereka hadapi. Mahasiswa melakukan tugas pendampingan terhadap apa yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam menghadapi problem sosial yang ada di tengah-tengah mereka.⁵

Menurut Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Universitas Indonesia, pengabdian kepada masyarakat atau kegaitan pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan yang mencakup upaya-upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia antara lain dalam hal perluasan wawasan, pengetahuan maupun peningkatan keterampilan yang dilakukan oleh *civas akademika* sebagai perwujudan dharma bakti serta wujud kepedulian untuk berperan katif

⁵<http://peb.unfas.ac.id/fe-app/index.php>, di akses pada tanggal 12 Mei 2021 Pukul 14.30 WIB.

meningkatkan kesejahteraan dan memberdayakan masyarakat luas terlebih bagi masyarakat ekonomi.⁶

B. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan masyarakat dalam rangka mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang, dan mendapatkan keuntungan. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan konsumen jika masyarakat tersebut menginginkan usahanya tetap berjalan terus atau menginginkan konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap suatu usaha yang telah mereka tekuni.⁷

Definisi pemasaran menurut William J. Stanton yang dikutip oleh Swastha dan Handoko, menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatankegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Pengertian pemasaran menurut Kotler, adalah proses sosial dan *manajerial* dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan,

⁶<http://peb.unfas.ac.id/fe-app/index.php>, di akses pada tanggal 12 Mei 2021 Pukul 14.30 WIB.

⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*, h. 7.

menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain”.⁸

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran mempunyai arti yang lebih luas dari pada penjualan, pemasaran mencakup usaha perusahaan yang ditandai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara promosi dan penjualan produk tersebut. Jadi, pemasaran juga merupakan kegiatan saling berhubungan sebagai suatu system untuk menghasilkan laba.

Produk menurut Kotler dan Amstrong adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Definisi lima sarana promosi utama adalah sebagai berikut⁹:

1. Periklanan (*advertising*): Semua bentuk terbayar presentasi non pribadi dan promosi ide, barang, atau jasa dengan sponsor tertentu.
2. Promosi penjualan (*sales promotion*): Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa.
3. Hubungan masyarakat (*public relation*): Membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun

⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*, h. 6.

⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*, h. 14-16.

citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menanggapi rumor, berita, dan kejadian tidak menyenangkan.

4. Penjualan personal (*personal selling*): Presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan.
5. Pemasaran langsung (*direct marketing*): Hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng.

Bauran promosi ini digunakan untuk membantu masyarakat kepada konsumen. Komunikasi yang efektif akan mengubah tingkah laku konsumen dan akan memperkuat tingkah laku yang telah diubah sebelumnya. Sifat masing-masing Sarana Promosi mempunyai karakteristik dan biaya yang khas. Pemasar harus memahami karakteristik ini dalam membentuk bauran promosi. Sifat masing-masing sarana promosi menurut Kotler dan Amstrong tersebut sebagai berikut:¹⁰

1. Periklanan.

Iklan bisa menjangkau massa pembeli yang tersebar secara geografis pada biaya rendah per paparan, dan iklan iklan memungkinkan penjual mengulangi pesan berkali-kali. Selain jangkauan, iklan berskala besar memaparkan

¹⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*, h. 174-186.

sesuatu yang positif tentang ukuran, popularitas, dan keberhasilan penjual. Karena sifat umum iklan, konsumen cenderung memandangi produk yang diiklankan lebih terjamin.

2. Penjualan *Personal selling*.

Penjualan personal melibatkan interaksi pribadi antara dua orang atau lebih, sehingga masing-masing orang dapat mengetahui kebutuhan dan karakteristik orang lain serta membuat penilaian yang cepat. Wiraniaga yang efektif memperhatikan minat di hati pelanggan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan menyelesaikan masalah pelanggan.

a) Promosi Penjualan.

Promosi penjualan adalah tawaran langsung yang ditujukan kepada konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh pihak produsen kepada pihak konsumen, seperti penurunan harga dari harga normal yang biasanya diberikan. Hal ini dilakukan untuk menariknya minat para konsumen agar membeli produk yang telah ditawarkan.

b) Pemasaran Langsung.

Pemasaran langsung bersifat nonpublik: Pesan biasanya diarahkan kepada orang tertentu. Pemasaran langsung bersifat segera dan disesuaikan: Pesanan dapat dipersiapkan dengan cepat dan dapat dibentuk

agar sesuai dengan konsumen tertentu. Terakhir, pemasaran langsung bersifat interaktif: Pemasaran langsung memungkinkan dialog antara tim pemasaran dan konsumen, dan pesan dapat diubah bergantung pada respons konsumen.

c) Tujuan Pemasaran

Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan pemasaran, artinya laba dapat diperoleh melalui pemasaran konsumen. Laba dapat membuat usaha tumbuh dan berkembang, menggunakan kemampuan yang lebih besar kepada konsumen serta memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan. Laba merupakan tujuan umum dari suatu usaha. Tujuan pemasaran merupakan wujud rencana yang terencana yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.

d) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh perusahaan. Definisi strategi pemasaran adalah sebagai berikut “strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan oleh masyarakat dengan harapan agar suatu usaha dapat mencapai tujuan yang diinginkan masyarakat”

Menurut Radiosunu, strategi pemasaran didasarkan atas lima konsep strategi berikut:¹¹

a. Segmentasi pasar

Tiap pasar terdiri dari bermacam-macam pembeli yang mempunyai kebutuhan, kebiasaan membeli dan reaksi yang berbeda-beda. Masyarakat mungkin dapat memenuhi kebutuhan semua pembeli. Karena itu masyarakat harus mengelompok-kelompokkan pasar, seperti mengetahui target lokasi yang akan ditujuh, apa yang paling dibutuhkan oleh masyarakat tersebut, pangsa pasar yang akan ditujuh, apakah anak-anak, oarang dewasa, laki-laki atau perempuan, tua atau muda. Agar memudahkan produsen untuk memasarkan berbagai kerajinan produk yang mereka tawarkan.

b. *Market positioning*

Masyarakat tak mungkin dapat menguasai pasar keseluruhan. Maka prinsip strategi pemasaran kedua adalah memilih pola spesifik pemusatan pasar yang akan memberikan kesempatan maksimum kepada masyarakat untuk mendapatkan kedudukan yang kuat. Dengan kata lain perusahaan harus memilih segmen pasar yang

¹¹ Irham Fahmi, *Studi Kelayakan Bisnis Dan Keputusan Investasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014), h. 124-130.

dapat menghasilkan penjualan dan laba yang paling besar.

c. Targeting

Targeting adalah strategi memasuki segmen pasar yang dijadikan sasaran penjualan. apakah anak-anak, orang dewasa, laki-laki atau perempuan, tua atau muda. Agar memudahkan produsen untuk memasarkan berbagai kerajinan produk yang mereka tawarkan.

d. Marketing mix strategi

Kumpulan variabel-variabel yang dapat digunakan masyarakat untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Variabel-variabel yang dapat mempengaruhi pembeli adalah variabel-variabel yang berhubungan dengan product, place, promotion dan price (4P).

Produk (Product) Menurut Philip Kotler, produk ialah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada para sasaran. Dalam mengembangkan bauran pemasaran, suatu produk disini memiliki indikator yang harus diperhatikan meliputi :

kualitas, desain, nama merk, dan ragam. Produk dalam pengertian umum adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Produk terdiri dari barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Konsep pemasaran berpandangan bahwa kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan anggapan yang diyakini oleh perusahaan sebagai dasar dari setiap kegiatan dalam melayani konsumen. Klasifikasi produk bisa dilakukan berbagai macam pandangan.¹²

Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam 2 kelompok utama, yaitu:

1) Barang

merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang, yaitu barang tidak tahan lama (*Nondurable Goods*) dan barang tahan lama (*Durable Goods*).

2) Jasa (*service*).

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Produk dapat

¹²<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url>,
Akses Pada Tanggal 13 Mei 2021.

diklasifikasikan berdasarkan siapa konsumennya dan untuk apa produk tersebut dikonsumsi.

C. Harga (*Price*)

Harga yaitu jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk suatu produk. Harganya harus sesuai dengan pandangan pelanggan tentang nilainya, supaya pembeli tidak beralih ke pesaingnya. Dengan kata lain Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh suatu produk.

Dalam mengembangkan bauran pemasaran, suatu produk disini meliputi: harga relatif, daftar harga discount, potongan harga, periode pembayaran dan persyaratan kredit dan lain-lain. Jadi dapat disimpulkan, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya merupakan unsur biaya saja. Penetapan harga selalu merupakan masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini tidaklah merupakan kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha. Dengan penetapan harga perusahaan

dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkannya.¹³

Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas. Di dalam keadaan persaingan yang semakin tajam dewasa ini yang terutama sangat terasa dalam pasar pembeli (*buyers market*), peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar, yang tercermin dalam share pasar perusahaan, disamping untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan.

Dengan perkataan lain, penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen. Dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun yang tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya. Faktor yang tidak langsung, namun erat hubungannya dalam penetapan harga adalah harga sejenis yang dijual oleh para pesaing.

¹³ Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 85-87.

Harga memiliki peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu :¹⁴

1. Peranan alokasi harga

Fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau jumlah kepuasan yang diperoleh konsumen.

a. Peranan informasi dari harga

Fungsi harga dalam membidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering muncul adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi sehingga konsumen menilai harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk maupun jasa yang ditetapkan.

Ada empat tujuan dalam penetapan harga:

- a. Mendapatkan laba maksimum.
- b. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih.
- c. Mencegah atau mengurangi persaingan.
- d. Mempertahankan atau memperbaiki market share.

¹⁴ Rozalinda, *Fikih Ekonomi*, h. 90-91.

Metode penentuan harga harus dimulai dengan pertimbangan atas tujuan penentuan harga itu sendiri. Adapun tujuan tersebut menurut Adrian Payne, diantaranya yaitu untuk bertahan hidup, untuk memaksimalkan laba, untuk memperbesar market share, mutu produk, dan karena pesaing.

D. Promosi (*Promotion*)

Promosi yaitu berbagai kegiatan masyarakat dalam mengkomunikasikan produknya pada pasar sasaran. Suatu produk seberapapun manfaatnya tetapi jika tidak dikenal oleh masyarakat, maka produk tersebut tidak akan diketahui kemanfaatannya dan mungkin tidak dibeli oleh masyarakat atau konsumen. Oleh karena itu, kami melakukan media promosi ini guna untuk mempengaruhi para konsumen. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi yang merupakan salah satu dari acuan/ bauran pemasaran.

Salah satu tujuan promosi yang kami lakukan adalah menginfokan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Promosi juga dapat digunakan dalam jangka panjang dalam mempertahankan pangsa pasarnya serta meningkatkan penjualan. Tentunya dengan mempertahankan kualitas produk yang baik dikalangan pasar sehingga tetap mempertahankan

atau bahkan meningkatkan para konsumen yang akan membeli produk kerajinan yang ditawarkan oleh produsen.¹⁵

Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan yaitu:¹⁶

- 1) Periklanan (*Adversiting*), merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan peodusen dalam mempromosikan produknya. Iklan adalah bentuk komunikasn tidak langsung, yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian melalui media sosial, seperti facebook, whatsapp, instagram, shopie.
- 2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Promosi penjualan yang dilakukan oleh penjual dapat dikelompokkan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai.
- 3) Publisitas (*Publicity*), merupakan kegiatan untuk memancing pelanggan melalui kegiatan, seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Melalui kegiatan ini

¹⁵ Perbankan Syariah 5D, *Manajemen Pemasaran*, (Bengkulu: Fadila, 2019), h. 64-65.

¹⁶ Perbankan Syariah 5D, *Manajemen*, h. 66.

diharapkan dapat meningkatkan pamor atau citra masyarakat di mata para konsumen.

4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*),

komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.

Tujuan promosi adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi kepada pihak lain, terutama konsumen, mengenai hasil yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.
2. Memberitahu persepsi produk yang dibutuhkan kepada pelanggan.
3. Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang produk kepada pihak lain, terutama konsumen.
4. Mendorong konsumen untuk memilih dan membeli suatu produk yang dihasilkan.
5. Membujuk pelanggan untuk memilih dan membeli produk yang dihasilkan.
6. Mengimbangi kelemahan unsure bauran pemasaran yang lain.
7. Menambahkan citra baik yang telah dihasilkan.
8. Menstabilkan volume penjualan dari waktu ke waktu.

9. Membantu memperoleh saluran distribusi yang tersedia untuk menjualkan hasil produk yang telah dikeluarkan.

Berdasarkan tujuan tersebut, maka sasaran yang hendak dicapai dengan promosi yang maksimal adalah sebagai berikut:

1. Promosi terhadap konsumen agar mau melakukan pertukaran .
2. Promosi terhadap penjual agar mau melakukan pembelian dan menjual kembali kepada para pemakai akhir.

Agar barang dan jasa yang diproduksi dikenal, diketahui, dibutuhkan dan diminta konsumen, usaha-usaha yang dilakukan untuk mempromosikan produk adalah :

1. Informasikan barang atau jasa yang dihasilkan pada konsumen.
2. Bujuk konsumen agar mau membeli barang atau jasa yang dihasilkan.
3. Pengaruhi konsumen agar tertarik terhadap barang atau jasa yang dihasilkan.

E. Timing strategi

Penentuan saat yang tepat dalam memasarkan produk merupakan hal yang perlu diperhatikan. Meskipun perusahaan melihat adanya kesempatan baik. Terlebih dulu harus dilakukan persiapan baik produksi.

F. Strategi Penetapan Harga

Menurut Machfoedz tujuan dari penetapan suatu harga adalah untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan laba dari penjualan, meningkatkan serta mengembangkan produksi produk, serta meluaskan target pemasaran. Penetapan harga suatu produk atau jasa tergantung dari tujuan perusahaan atau penjual yang memasarkan produk tersebut. Sedangkan pengertian strategi penetapan harga adalah model atau metode yang digunakan untuk menetapkan harga terbaik untuk suatu produk atau layanan.¹⁷ Elastisitas harga permintaan digunakan untuk menentukan bagaimana perubahan harga mempengaruhi permintaan konsumen. Jika konsumen tetap membeli suatu produk meskipun ada kenaikan harga (seperti rokok dan bahan bakar) produk tersebut dianggap tidak elastis kita dapat menghitung elastisitas harga menggunakan rumus:

$$\% \text{ Perubahan Kuantitas} \div \% \text{ Perubahan Harga} = \text{Elastisitas Harga Permintaan}$$

1. Tujuan penetapan harga

Penetapan harga memiliki beberapa tujuan menurut Harini.

a. Mencapai Penghasilan atas Investasi

Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan persentasenya dan untuk

¹⁷ <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url>, Di Akses Pada Tanggal 13 Mei 2021.

mencapainya diperlukan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkannya.

b. Kestabilan Harga

Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga. Usaha pengendalian harga diarahkan terutama untuk mencegah terjadinya perang harga, khususnya bila menghadapi permintaan yang sedang menurun.

c. Mempertahankan atau Meningkatkan Bagian dalam Pasar.

Jika masyarakat telah mendapatkan pangsa pasar yang luas, mereka harus berusaha mempertahankannya atau justru mengembangkannya. Untuk itu kebijaksanaan dalam menetapkan harga jangan sampai merugikan bisnis.

d. Menghadapi atau Mencegah Persaingan

Jika perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar dengan tujuan mengetahui pada harga berapa mereka akan menetapkan penjualan. Ini artinya, masyarakat belum memiliki tujuan dalam menetapkan harga coba-coba tersebut.

e. Memaksimalkan Laba

Tujuan ini biasanya menjadi acuan setiap bisnis untuk bertahan hidup, karena setiap bisnis memerlukan laba keuntungan.

f. Berbasis Persaingan

Penetapan yang dilakukan dengan mengikuti apa yang dilakukan pesaing bisnis. Metode penetapan harga ini memiliki 3 pendekatan melalui sistem penjualan di bawah harga normal pesaing untuk menarik konsumen, menyamakan harga agar persaingan tidak terlalu besar atau memberi harga lebih tinggi dari pesaingnya dengan asumsi bahwa produk yang mereka tawarkan memiliki kualitas lebih baik.

2. Strategi penetapan harga

Strategi penetapan harga merupakan proses perusahaan dalam mengklasifikasikan dan menggolongkan produk yang dihasilkan apakah produk baru atau produk yang telah beredar.

Berikut ini merupakan penetapan harga yang efektif terdapat 2 alternatif yaitu:

a. Harga Mengapung (*Skimming Price*)

Harga mengapung adalah memberikan harga yang tinggi agar dapat menutupi biaya dan sekaligus menghasilkan laba maksimum atau dengan kata lain dalam hal ini masyarakat mampu meyakinkan pelanggan bahwa produknya memiliki perbedaan

dengan produk sejenis yang dimiliki oleh pesaing. Harga mengapung disebut juga dengan pendekatan *skimming*, pendekatan ini sangat efektif apabila terdapat perbedaan harga atas aspek tertentu dan pesaing relatif sedikit. Selain itu, pendekatan *skimming* bermanfaat sebagai pembatas atas permintaan suatu produk sampai perusahaan merasa siap kembali untuk melakukan produksi secara masal.

b. Harga Penetrasi

Harga penetrasi adalah memberikan harga lebih rendah agar tercipta pangsa pasar permintaan, umumnya diterapkan pada kondisi pasar yang tidak terfragmentasi ke dalam aspek berbeda produk dan itu tidak memiliki nilai simbolis yang tinggi.¹⁸

3. Cara melakukan analisis untuk menentukan strategi penetapan harga.

- a. Tentukan biaya sebenarnya dari produk atau layanan Anda
- b. Untuk menghitung biaya sebenarnya dari produk atau layanan yang Anda jual, Anda pasti ingin mengenali semua pengeluaran Anda termasuk biaya tetap dan variabel

¹⁸ <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url>, Di Akses Pada Tanggal 13 Mei 2021.

- c. Setelah Anda menentukan biaya ini, kurangi biaya tersebut dari harga yang telah Anda tetapkan atau rencanakan untuk produk atau layanan Anda.
- d. Pahami bagaimana target pasar dan basis pelanggan Anda merespons struktur harga
- e. Survei atau kelompok fokus, dapat membantu dalam menentukan bagaimana pasar merespons model yang Anda gunakan untuk menetapkan harga Anda.
- f. Anda akan melihat sekilas apa yang dihargai oleh pelanggan target Anda dan seberapa banyak mereka bersedia membayar untuk nilai yang diberikan produk atau layanan Anda.
- g. Analisis harga yang ditetapkan oleh pesaing Anda.
- h. Ada dua jenis pesaing yang perlu dipertimbangkan saat melakukan analisis untuk menetapkan harga: langsung dan tidak langsung.
- i. Pesaing langsung adalah mereka yang menjual produk yang sama persis dengan yang Anda jual. Jenis pesaing ini cenderung bersaing dalam hal harga sehingga mereka harus menjadi prioritas untuk ditinjau dalam analisis harga Anda.
- j. Pesaing tidak langsung adalah mereka yang menjual produk alternatif yang sebanding dengan apa yang Anda jual.

F. Hasil Kegiatan

Hasil Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Bengkulu dilaksanakan pada 03 Desember 2020 sampai dengan 28 April 2021 sudah terhitung dari persiapan sampai dengan selesainya kegiatan-kegiatan dilaksanakan Di Desa Pasar Ngalam.

1. Penjualan kerai (tirai) dari pelepah daun sawit.

Dalam proses menentukan harga jual-beli produk, harga awal yang biasa didapatkan masyarakat desa ngalam yaitu sebesar Rp. 22.000 satu tirai, lalu kami sebagai mahasiswi yang melakukan pengabdian membantu memasarkan produk dengan harga Rp. 40.000 per tirai, maka dengan itu diperoleh profit keuntungan sebesar Rp. 18.000 pertirai. Bapak Sulaiman pun membeli tirai sejumlah 20 lembar tirai dengan total uang sejumlah Rp.800.000. dengan profit keuntungan keseluruhan yang didapatkan dari 20 tirai kami mendapatkan keuntungan sebesar Rp.360.00.000. sedangkan dari segi kompotitur yang telah kami survey dari beberapa pesaing atau pedagang lainnya adalah kisaran Rp. 60.000 sampai dengan Rp.80.000, maka dari itu kami memasarkan produk dengan harga Rp. 40.000 per tirai. dengan adanya

kerja sama ini, kami berharap bisa terus berjalan dan bekerja sama dengan baik.

2. Penjualan piring ayam geprek dari pelepah daun sawit.

Kegiatan dilakukan pada tanggal 20 Februari 2021. Penjualan ini dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan pihak pembeli. dalam penjualan ini kami melakukan negosiasi harga jual beli bersama beliau, hingga antara pemasok dan pembeli sebagai penjual sama-sama bisa mendapatkan profit keuntungan masing-masing. Dalam proses menentukan harga jual-beli produk, harga awal yang biasa didapatkan masyarakat desa ngalam yaitu sebesar Rp. 3.000 satu piring, lalu kami sebagai mahasiswi yang melakukan pengabdian membantu memasarkan produk dengan harga Rp. 5.000 per piring atau sama dengan Rp.60.000/ lusin, maka dengan itu diperoleh profit keuntungan sebesar Rp. 2.000 piring. Konsumen pun membeli piring sejumlah 36 buah dengan total uang sejumlah Rp.180.000. sedangkan dari segi kompotitur yang telah kami survey dari beberapa pesaing atau pedagang lainnya adalah kisaran Rp. 7.000. maka dari itu kami berharap kerja sama ini dapat berjalan hingga seterusnya.

3. Penjualan vas bunga dari pelepah daun sawit.

Pembuatan vas bunga dari pelepah daun sawit. Kegiatan dilakukan pada tanggal 01 Maret 2021 dengan

salah satu masyarakat di daerah Perumdam. penjualan ini dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan pihak pembeli. dalam penjualan ini kami melakukan negosiasi harga jual beli bersama beliau, hingga antara pemasok dan pembeli sebagai penjual sama-sama bisa mendapatkan profit keuntungan masing-masing. Harga awal yang biasa diperoleh oleh masyarakat selama ini hanya sebesar Rp.20.000, lalu kami sebagai mahasiswa yang melakukan pengabdian kepada masyarakat membantu memasarkan produk mereka dengan harga 30.000, dengan begitu kami mendapatkan keuntungan Rp.10.000 per vas bunga yang kami pasarkan kepada para konsumen. Dari penjualan tersebut kami menjual vas bunga sebanyak 3 buah Jadi total Rp.90.000. sedangkan dari segi kompetitor yang telah kami survey dari beberapa pesaing atau pedagang lainnya adalah kisaran Rp. 40.000, maka dari itu kami memasarkan produk dengan harga Rp. 30.000 per vas bunga. maka dari itu kami berharap bahwa kerja sama ini dapat berlanjut hingga seterusnya.

4. Penjualan keranjang parcel dari pelepah daun sawit.

Kegiatan dilakukan pada tanggal 23 Maret 2021 dengan salah satu masyarakat di daerah telaga Dewa. penjualan ini dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan pihak pembeli. dalam penjualan ini kami melakukan negosiasi harga jual beli bersama beliau,

hingga antara pemasok dan pembeli sebagai penjual sama-sama bisa mendapatkan profit keuntungan masing-masing dengan kesepakatan bersama. Yang biasanya masyarakat hanya menjual produk dengan harga Rp. 25.000, lalu kami membantu memasarkan produk mereka dengan harga Rp. 35.000 . dengan begitu kami bisa mendapatkan profit keuntungan sebesar Rp.10.000 per keranjang. Dari penjualan tersebut kami menjual keranjang parcel sebanyak 3 buah Jadi, total yang diperoleh sebesar Rp. 105.000. sedangkan dari segi kompotitur yang telah kami survey dari beberapa pesaing atau pedagang lainnya adalah kisaran Rp. 40.000, maka dari itu kami memasarkan produk dengan harga Rp. 35.000 per tirai.

G. Promosi

1. Periklanan.

Membantu dalam proses pengabdian kepada masyarakat ini dalam mengenalkan produk kepada konsumen melalui media iklan. Salah satunya saya mengenalkannya membantu masyarakat mengenalnya melalui media sosial, seperti facebook,, whatsab, dll. Hal ini dilakukan guna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat, agar keuntungan yang didapatkan mampu menambah profit keuntungan mereka.

2. Penjualan Personal selling

Penjualan personal melibatkan interaksi pribadi antara dua orang atau lebih, seperti penjualan dari Desa Pasar Ngalam Ke Kota Bengkulu sehingga masing-masing orang dapat mengetahui kebutuhan dan karakteristik orang lain serta membuat penilaian yang cepat dan memperhatikan minat di hati pelanggan untuk membangun hubungan jangka panjang . Hal ini dilakukan guna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat, agar keuntungan yang didapatkan mampu menambah profit keuntungan mereka.

3. Promosi Penjualan.

Promosi penjualan adalah tawaran langsung yang ditujukan kepada konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh pihak produsen kepada pihak konsumen, seperti penurunan harga dari harga normal yang biasanya di berikan.¹⁹ Hal ini dilakukan untuk menariknya minat para konsumen agar membeli produk yang telah ditawarkan. Misalnya orang membeli satuan produk kerajinan piring dengan harga 5.000, tapi kalau membeli dengan jumlah banyak harganya bisa menjadi 4.000 per piring. Selama

¹⁹ Perbankan Syariah 5D, *Manajemen*, h. 35

melakukan pengabdian kepada masyarakat saya membantu masyarakat bagaimana cara mereka melakukan promosi penjualan. Hal ini dilakukan guna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat, agar keuntungan yang didapatkan mampu menambah profit keuntungan mereka.

4. Pemasaran Langsung.

Pemasaran langsung dilakukan dengan cara bertemu langsung antara produsen dan konsumen dengan menawarkan berbagai produk kerajinan dari masyarakat desa pasar ngalam tentunya dengan kesepakatan harga yang dibuat oleh produsen dan konsumen. pemasaran langsung (*direct marketing*): Hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng. Bauran promosi ini digunakan untuk mengkomunikasikan kegiatan produsen kepada konsumen. Komunikasi yang efektif akan mengubah tingkah laku konsumen dan akan memperkuat tingkah laku yang telah diubah sebelumnya. Hal ini dilakukan guna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat

setempat, agar keuntungan yang didapatkan mampu menambah profit keuntungan mereka.²⁰

5. Hubungan masyarakat (*public relation*)

Membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun citra masyarakat yang baik, dan menangani atau menanggapi rumor, berita, dan kejadian tidak menyenangkan.

Cara berjualan melalui media *facebook*:

- a. Masuk akun facebook anda
- b. Klik menu buat halaman atau pergi ke laman berikut:
<https://www.facebook.com/pages/create>
- c. Isikan informasi halaman berikut:
 - 1) Nama
 - 2) Kategori
 - 3) Keterangan
- d. Klik buat halaman
- e. Akan muncul tambahan kolom untuk melengkapi gambar berikut:
 - 1) Foto profil
 - 2) Foto sampul

²⁰ Irham Fahmi, *Studi Kelayakan Bisnis Dan Keputusan Investasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014), h. 90-95

- f. Kalau sudah siap, klik simpan. Kalau belum punya gambar, bisa lewati langkah ini dan langsung klik simpan.
- g. Selesai. Halaman bisnis sudah berhasil dibuat dan anda bisa meng upload produk jualan anda.

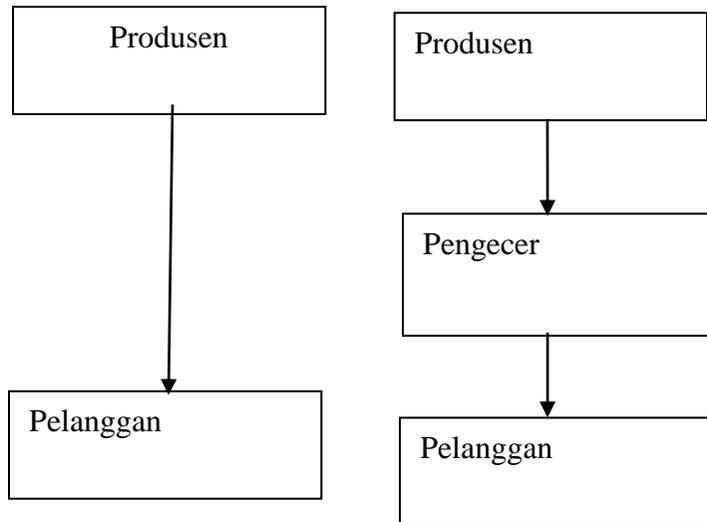
Lengkapi foto dan deskripsi

Langkah-langkah nya dalah menambahkan foto profil dan sampul, sekaligus beberapa info kontok, detail informasi dan username.

1. Masuk ke halaman bisnis anda
2. Klik edit foto
3. Silahkan lengkapi profil yang mendasar
4. Klik simpan

Selain itu kami juga membuat *instastory* melalui media *online* seperti *whatsaap* dan juga *instagram* dengan tujuan memperkenalkan berbagai produk kerajinan yang kami tawarkan.

H. Sistem Distribusi



I. Biaya Penjualan

No	Tanggal	Uraian	Volume	Satuan	Harga Awal	Harga pemasaran	Profit	Jumlah
1	05 Februari 2021	Tirai (kerai)	20	Buah	Rp.22.000	Rp.40.000	Rp.18.000	Rp.800.0 00
2	20 Februari 2021	Piring Geprek	36	Buah	Rp.5.000	Rp.7.000	Rp.2.000	Rp.252.0 00
3	1 Maret 2021	Vas bunga	3	Buah	Rp.20.000	Rp.30.000	Rp.10.000	Rp. 90.000
4	23 Maret 202 1	Keranjang parcel	3	Buah	Rp.25.000	Rp.35.000	Rp.10.000	Rp. 105.000

Jumlah keseluruhan	Rp.1.247. 000
Modal awal	Rp.755.0 00
Total keuntungan	Rp. 492.000

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Didalam pelaksanaan kegiatan pendampingan *marketing* produk kerajinan yang dilakukan berdasarkan empat jenis kegiatan yang berbeda, yaitu tirai(kerai), piring ayam geprek dan vas bunga. Luaran yang dicapai dalam kegiatan tersebut adalah pada kegiatan penelitian kerajinan tangan hingga dapat mengetahui peralatan dan bahan yang digunakan dalam pembuatan suatu produk Hingga sampai ke penjualan yang akan mendatangkan profit keuntungan.

Penetapan harga fleksibel adalah kelenturan atas kesediaan untuk memotong harga demi mempertahankan bagian pasar. Penetapan harga diferensial adalah perhitungan harga pokok untuk sejenis produk yang diperhitungkan atas dasar biaya-biaya yang berbeda. Penetapan harga *mark-up* adalah dengan menetapkan harga jual dilakukan dengan cara menambah suatu persentase tertentu dari total biaya variabel atau harga beli dari seorang pedagang.

Penetapan harga adalah penetapan harga jual dengan cara menambah persentase tertentu dari total biaya. Disini kami berharap mampu mencapai Tujuan Penetapan Harga yakni Mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan menetapkan harga yang kompetitif maka masyarakat akan mendapat keuntungan yang optimal, Menguasai pangsa pasar.

Dengan menetapkan harga rendah dibandingkan produk pesaing, dapat mengalihkan perhatian konsumen dari produk kompetitor yang ada di pasaran . Mempertahankan produk yang di pasarkan Ketika masyarakat memiliki pasar tersendiri, maka perlu adanya pengaturan harga yang tepat agar dapat tetap mempertahankan pangsa pasar yang ada.

Disini kami juga menggunakan beberapa strategi promosi yakni seperti, Periklanan yang Membantu dalam proses pengabdian kepada masyarakat ini dalam mengenalkan produk kepada konsumen melalui media iklan. Salah satunya saya mengenalkannya membantu masyarakat mengenalnya melalui media sosial, seperti facebook,instagram, whatsab, shopie dll. Lalu ada Penjualan *Personal selling*, Penjualan personal melibatkan interaksi pribadi antara dua orang atau lebih, seperti penjualan dari Desa Pasar Ngalam Ke Kota Bengkulu sehingga masing-masing orang dapat mengetahui kebutuhan dan karakteristik orang lain serta membuat penilaian yang cepat dan memperhatikan minat di hati pelanggan untuk membangun hubungan jangka panjang. Promosi penjualan adalah tawaran langsung yang ditujukan kepada konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh pihak produsen kepada pihak konsumen, seperti penurunan harga dari harga normal yang biasa nya di berikan.

Hal ini dilakukan untuk menariknya minat para pembeli (Konsumen) agar membeli produk yang telah

ditawarkan. Misalnya orang membeli satuan produk kerajinan piring dengan harga 3.000, tapi kalau membeli dengan jumlah banyak harganya bisa menjadi 2.000 per piring.

Selama melakukan pengabdian kepada masyarakat saya membantu masyarakat bagaimana cara mereka melakukan promosi penjualan. Dan disini juga ada Pemasaran Langsung. Pemasaran langsung dilakukan dengan cara bertemu langsung antara produsen dan konsumen dengan menawarkan berbagai produk kerajinan dari masyarakat desa pasar ngalam.tentunya dengan kesepakatan harga yang dibuat oleh produsen dan konsumen. Pemasaran langsung (*direct marketing*): Hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng.

Bauran promosi ini digunakan untuk mengkomunikasikan kegiatan produsen kepada konsumen. Komunikasi yang efektif akan mengubah tingkah laku konsumen dan akan memperkuat tingkah laku yang telah diubah sebelumnya. Hubungan masyarakat (*public relation*) Membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, membangun citra masyarakat yang baik, dan menangani atau menanggapi rumor, berita, dan kejadian tidak menyenangkan.

B. Keterbatasan

Dalam hal ini masyarakat Desa Pasar Ngalam masih sangat terbatas dalam penggunaan media social, karena sebagian masyarakat masih sangat awam dalam penggunaan hp Android karena merata masyarakat pengrajin banyak yang bisa dikatakan sudah lanjut usia. Maka dari itu kami membantu mereka dalam pendampingan marketing produk kerajinan pelepah daun sawit ini.

C. Saran

Saran dari pelaksanaan program kegiatan pendampingan *marketing* adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk semua anggota kelompok agar selalu kompak dalam melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan produk.
2. Saran untuk pengabdian masyarakat selanjutnya yang akan melakukan selalu memberikan dorongan kepada masyarakat setempat dalam mengikuti kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh para mahasiswa pengabdian.
3. Saran untuk semua anggota kelompok agar selalu kompak dalam melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan produk.
4. Saran untuk masyarakat Desa Pasar Ngalam untuk lebih meningkatkan berbagai inovasi baru lagi dalam

pembuatan produk di Desa Pasar Ngalam agar menambah daya tarik bagi para pembeli (Konsumen) karena beragamnya jenis produk yang ditawarkan serta selalu kompak dalam proses pembuatan antar sesama pengrajin.

5. Saran untuk pengabdian masyarakat selanjutnya yang akan melakukan selalu memberikan dorongan kepada masyarakat setempat dalam mengikuti kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh para mahasiswa pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Muhammad, 2004. “Etika Bisnis Islam” Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta
- Nur Rianto Al Arif, M. 2009. “ Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah” Bandung : Alfabeta
- Rozalinda. 2006. “Surabaya: Rajawali Pers
- Arikunto, Suharsimi (2009). “ Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan.” Jakarta: Bumi Aksara
- Sudradjat, (2020). “ Kelapa sawit prospek pengembangan dan peningkatan produktifitas.” Bogor: Anggota IKAPI
- Suma Amin Muhammad, 2013. “ Tafsir ayat ekonomi.” Jakarta: Amzah
- Tanjung, Nasrul M. 2017. “ Koperasi dan UMKM sebagai fondasi perekonomian indonesia.” Jakarta: Erlangga
- <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url>, Di Akses Pada Tanggal 13 Mei 2021.
- <http://peb.unfas.ac.id/fe-app/index.php>, di akses pada tanggal 12 Mei 2021 Pukul 14.30 WIB.

L

A

M

P

I

R

A

N

CV TIM PENGUSUL

A. Identitas Diri

Nama : Neri Kurniati
Tempat / Tgl Lahir : 08 September 1998
Alamat : Jl. Belakang Perumdam
Status : Belum Menikah
Pekerjaan : Mahasiswi
Email : nerikurniati1998@gmail.com

B. Pendidikan

SD : SDN 87 Perumdam
SMP : SMPN 16 Kota Bengkulu
SMK : SMKN 05 Kota Bengkulu
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Bengkulu.
Moto Hidup : “ Allah tidak akan membebani seseorang itu melaikan sesuai dengan kesanggupannya”

C. Pengalaman Organisasi :

1. Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA)

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Indonesia merupakan produsen minyak kelapa sawit terbesar di dunia dan industrinya telah menjadi andalan dalam perekonomian karena kelapa sawit menjadi salah satu sumber penghasil devisa dari ekspor sektor pertanian. Pada tahun 2015, Indonesia menghasilkan lebih dari 31 juta ton minyak sawit (Crude Palm Oil, Cpo) (Ditjen Perkebunan dalam Sudradjat,(2020)²¹. Perkebunan kelapa sawit berkontribusi besar terhadap pembangunan daerah sebagai sumber penting dalam pengentasan kemiskinan melalui usaha budidaya dan pengolahan hilirnya. Usaha budidaya kelapa sawit memberikan pendapatan yang dapat diandalkan bagi sebagian besar penduduk miskin pedesaan di Indonesia, terutama di Sumatera dan Kalimantan. Lapangan pekerjaan yang dapat disediakan dari sub sektor perkebunan kelapa sawit di Indonesia berpotensi mencapai lebih dari 6 juta sehingga menjadi salah satu jalan untuk

²¹ Sudradjat, (2020).” *Kelapa Sawit Prospek Pengembangan dan peningkatan produktifitas*”.Bogor: Anggota IKAPI.Hal.17-21

mengentaskan kemiskinan masyarakat. Sebanyak kurang lebih 11.44 juta ton minyak sawit dihasilkan oleh perkebunan rakyat dari 42 persen luas areal perkebunan kelapa sawit di seluruh Indonesia (Ditjen Perkebunan dalam Sudradjat,(2020).

Perkebunan kelapa sawit berkontribusi besar terhadap pembangunan daerah sebagai sumber penting dalam pengentasan kemiskinan melalui usaha budidaya dan pengolahan hilirnya. Usaha budidaya kelapa sawit memberikan pendapatan yang dapat diandalkan bagi sebagian besar penduduk miskin pedesaan di Indonesia, terutama di Sumatera dan Kalimantan. Lapangan pekerjaan yang dapat disediakan dari sub sektor perkebunan kelapa sawit di Indonesia berpotensi mencapai lebih dari 6 juta sehingga menjadi salah satu jalan untuk mengentaskan kemiskinan masyarakat. Sebanyak kurang lebih 11.44 juta ton minyak sawit dihasilkan oleh perkebunan rakyat dari 42 persen luas areal perkebunan kelapa sawit di seluruh Indonesia (Ditjen Perkebunan dalam Sudradjat, (2020). Tantangan utama yang dihadapi perkebunan kelapa sawit adalah meningkatnya daya kompetisi komoditas perkebunan kelapa sawit melalui agro industri karena pengembangan agro industri mampu mewujudkan peningkatan nilai tambah produk, berkembangnya peluang usaha dan penyerapan tenaga kerja perkebunan.

Di Provinsi Bengkulu pengembangan perkebunan kelapa sawit terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Perkebunan kelapa sawit terhampar luas disejumlah wilayah Kabupaten dan kota. Di Kabupaten Seluma memiliki 60 Ribu hektar perkebunan kelapa sawit jumlah yang sangat tidak sedikit. Meninjau perkembangan perkebunan kelapa sawit di Kabupaten Seluma Kecamatan Air Periukan, banyak petani yang beralih ke komoditi kelapa sawit yang sebelumnya berusaha tani padi, sehingga ditaksirkan luas lahan kelapa sawit dalam beberapa tahun kedepan akan semakin meningkat. Luasnya perkebunan kelapa sawit yang dimiliki seimbang dengan banyaknya potensi limbah yang akan dihasilkan. Berkeseimbangan adalah tindakan dan kebijakan ekonomi untuk mewujudkan pemerataan kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan pada setiap kelompok masyarakat dalam suatu negara berdasarkan keseimbangan pasar. Hal tersebut berarti upaya menghilangkan pengangguran akibat pendekatan teori yang disederhanakan dan bersifat umum di ubah dengan dasar mikro yang dibangun diatas sistem informasi. Guntur, Efendi M, (2009)²². Pada dasarnya,

²² Guntur, Efendi M, 2009. "Kube Sebagai Suatu Paradigma Soko Guru Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat". Transformasi Perekonomian Rakyat Menuju Kemandirian Berkeadilan. Jakarta: cv Sagung Seto. Hal.19

keseimbangan ini dapat menimbulkan dampak yang positif maupun negatif bagi kelangsungan usaha tani kelapa sawit, mengingat jika tidak dimanfaatkan sebaik mungkin akan menyebabkan pencemaran lingkungan dan apabila dimanfaatkan akan menambah pendapatan petani di Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma. Pengoptimalan limbah pelepah sawit dapat dilakukan dengan cara mengolahnya menjadi sebuah produk yang memiliki nilai jual dan nilai guna. Limbah kelapa sawit tidak dimanfaatkan oleh masyarakat Desa Pasar Ngalam karena belum tahu bagaimana mengelola limbah sawit terutama pelepah daun sawit dapat dijadikan produk yang bernilai ekonomis. Pelepah daun sawit yang merupakan limbah pohon kelapa sawit dapat dibuat tirai, anyaman lidi sawit bisa dibuat sehingga menghasilkan produk berupa piring, pot bunga, keranjang buah dan sovenir lainnya. Produk anyaman pelepah daun sawit banyak diminati oleh pengusaha catering, hotel, restoran, dan ibu-ibu rumah tangga, karena penggunaan yang praktis sehingga menjadi sumber pendapatan secara ekonomis bagi masyarakat Desa Pasar Ngalam.

Pemanfaatan biomassa kelapa sawit baru sebatas pada buah untuk memproduksi minyak, serta sampai pada tingkat tertentu, pada sabut, dan tandan. Sedangkan batang dan pelepah daun yang hanya dianggap sebagai limbah. Di

Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu perkebunan kelapa sawit terhampar luas disejumlah wilayah Kabupaten. Hal itu tentunya menjadi peluang usaha yang sangat terbuka bagi masyarakat yang memiliki kreativitas tinggi, sehingga limbah sawit bisa dimanfaatkan secara optimal.

Pengabdian masyarakat merupakan kegiatan intrakurikuler yang memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar bekerja bersama-sama dengan masyarakat. Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa bukan berarti mengajar masyarakat tentang sesuatu yang terbaik untuk mereka, tetapi melakukan pemberdayaan sebagai sebuah proses pencarian yang dilakukan bersama-sama untuk mencari jalan terbaik dalam penyelesaian masyarakat yang mereka hadapi. (Departemen agama,2004).

Hampir pada setiap program pemberdayaan, aspek pengembangan sumber daya manusia dijadikan salah satu komponennya. Tetapi juga hampir disemua program pemberdayaan, aspek pengembangan sumberdaya manusia hanya dilakukan ala kadarnya oleh sebab itu pengembangan sumberdaya manusia dalam rangka pemberdayaan ekonomi rakyat harus mendapat penanganan yang serius. Guntur Efenndi, (2009).²³

²³ ²³ Guntur, Efenndi M, 2009. "Kube Sebagai Suatu Paradigma Soko Guru Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat". Transformasi Perekonomian Rakyat Menuju Kemandirian Berkeadilan. Jakarta: cv Sagung Seto. Hal .14

Diharapkan dapat membantu peningkatan kegiatan perekonomian masyarakat Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu. Maka dari itu anggota Pengabdian Masyarakat Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu mempunyai kemampuan dalam kegiatan manajemen Sumberdaya manusia yang akan membantu masyarakat dalam kegiatan memanfaatkan limbah pelepah daun sawit menjadi berbagaimacam produk kerajinan yang memiliki nilai jual dan membantu masyarakat dalam manajemen pemasaran produk. Maka semua kegiatan pemanfaatan, proses pembuatan produk, pemasaran produk baik secara langsung maupun melalui media online atau internet. Dengan mensosialisasikan pemanfaatan limbah sawit menjadi berbagai macam produk yang dapat yang bermanfaat dan membantu memasarkan produk tersebut melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Penjelasan mengenai manajemen yang baik sehingga produk mereka dikenal masyarakat luas. Pelaksanaan kegiatan dengan berbasis kelompok akan dapat membantu secara keseluruhan aspek mengembangkan pola pikir dalam wirausaha, penyediaan sarana dan peralatan usaha, penguatan manajemen pemasaran melalui pelatihan dan pendampingan. Kegiatan pengabdian masyarakat

dilakukan secara terukur dan mengukur ketercapaian target serta terciptanya wirausaha yang handal.

2. Perumusan Masalah

Peluang yang sangat potensial ini masih sangat sedikit dikelola dan dikembangkan oleh kelompok masyarakat untuk menjual tirai tersebut. Usaha yang baru dicoba oleh masyarakat ini masih belum dikenal oleh masyarakat luar lainnya sehingga mereka takut untuk membuat tirai tersebut dan menjualkannya keluar, kelompok Serawai ini hanya menjualnya kepada pengepul yang mau membeli tirai tersebut dengan harga yang murah. Padahal mereka dapat menjual sendiri dengan melakukan strategi pemasaran yang sangat sederhana seperti mengenalkannya dari mulut ke mulut sehingga dapat memperluas informasi mengenai tirai ini. Dalam prosesnya masyarakat berfikir untuk menggunakan pelepah daun sawit tersebut menjadi sapu lidi namun sapu lidi sudah banyak diproduksi sehingga masyarakat sekitar belajar menemukan inovasi baru yang dapat dibuat dari pelepah sawit, terfikirilah oleh mereka membuat tirai dari pelepah daun sawit karena selama ini tirai terbuat dari anyaman bambu. Keunikan ini dapat menciptakan rasa penasaran masyarakat dan dapat menjadi barang yang bernilai nantinya.

Proses yang mereka andalkan selama ini hanya menjual kepada pengepul dan dibeli dengan harga yang murah, kemudian pengepul ini menjualnya dengan harga yang sangat tinggi ditoko-toko. Belum adanya usaha yang mendukung dan membantu untuk memaksimalkan perekonomian masyarakat. Kemudian peralatan yang digunakan untuk produksi tirai masih dilakukan secara manual karena baru menggunakan alat sederhana dan tradisional sebagai sarana pembuatan tirai. Proses menjalin tirai ini lebih cepat dari pada menjalin kain-kain anyam yang kita tau selama ini, kelompok Serawai dalam sehari dapat menghasilkan 12 anyaman tirai, hanya saja menunggu pelepah daun sawit yang telah ditipiskan menjadi kering membutuhkan waktu 2 hari untuk dapat dianyam. Kegiatan pemasaran tirai belum berjalan dengan baik, aspek penjualan tirai masih kurang menarik karena setelah tirai itu selsai dianyam tidak dibungkus dan tidak diberi label. Tirai yang selama ini dibuat hanya dalam bentuk polos dapat diberi gambar atau lukisan seperti bunga, boneka dan yang dapat menarik minat masyarakat, lalu memberi merek pada tirai tersebut karena dengan adanya merek dapat memebantu manajemen pemasaran produk. Lalu menggunakan media promosi dengan menggunakan media periklanan, masih menggunakan cara tradisional dari mulut ke mulut. Untuk itu promosi atau

periklan merupakan salah satu strategi penjualan yang memperlihatkan kualitas dan menjual tirai tersebut dari kelompok pengerajin kepada masyarakat luas.

Perlunya pendampingan dalam manajemen keuangan untuk menghadapi pasar agar lebih terorganisir untuk mendapatkan suntikan modal ketika pesanan melonjak dan lebih luas dengan memaksimalkan dukungan kepada koperasi simpan pinjam milik Bumdes Desa Pasar Ngalam.

3. Tujuan Program

- a. Mengembangkan Tirai melalui toko-toko perabotan dan menjualnya secara online adalah cara yang sangat potensial untuk dikembangkan mengingat sumber daya alam, dan sumber daya manusia yang sangat melimpah didesa tersebut tetapi belum terorganisasi dan belum diperdayakan dengan baik.
- b. Ibu-ibu yang masih sangat sedikit untuk bisa menganyam dan melukis tirai menjadi lebih menarik karena mereka belum memahami berinovasi melalui pelepah daun sawit tersebut.
- c. Kebanyakan bapak - bapak yang berkerja mencari pelepah sawit untuk dikelola menjadi tirai dan tidak bisa untuk menganyam pelepah daun sawit tersebut menjadi sebuah tirai.
- d. Masyarakat belum memahami dan menguasai sarana, prasarana, teknologi,

produksi dan proses produksi serta pemasaran produk tertata secara baik. Jadi, program Pengabdian masyarakat ini yang didukung kompetensi bidang manajemen pemasaran dan manajemen sumber daya manusia (SDM), dapat membantu mengembangkan dan memberi pengetahuan kepada masyarakat

A. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat terdiri atas tiga langkah utama, yaitu persiapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi kegiatan.

1. Persiapan kegiatan

Dalam persiapan kegiatan terdapat beberapa tahap yang dilaksanakan, yaitu:

a. Tahap observasi awal

Pada tahapan ini, observasi dilakukan dengan cara mengunjungi langsung lokasi pengabdian, bertemu dengan ketua Rt 1,2 dan 3, Ketua Rw, Kepala Desa Pasar Ngalam, dan masyarakat setempat. Pada kesempatan tersebut dilakukan juga wawancara, terutama tentang kondisi lingkungan, masyarakat, dan bagaimana masyarakat tersebut dalam berkerja. Data awal yang ditemukan terkait dengan pemanfaatan sumber daya alam yang belum dapat dimanfaatkan secara optimal dan masih kurangnya sumberdaya manusia yang kreatif.

b. Komunikasi dan koordinasi

Salah satu aspek penting dalam kegiatan pengabdian adalah komunikasi dan koordinasi dengan pihak yang terkait dilokasi pengabdian yaitu di desa Pasar Ngalam. Tanpa koordinasi pelaksanaan kegiatan akan terhambat dan kurang bermakna. Maka, upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara dan sosialisasi dengan masyarakat

setempat, ketua RT, ketua Rw, dan pengerajin tirai terkait tentang masalah yang ada Di Desa Pasar Ngalam ini.

c. Menyusun Rencana Kegiatan

Mekanisme pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Sosialisasi Program Sosialisasi dilakukan kepada masyarakat, aparat desa, dan komponen masyarakat lainnya yang ada di Desa Sepahat untuk memberikan gambaran mengenai rencana kegiatan pengabdian yang akan dilakukan. Selain itu, sosialisasi ini juga bertujuan untuk melihat respon masyarakat terhadap kegiatan yang akan dilakukan serta menampung berbagai aspirasi masyarakat mengenai permasalahan dan potensi desa yang ada di Desa Sepahat.
2. Pelatihan Pemanfaatan Limbah Kelapa Sawit (Lidi) Menjadi Produk Unggulan Desa Pelatihan ini merupakan pelatihan yang diberikan kepada masyarakat untuk memanfaatkan limbah pertanian yang selama ini tidak digunakan menjadi produk unggulan desa yang nantinya diharapkan mampu menjadi salah satu opsi kegiatan ekonomi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. Pelatihan ini mengajarkan masyarakat untuk memanfaatkan lidi kelapa sawit menjadi kerajinan tangan berbentuk piring, tempat buah air mineral dan hiasan

lainnya.

3. Pendampingan Pemantapan Hasil Kerajinan Pasca Pelatihan
Pendampingan pemantapan pasca pelatihan dilakukan sebagai salah satu cara untuk melihat keberlangsungan kegiatan pelatihan yang sudah dilakukan dan memastikan masyarakat tetap melanjutkan aktivitas membuat kerajinan lidi pasca pelatihan sekaligus memantapkan hasil kerajinan sebelum dijual ke pasar.
4. Tahapan proses perencanaan kegiatan

Proses perencanaan kegiatan merupakan langkah penting dalam merancang suatu program pengabdian. Setelah mempertimbangkan berbagai hal yang berkaitan dengan topik pembuatan kerajinan, dalam tahapan perencanaan ini, ditentukan hal-hal sebagai berikut:

- a. Nama kegiatan: Pemanfaatan pelepah daun sawit sebagai sumber ekonomi bagi masyarakat di Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu. Alasan dipilihnya kegiatan : Penetapan topik kegiatan antara lain: Sebagian besar Di Desa Pasar Ngalam belum adanya sejumlah kelompok kegiatan usaha, masih kurangnya pengetahuan tentang pemanfaatan, cara mengelolah, mengembangkan inovasi produk dari pelepah daun sawit dan nilai jual yang masih sangat rendah nilainya.

- b. Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat dalam pemanfaatan pelepah daun sawit sebagai sumber daya ekonomi bagi masyarakat Didesa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma. Masih sangat kurang, khususnya ibu-ibu rumah tangga masih sangat sedikit untuk dapat menganyam, melukis dan berinovasi dari pelepah daun sawit menjadi lebih menarik.
- c. Waktu dan pelaksanaan kegiatan: waktu pelaksanaan kegiatan, pelatihan pembuatan produk dilaksanakan pada tanggal 3 Desember 2020 hingga 06 Mei 2021 kegiatan diadakan setiap dua kali seminggu dalam sebulan dengan kegiatan yang berbeda. Kegiatan pertama adalah pelatihan pembuatan tirai (kerai), kegiatan kedua adalah pelatihan melukis tirai dari pelepah daun sawit, kegiatan ketiga pembuatan piring ayam geprek dari lidi sawit, kegiatan keempat adalah pelatihan membuat vas bunga, kegiatan kelima pelatihan membuat keranjang parcel atau keranjang buah.
- d. Tempat kegiatan: kegiatan pelatihan pembuatan produk kerajinan Dari pelepah daun sawit bertempat di Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu.

3. Pelaksana kegiatan

Pelaksanaan kegiatan mengacu pada rencana yang telah dirancang dan tertuang dalam jadwal kegiatan, dengan rincian

kegiatan “Pemanfaatan pelepah daun sawit sebagai sumber daya ekonomi bagi masyarakat Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma” dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan bukti kongkret kepedulian untuk membangun kreatifitas masyarakat setempat dengan wawasan serta pengetahuan yang baru. Oleh karena itu pelatihan pembuatan kerajinan ini dapat berjalan sebagai mana fungsinya dalam mendukung proses pengelolaan pelepah daun sawit. Kegiatan ini telah dilaksanakan dari tanggal 03 Desember 2020 sampai dengan 28 April 2021 pukul 08.00-11.30 Wib di Desa Pasar Ngalam dengan tujuan untuk memberi motivasi dan gagasan baru tentang pengelolaan pelepah daun sawit di Desa Pasar Ngalam.

1. Evaluasi kegiatan

Evaluasi adalah suatu rangkaian kegiatan yang dilakukan dengan sengaja untuk melihat tingkat keberhasilan program. Evaluasi merupakan tahap akhir dari rangkaian kegiatan, penting dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan rencana atau tidak selain itu, untuk mengetahui sejauh mana target dapat tercapai. Suharsimi Arikunto, (1993)²⁴.

Pada tahapan evaluasi, dilakukan bersama antara tim pengabdian dan sekelompok masyarakat Desa Pasar Ngalam untuk berinovasi dan meningkatkan pemahaman

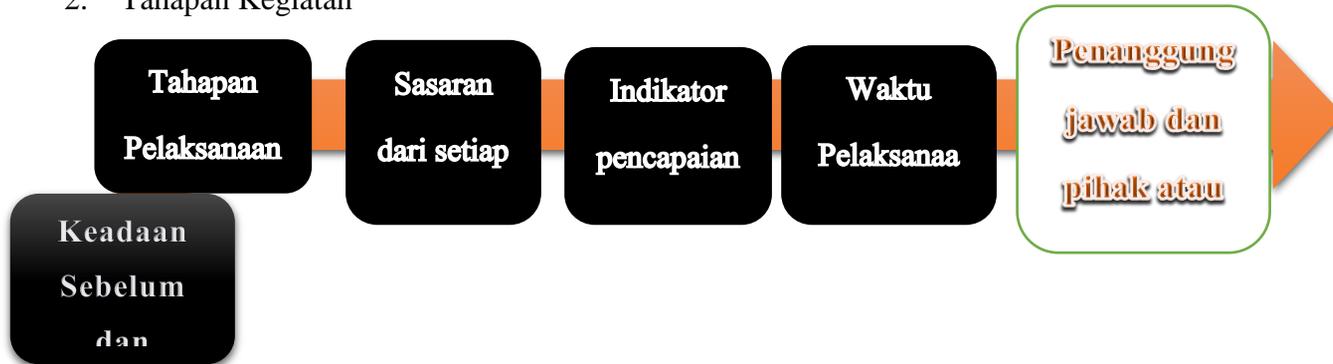
²⁴Arikunto, Suharsimi (2009).” *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*”.Jakarta: Bumi Aksara.Hal. 297

mengenai pembuatan produk hingga ke tahap pemasaran (marketing). Setelah dilakukan evaluasi terhadap berbagai aspek dapat disimpulkan bahwa secara umum, kegiatan pemanfaatan pelepah daun sawit ini mempunyai kegiatan berkelanjutan oleh masyarakat setempat.

Menurut Tyler (1950) yang dikutip oleh Suharsimi Arikunto dan cepi Sarifudin abdul jabar (2009)²⁵, evaluasi program adalah sebuah proses untuk mengetahui apakah tujuan telah terealisasi. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan secara umum dapat dikatakan bahwa pelaksanaan kegiatan pemanfaatan pelepah daun sawit ini mampu mendorong dan memotivasi masyarakat setempat untuk lebih mengerti lebih dalam mengenai strategi pemasaran yang baik dan benar. Dengan kegiatan ini diharapkan masyarakat setempat mampu mengelola bahan kerajinan dengan sebaik mungkin sehingga mampu menghasilkan produk unggul di pasaran hingga ketika ingin menjualkannya kepada konsumen mereka akan puas akan kualitasnya dan kita sebagai produsen mampu mendapatkan profit (keuntungan) yang lebih banyak lagi dari pada sebelumnya.

²⁵ Arikunto, Suharsimi dkk.(2009).”*menejemen penelitian*”.Jakarta: Reka Cipta.Hal. 5

2. Tahapan Kegiatan



Tabel 1.1**(Roadmap Pengabdian Masyarakat)**

No	<i>Roodmap</i> (peta jalan)	Keterangan
1.	Keadaan sebelum dan saat ini	<p>Keadaan sebelumnya masyarakat di Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu Di mana masih banyak masyarakat atau warga Desa Pasar Ngalam yang belum bisa memanfaatkan sumber daya alam dari pelepah daun sawit itu menjadi tirai dan menjadikannya berbagai macam produk kerajinan yang memiliki nilai jual dan bermanfaat, sehingga limbah pelepah daun sawit bertumpukan menjadi sampah dan tidak bermanfaat.</p> <p>Setelah dilakukan pengabdian masyarakat di Desa Pasar Ngalam ini masyarakat sudah mulai memiliki kekreatifan dalam memanfaatkan sumberdaya alam dari pelepah daun sawit tersebut, memanfaatkan pelepah daun sawit yang tidak berguna menjadi berbagai macam produk kerajinan seperti tirai, piring dari</p>

		<p>lidi sawit, vas bunga dan keranjang buah serta terbentuknya sekelompok masyarakat yang bekerja sama dalam membuat berbagai produk tidak hanya terfokus dengan tirai (kerai). Maka dengan begitu secara tidak langsung mereka sudah membuat penghasilan mereka bertambah jika produk tersebut dijual dipasaran dan omset mereka pun bisa lebih tinggi dari sebelumnya dan juga pangsa pasar mereka tidak hanya dibuat lalu dijual ke pengepul namun sekarang mereka bisa menjual produk mereka sendiri, seperti menjajahkan produk mereka secara langsung di perkotaan misalnya ditempat makan (lesehan), pusat oleh-oleh bengkulu, tokoh buah atau dengan cara berjualan secara online seperti, melalui facebook, whatsapp, instagram, shopee, lazada dll. Dengan begitu yang melihat produk jualan mereka bukan hanya masyarakat setempat namun juga masyarakat luas dan tentunya hal itu mampu meningkatkan profit keuntungan yang</p>
--	--	---

	c. Tahap Ketiga	<p>serempat, mengatur undangan untuk acara launching, dan sosialisasi pemanfaatan pelepah daun sawit sebagai sumber ekonomi bagi masyarakat desa Pasar Ngalam menjadi kekreatifitasan membuat produk baru.</p> <p>c. Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap program pelaksanaan kegiatan. Proses ini merupakan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan sendiri oleh masyarakat Desa Pasar Ngalam bersama mahasiswa yang mengadakan kegiatan pengabdian Di Desa Pasar Ngalam.</p>
3.	Sasaran dari setiap tahap	<p>d. Sasaran terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini, masyarakat yang ada atau terdaftar di desa Pasar Ngalam yang terdiri dari Dusun Lestermen dan Dusun Baru dimana masih dalam ruang lingkup Desa Pasar Ngalam.</p>

		<p>e. Mitra program pengabdian masyarakat yaitulembaga- lembaga dan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan program di Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan.</p> <p>f. Sasaran Pelaksanaan kegiatan program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di balai desa Pasar Ngalam . Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma.</p>
4 4.	Indikator pencapaian tujuan	<p>g. Bisa memperkenalkan dan memberikan motivasi dalam melakukan pelaksanaan kegiatan dalam pendampingan pemanfaatan pelepah daun sawit menjadi produk-produk unggulan di Desa Pasar Ngalam.</p> <p>h. Terciptanya kerjasama dan saling bertukar pikiran dalam pembuatan produk yang bermanfaat dan memiliki nilai jual sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat Desa Pasar Ngalam.</p>

5 5.	Waktu pelaksanaan	<p>Program kegiatan pengabdian masyarakat (PM) dilaksanakan pada :</p> <p>a. Desember 2020 pada pukul 08.00 -11.30 Wib. Acara pembukaan dihadiri oleh:</p> <p>Ibu kaprodi ekonomi dan bisnis islam dengan ada nya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sangat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan masyarakat setempat terutama mengenai strategi pemasaran (marketing) dengan baik dari mahasiswa pengabdian, berharap dengan adanya kegiatan ini masyarakat setempat mampu memahami dan memperaktekkan ilmu mengenai strategi pemasaran yang baik dan benar dan berharap masyarakat yang mengikuti kegiatan ini dengan serius dan aktif bertanya agar dapat menggali lebih dalam tentang strategi pemasaran (marketing) yang baik dan benar.</p>
------	-------------------	---

		<p>b. Ibu kepala desa beserta perangkat Desa Pasar Ngalam. Acara penutupan yang dihadiri oleh:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Ibu Eka Sri Wahyuni selaku Pembimbing 1. b. Ibu Yenti Sumarni selaku pembimbing 2. c. Menyampaikan ucapan terima kasih atas bimbingan nya selama masa pengabdian mahasiswa Di Desa Pasar Ngalam serta berharap kegiatan ini akan berkelanjutan hingga kedepannya.
--	--	---

Sumber: Data di olah (2021)

B. TEMUAN DAN HASIL KEGIATAN

1. Pelaksanaan Kegiatan

a. Waktu dan Tempat

Kegiatan Pengabdian masyarakat dilaksanakan selama 5 bulan terhitung mulai dari awal bulan November 2020 s/d April 2021 yang dilaksanakan di Desa Pasar

Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu.

Setelah menyelesaikan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, dan tahapan selanjutnya adalah bimbingan, pembuatan laporan kegiatan dan juga perbaikan laporan. Yang dilakukan pada bulan Desember 2020 s/d Mei 2021.

b. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Setelah menyelesaikan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat dengan tema “ Pemanfaatan Pelepah Daun Sawit Sebagai Sumber Ekonomi Bagi Masyarakat di Desa Pasar Ngalam “ Yang diadakan pada Hari Rabu 01 Desember 2020, bertempat di Balai Desa Pasar Ngalam

Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu. Kami dari tim pengabdian masyarakat merasakan sangat penting sekali sosialisasi ini bagi masyarakat karena dapat meningkatkan kekreatifan masyarakat, membangun semangat masyarakat untuk memanfaatkan sumberdaya yang ada dan menjualkan berbagai macam produk kerajinan tersebut melalui media online.

c. Faktor Penghambat

Jadwal yang molor atau lama dikerenakan dana yang masih kurang dan sulitnya untuk memperoleh kerjasama anatar tim dan seringnya waktu yang tidak efisien antar tim pengabdian serta proses pengajuan proposal yaang sulit untuk memperorel kerjasama kepada lembaga-lembaga terkait.

2. Pembahasan

Pada tanggal 01 Desember 2020 dilaksanakan pembukaan acara pengabdian sekaligus sosialisasi pemanfaatan pelepah daun sawit sebagai sumber ekonomi serta melakukan survey lokasi, bertemu dengan perangkat desa dan para pengrajin tirai untuk menentukan jadwal pelatihan dan pendampingan. Mengumpulkan pengrajin di desa pasar ngalam merupakan langkah awal guna mendapatkan informasi dan mengetahui seberapa banyak

pengrajin yang ada. Pun demikian dimaksudkan agar mudah nya komunikasi dan koordinasi yang akan dilakukan. Kemudian pada tanggal 23-24 Maret 2021 dilaksanakan pelatihan dan pendampingan pada para pengrajin, sebelum diberikan materi, pengrajin dan tim pengabdian melakukan untuk membahas mengenai permasalahan dan hambatan yang dialami oleh masyarakat dan berdiskusi mengenai solusi yang terbaik.²⁶

Sebagaimana Sabda Rasulullah SAW:

عَنْ عَاصِمِ بْنِ عُبَيْدِ اللَّهِ عَنْ سَالِمٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُؤْمِنَ الْمُخْتَرِفَ (أَخْرَجَهُ الْبَيْهَقِيُّ)

“Dari ‘Ashim Ibn ‘Ubaidillah dari Salim dari ayahnya, Ia berkata bahwa Rasulullah Saw. Bersabda: “Sesungguhnya Allah menyukai orang mukmin yang berkarya.”(H. R. Al-Baihaqi).²⁷

Berdasarkan hadits di atas dapat disebutkan bahwa berwirausaha merupakan kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi. Kreatifitas adalah mampu menangkap dan menciptakan peluang-peluang bisnis yang bisa dikembangkan. Di tengah persaingan bisnis yang ketat sekalipun seorang wirausaha tetap mampu menangkap dan menciptakan peluang baru

²⁶ Tanjung, Nasrul M. 2017.”Koperasi dan UMKM sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia”Jakarta : Erlangga.. Hal- 90.

²⁷ Wijayanti,R. (2018). *Membangun Entrepreneurship Islam dalam perspektif Hadits*. Cakrawala: Jurnal Studi Islam, 13(1), Hal,35-50

untuk berbisnis, sehingga ia tidak pernah khawatir kehabisan lahan.

Sedangkan inovasi adalah mampu melakukan pembaruan-pembaruan dalam menangani bisnis yang digelutinya, sehingga bisnis yang dilakukannya tidak pernah usang dan selalu dapat mengikuti perkembangan zaman. Sifat inovatif ini akan mendorong bangkitnya kembali kegairahan untuk meraih kemajuan dalam berbisnis. Jadi orang yang berkarya akan memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak dengan kreatifitas dan inovasinya untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya.

Contohnya dari “al-mukmin al-muhtarif” ditampakkan oleh generasi sahabat Rasulullah saw. dan para imam. Abdurrahman bin Auf, melalui kelihaiannya membaca peluang yang ada, bahkan berhasil menyingkirkan peran para pengusaha Yahudi sebagai pelaku ekonomi utama di Madinah saat itu. Utsman bin Affan dengan usaha dagangannya (bahan pakaian) membesar hingga menjadi sebuah konglomerasi usaha yang membawa banyak kebaikan bagi umat Islam di madinah. Imam Abu Hanifah, selain sibuk mengurus umat dan menjaga syariat juga seorang pedagang bahan pakaian yang amat jujur dan berhasil. Sedangkan pada zaman sekarang banyak para pengusaha-pengusaha yang telah sukses. Misalnya, Lucy

Gani Wijaya. Bermula dari keinginan mendapatkan uang saku kuliah pada tahun 1995. Dengan bendera Malioboro Craft, ia membangun usaha kerajinan tangan: tas tangan, dompet, hingga wadah bolpoin berbahan baku recycled paper. Produknya kini telah menembus pasar Eropa dengan sales representatif-nya di Stuttgart (Jerman), Darwin (Australia), dan Ottawa (Kanada).

Pengabdian masyarakat merupakan kegiatan intrakurikuler yang memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar bekerja bersama-sama dengan masyarakat. Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa bukan berarti mengajar masyarakat tentang sesuatu yang terbaik untuk mereka, tetapi melakukan pemberdayaan sebagai sebuah proses pencarian yang dilakukan bersama-sama untuk mencari jalan terbaik dalam penyelesaian masyarakat yang mereka hadapi. (Departemen agama,2004)

Islam juga mengajarkan Jual beli merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang hakikatnya adalah saling tolong menolong sesama manusia dengan ketentuan hukumnya telah diatur dalam syariat Islam. Allah Swt telah menjelaskan dalam al-Qur'an dan Nabi Saw dalam hadis-hadisnya telah memberikan batasan-batasan yang jelas mengenai ruang lingkup tersebut,

khususnya yang berkaitan dengan hal-hal yang diperbolehkan dan yang dilarang.²⁸

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

(QS. AL Baqarah: 275).²⁹

Dalam hal pengabdian masyarakat kami sebagai kelompok pengabdian ini setelah melakukan pengabdian 6 (enam) bulan yang dimulai dari bulan Desember 2020 s/d Mei 2021. Pengabdian ini diawali dengan pembukaan pengabdian atau penyerahan mahasiswa pengabdian untuk menyelesaikan tugas akhir memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana S.E. Sudah dilakukannya pengabdian ini kurang lebih 6 bulan dan telah adanya program-program dan kegiatan membantu menembah kekreatifitasan masyarakat Desa Pasar Ngalam seperti : (pembuatan tirai, membuat keranjang buah, piring dari lidi sawit, dan membuat pot bunga dari pelepah daun sawit). Setelah terlaksananya program dan kegiatan tersebut pengabdian ini juga sudah dilakukan dalam waktu yang panjang yaitung kurang lebih 5 bulan, maka dari itu kami selaku kelompok pengabdian akan menutup pengabdian ini secara resmi yang akan ditutup di Desa Pasar Ngalam di halaman balai Desa Pasar Ngalam

²⁸ Suma Amin Muhammad, 2013.”*Tafsir Ayat Ekonomi*”Jakarta: Amzah.Hal

²⁹ QS. AL-Baqarah: 275

Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Provinsi
Bengkulu.

C. LUARAN YANG DICAPAI

Tabel 2.1
(Luaran Yang Dicapai)

No	Uraian	Luaran
1.	Ada kegiatan pelatihan pembuatan tirai (kerai) dapat mengetahui alat dan bahan yang dibutuhkan serta cara melukis tirai dengan baik.	90%

2	<p>Kegiatan pelatihan pembuatan piring. Lidi pelepah daun sawit yang dianyam menjadi sebuah piring yang sering digunakan untuk piring ayam geprek dan dijadikan keranjang buah mini. Masyarakat dapat mengetahui alat dan bahan yang dibutuhkan serta cara mengaplikasiannya.</p>	90%
3.	<p>Kegiatan pelatihan pembuatan keranjang buah dari pelepah daun sawit yang dibentuk sangat menari. Masyarakat dapat mengetahui alat dan bahan yang dibutuhkan serta cara pembuatannya.</p>	90%
4.	<p>Kegiatan pembuatan pot dan vas bunga dari lidi dan pelepah daun sawit menjadi barang yang menarik sehingga dapat</p>	9

Sumber: Data di olah (2021)	
mengetahui alat dan bahan yang dibutuhkan serta cara pembuatannya.	

D. Jadwal Pelaksanaan

Tabel 3.1
(Jadwal Pelaksanaan Kegiatan)

No	Jenis Kegiatan	Bulan ke 1				Bulan ke 2				Bulan ke 3				Bulan ke 4				Bulan ke 5				Bulan Ke 6			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan																								
	Survey Awal																								

Jadwal pelaksanaan kegiatan dibuat berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, selama pengabdian masyarakat ini berjalan. Baik dari awal pembentukan kelompok pengabdian masyarakat, survei awal, sampai rangkaian pembuatan proposal, izin, dan pelaksanaan hingga evaluasi dan pelaporan hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat tersebut.

E. BIAYA KEGIATAN

Tabel 4.1
(Biaya Kegiatan)

No	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah (Rp)
		Unit	Harga @	
A.	Persiapan			
1	Biaya pembuatan proposal	6 unit	Rp.15.000	Rp.90.000
2	Transportasi	3 unit	Rp.30.000	Rp.90.000
3	Jumlah			Rp.180.000
B.	Pelaksanaan			

4

	Konsumsi	150 kotak	Rp.2.000	Rp.300.000
	Biaya pembuatan tirai (kerai)	20 unit	Rp.40.000	Rp.800.000
	Spanduk	2 buah	Rp.50.000	Rp.100.000
	Masker	1 kotak	Rp.50.000	Rp.50.000
	Tisu	1 bungkus	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Sabun cuci tangan	1 botol	Rp. 20.000	Rp.20.000
	Print undangan	30 lembar	Rp. 500	Rp. 15.000
	Aqua	1 dus	Rp. 18.000	Rp.18.000
	Buah-buahan	5 kilo	Rp. 15.000	Rp.75.000
	Transportasi	3 motor	Rp. 20.000	Rp.60.000
	Mika kue	1 pac	Rp. 10.000	Rp. 10.000
	Jumlah			Rp. 1.498.000

C.	Evaluasidan pelaporan			
	Persiapan			Rp. 180.000
	Pelaksanaan			Rp. 1.498.000
	Jumlah			Rp. 1.678.000

Sumber: Data di olah (2021)

1. ANGGARAN BIAYA

No	Peralatan	Volume	Satuan	Harga satuan	Jumlah
1	Pisau	10	Buah	Rp.15.000	Rp.150.000
2	Tali Nilon	20	Gulung	Rp.5.000	Rp.100.000
3	Cat	4	Kaleng	Rp.50.000	Rp.200.000
4	Plitur	1	Kaleng	Rp. 60.000	Rp.60.000
5	Kuas	3	Buah	Rp.15.000	Rp.45.000
Jumlah				Rp.145.000	Rp.555.000

Sumber: Data di olah (2021)

2. BIAYA PENJUALAN

No	Tanggal	Uraian	Volume	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
1	05 Februari 2021	Tirai (kerai)	20	Buah	Rp.40.000	Rp.800.000
2	20 Februari 2020	Piring Geprek	60	Buah	Rp.5.000	Rp.300.000
3	1 Maret 2020	Vas bunga kecil	30	Buah	Rp.20.000	Rp.600.000
4	23 Maret 2020	Keranjang parcel	25	Buah	Rp.30.000	Rp.750.000
Jumlah						Rp.2.450.000

Sumber: Data di olah

3. Penetapan Harga Jual Produk Kerajinan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pasar Ngalam Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Bengkulu dilaksanakan pada 03 Desember 2020 sampai dengan 28 April 2021 sudah terhitung dari persiapan sampai dengan selesainya kegiatan-kegiatan dilaksanakan Di Desa Pasar Ngalam. Penjualan kerai (tirai) dari pelepah daun sawit. Dalam proses menentukan harga jual-beli produk, harga awal yang biasa didapatkan masyarakat desa ngalam yaitu sebesar Rp. 22.000 satu tirai,

Lalu kami sebagai mahasiswi yang melakukan pengabdian membantu memasarkan produk dengan harga Rp. 40.000 per tirai, maka dengan itu diperoleh profit keuntungan sebesar Rp. 18.000 pertirai. Bapak Sulaiman pun membeli tirai sejumlah 20 lembar tirai dengan total uang sejumlah Rp.800.000. dengan profit keuntungan keseluruhan yang didapatkan dari 20 tirai kami mendapatkan keuntungan sebesar Rp.360.00.000. dengan adanya kerja sama ini, kami berharap bisa terus berjalan dan bekerja sama dengan baik.

Pembuatan piring ayam geprek dari pelepah daun sawit. Kegiatan dilakukan pada tanggal 20 Februari 2021. Penjualan ini dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan pihak pembeli.dalam penjualan ini kami

melakukan negosiasi harga jual beli bersama beliau, hingga antara pemasok dan pembeli sebagai penjual sama-sama bisa mendapatkan profit keuntungan masing-masing. Dalam proses menentukan harga jual-beli produk, harga awal yang biasa didapatkan masyarakat desa ngalam yaitu sebesar Rp. 5.000 satu piring, lalu kami sebagai mahasiswi yang melakukan pengabdian membantu memasarkan produk dengan harga Rp. 7.000 per piring atau sama dengan Rp.84.000/ lusin, maka dengan itu diperoleh profit keuntungan sebesar Rp. 2.000 piring. Konsumen pun membeli piring sejumlah 36 buah dengan total uang sejumlah Rp.252.000.

Pembuatan vas bunga dari pelepah daun sawit.

Pembuatan vas bunga dari pelepah daun sawit. Kegiatan dilakukan pada tanggal 01 Maret 2021 dengan salah satu masyarakat di daerah Perumdham. penjualan ini dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan pihak pembeli.dalam penjualan ini kami melakukan negosiasi harga jual beli bersama beliau, hingga antara pemasok dan pembeli sebagai penjual sama-sama bisa mendapatkan profit keuntungan masing-masing. Harga awal yang biasa diperoleh oleh masyarakat selama ini hanya sebesar Rp.20.000, lalu kami sebagai mahasiwi yang melakukan pengabdian kepada masyarakat membantu mesarkan produk mereka dengan harga 30.000, dengan begitu kami

mendapatkan keuntungan Rp.10.000 per vas bunga yang kami pasarkan kepada para konsumen. Dari penjualan tersebut kami menjual vas bunga sebanyak 3 buah Jadi total Rp.90.000. lalu Pembuatan keranjang parcel dari pelepah daun sawit.

Pembuatan keranjang parcel dari pelepah daun sawit. Kegiatan dilakukan pada tanggal 23 Maret 2021 dengan salah satu masyarakat di daerah telaga Dewa. penjualan ini dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan pihak pembeli.dalam penjualan ini kami melakukan negosiasi harga jual beli bersama beliau, hingga antara pemasok dan pembeli sebagai penjual sama-sama bisa mendapatkan profit keuntungan masing-masing dengan kesepakatan bersama. Yang biasanya masyarakat hanya menjual produk dengan harga Rp. 25.000, lalu kami membantu memasarkan produk mereka dengan harga Rp. 35.000 . dengan begitu kami bisa mendapatkan profit keuntungan sebesar Rp.10.000 per keranjang. Dari penjualan tersebut kami menjual keranjang parsel sebanyak 3 buah Jadi, total yang diperoleh sebesar Rp. 105.000.

4. KEBERLANJUTAN USAHA

Kedepannya usaha ini akan berlanjut dikemudian hari. Adapun rencana pengembangan produksi antara lain:

- a. Memperluas wawasan dibidang kerajinan khususnya dalam pembuatan tirai (kerai), vas bunga, keranjang parcel, piring ayam geprek.
- b. Menemukan dan menciptakan cara terbaru dalam bidang kerajinan.
- c. Memperluas target pasar.

F. PENUTUP

1. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan kurang lebih enam bulan ini dilakukan secara berkelompok dengan saling bahu-membahu. Kelompok pengabdian ini telah melakukan beberapa rangkaian kegiatan yang sebelumnya direncanakan di awal pengabdian masyarakat terutama pemanfaatan pelepah daun sawit sebagai sumber ekonomi masyarakat yang mampu memberikan dampak positif bagi pelaksanaan program serta tingkat partisipasi tinggi dari mitra yang terlihat dari kehadiran para pengrajin yang sangat antusias untuk mengikuti pelatihan dan dukungan dari perangkat Desa Pasar Ngalam kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu.

Hasil pendampingan mengenai pemanfaatan pelepah daun sawit menjadi berbagai produk kerajinan benar-benar dibutuhkan oleh para pengrajin terutama mengenai pengetahuan yang belum didapatkan untuk mengelolah

kerajinan pelepah daun sawit dengan berbagai inovasi produk yang diciptakan untuk mengelolah kerajinan pelepah daun sawit sebagai sumber ekonomi bagi masyarakat mengenai inovasi produk dalam program pengabdian masyarakat menjadi daya tarik karena selama ini pengrajin kurang memperhatikan variasi produk, sehingga produk terkesan monoton dan kurang diminati konsumen dipasaran. Maka dari itu, inovasi produk yang dibentuk menjadi tonggak dalam menyelesaikan problematika hasil produksi agar meningkatkan nilai ekonomi bagi masyarakat Desa Pasar Ngalam.

2. Saran

Saran dari pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

- 1) Saran untuk pengrajin harus menindak lanjuti hasil pelatihan inovasi produk sehingga yang dihasilkan semakin beragam.
- 2) Pihak Desa harus menyediakan wadah bagi para pengrajin dan memfasilitasi para pengrajin membentuk manajemen dan pemasaran produk.
- 3) Untuk semua anggota kelompok agar selalu kompak dalam melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi (2009).” *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*”.Jakarta: Bumi Aksara
- Arikunto, Suharsimi dkk.(2009).”*menejemen penelitian*”.Jakarta: Reka Cipta.
- Assauri, Sofjan.2015.”*Strategik Menejemen*”Jakarta : Rajawali Pers.
- Fahmi Irham.2004.”*Studi Kelayakan Bisnis dan Keputusan Investasi*”Panduan Bagi Para Akademisi dan Praktisi Bisnis Dalam Membangun dan Mengembangkan Bisnis. Jakarta :Mitra Wacana Media.
- Guntur, Efendi M, 2009.”*Kube Sebagai Suatu Paradigma Soko Guru Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*”.Transformasi Perekonomian Rakyat Menuju Kemandirian Berkeadilan. Jakarta: cv Sagung Seto.
- Herdiyansyah, Haris. 2013.” Wawancara, Observasi, dan Focus Groups Sebagai Instrumen Pengalihan Data Kualitatif” Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Muhammad.2004.”*Etika Bisnis Islam*” Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.
- Nur Rianto Al Arif,M. 2019.” *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*” Bandung: Alfabeta.
- Rozalinda.2016.”s”Surabaya: Rajawali Pers
- Arikunto, Suharsimi (2009).” *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*”.Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudradjat,(2020).” *Kelapa Sawit Prospek Pengembangan dan Peningkatan Produktifitas*”.Bogor: Anggota IKAPI.
- Suma Amin Muhammad, 2013.”*Tafsir Ayat Ekonomi*”Jakarta: Amzah.
- Tanjung, Nasrul M. 2017.”*Koperasi dan UMKM sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*”Jakarta : Erlangga.

LAMPIRAN – LAMPIRAN



Gambar 2. Keterangan : Foto Bersama Dengan Masyarakat dan Perangkat Desa



Gambar 4 Keterangan : Pembagian Konsumsi kepada Masyarakat Desa





Gambar 5. Keterangan: Produk - Produk karya Masyarakat Dari Pelepah Daun Sawit



**Gambar 6. Keterangan: Penjualan
Produk - Produk karya Masyarakat**





Gambar 7. Keterangan: kegiatan Bersama masyarakat desa pasar Ngalam











Neri Kurniati

Anggota FORUM JUAL BELI BENGKULU (FJ...

+ Album

Yang minat bisa Chat atau comen langsung guys 😊



Tambahkan ke postingan Anda





**Gambar 6 keterangan : Proses Produksi Awal
Pemanfaatan Pelepah Daun Sawit**