



Pemberdayaan Istri Petani Gurem melalui *Bag Craft Creative* sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Keluarga

Irmadatus Sholekhah ^{1)*}, Dwi Herlindawati ¹⁾, Lisana Oktavisanti Mardiyana ¹⁾, Dibyo Waskito Guntoro ²⁾

¹⁾Universitas Jember. Jember, Indonesia.

²⁾Universitas Muhammadiyah Palangka Raya. Palangka Raya, Indonesia.

Diterima: 26 Juli 2025

Direvisi: 11 November 2025

Disetujui: 15 Desember 2025

Abstrak

Keterbatasan lahan dan fluktuasi harga hasil pertanian menyebabkan pendapatan petani gurem tidak stabil, sehingga berdampak pada kesejahteraan ekonomi keluarga. Program pemberdayaan istri petani gurem melalui *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik merupakan bentuk usaha kreatif yang dilakukan dengan modal relatif kecil dan tidak memerlukan keterampilan kompleks sehingga mudah dilakukan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan bagi istri petani gurem agar dapat menghasilkan produk kerajinan tas anyaman yang bernilai jual sehingga menjadi sumber penghasilan tambahan bagi keluarga. Mitra sasaran adalah kelompok masyarakat tidak produktif secara ekonomi yakni istri petani gurem pada salah satu desa di Kab. Jember berjumlah 20 orang. Kegiatan ini terdiri dari pelatihan pembuatan *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik yang bernilai ekonomis; *branding* produk; serta pendampingan strategi digital marketing. Pelaksanaan pemberdayaan dilakukan dalam bentuk demonstrasi dan praktik. Hasilnya menunjukkan peserta pelatihan memiliki keterampilan pembuatan *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik, serta strategi pemasaran digital. Respon mitra sangat positif ditunjukkan dengan antusiasme terhadap program. Pengabdian sejenis dapat dilakukan dengan konsep penyempurnaan pada kelompok sasaran yang lebih luas.

Kata kunci: *bag craft creative*; istri petani gurem; pemberdayaan perempuan; penguatan ekonomi keluarga.

Empowering Smallholder Farmers' Wives Through Creative Bag Crafts as an Effort to Strengthen the Family Economy

Abstract

Limited land and fluctuations in agricultural prices result in unstable incomes for smallholder farmers, thereby affecting their families' economic well-being. The empowerment program for smallholder farmers' wives through creative craft bags made from plastic strapping bands is a form of creative business that is carried out with relatively small capital and does not require complex skills, making it accessible and easy to implement. This activity aims to provide training and mentoring for the wives of smallholder farmers, enabling them to produce woven bag crafts with sales value, thereby becoming a source of additional income for their families. The target partners are economically unproductive community groups, namely 20 smallholder farmers' wives in one village in Jember Regency. This activity involves training in creating creative craft bags made from plastic strapping bands, which offer economic value, product branding, and digital marketing strategy mentoring. Empowerment implementation is carried out through demonstrations and practices. The results showed that training participants developed skills in making creative craft bags from plastic strapping bands, as well as digital marketing strategies. Partners responded positively, demonstrating their enthusiasm for the program. Similar community service projects can be implemented with a refined concept to target a broader audience.

Keywords: *creative craft bags; smallholder farmers' wives ; women's empowerment; family economic strengthening.*

* Korespondensi Penulis. E-mail: irmadatus@unej.ac.id.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian memegang peranan dan perkebunan penting dalam perekonomian Desa Sidodadi Kec. Tempurejo Kab. Jember. Meskipun sektor ini menjadi tulang punggung perekonomian, ada banyak tantangan besar yang harus dihadapi terutama berkaitan dengan kesejahteraan petani. Sebagian besar rumah tangga petani berada dalam kondisi miskin dimana perempuan sebagai istri berupaya ikut berperan dalam kegiatan ekonomi (Supartiningsih & Maryati, 2015). Fenomena menurunnya minat pemuda untuk bekerja di sektor pertanian mempunyai konsekuensi bagi keberlanjutan sektor ini di masa depan (Arvianti et al., 2019). (Susilowati, 2016), menyebutkan bahwa fenomena ini terjadi karena adanya faktor internal seperti: luas dan status kepemilikan lahan; sektor pertanian dianggap kurang *prestise*, kotor, dan berisiko; ketidakcocokan kualitas pendidikan dan kesempatan kerja; jaminan stabilitas dan kontinuitas pendapatan yang rendah; upah yang rendah; diversifikasi industri pertanian kurang berkembang; belum ada insentif khusus untuk petani muda; terbatasnya infrastruktur produksi pertanian. Selanjutnya, faktor eksternal yang diberikan oleh sektor non pertanian dan persepsi pemuda jika bekerja di sektor non pertanian di perkotaan lebih bergengsi, menambah daftar panjang ketidaktertarikan generasi muda pada sektor ini.

Kesejahteraan menjadi faktor utama permasalahan sektor pertanian (Syahputri, Lubis, & Anggraini, 2024). Petani di Desa Sidodadi Kab. Jember terjebak dalam kondisi yang kurang sejahtera karena sebagian besar di antaranya merupakan petani gurem, yaitu petani yang mengelola lahan pertanian dengan luas <0,5 ha (Susilowati & Maulana, 2012). Kelompok ini adalah petani yang memiliki tanah sempit dan usahanya hanya mampu untuk menyambung hidup dalam bentuk yang minimal (Assan, 2019). Keterbatasan luas lahan dan fluktuasi harga hasil pertanian seringkali menyebabkan pendapatan petani gurem tidak stabil, sehingga berdampak pada kesejahteraan ekonomi keluarga.

Hasil studi pendahuluan tim pengabdian masyarakat memberikan gambaran bahwa selain tantangan di sektor pertanian, mengindikasikan temuan permasalahan dimana istri petani gurem di Desa Sidodadi Kab. Jember menghadapi keterbatasan akses terhadap sumber penghasilan tambahan. Mayoritas istri petani tidak memiliki keterampilan di luar bidang pertanian, sehingga sulit bagi mereka untuk berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Padahal, potensi untuk mengembangkan usaha kreatif di desa ini cukup besar, terutama jika didukung dengan pelatihan dan pendampingan yang tepat. Meskipun banyak program pemberdayaan bagi perempuan, namun hanya sedikit perempuan istri petani yang mendapatkan akses terhadap program tersebut. Faktor yang mempengaruhi antara lain program pemberdayaan tidak dikhususkan bagi Perempuan istri petani, perbedaan karakteristik relasi antara laki-laki dan perempuan, sikap stereotype perempuan dan program seringkali tidak berkelanjutan (Supartiningsih & Maryati, 2015). Peran wanita sebagai ibu rumah tangga selain membantu suami mencari tambahan nafkah untuk keluarga juga bertanggungjawab terhadap ekonomi keluarga (Yuniriyanti & Sudarwati, 2015). Hal ini memberikan inspirasi bagi tim pengabdian masyarakat untuk menawarkan solusi atas permasalahan mitra dengan sebuah program pemberdayaan istri petani gurem melalui *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik sebagai upaya penguatan ekonomi keluarga.

Program pemberdayaan istri petani gurem melalui *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik merupakan salah satu peluang yang dapat dikembangkan adalah pemanfaatan keterampilan kerajinan tangan untuk menciptakan produk bernilai ekonomis.

Bag craft creative atau kerajinan tas kreatif merupakan salah satu bentuk usaha kreatif berbahan dasar *strapping band* plastik atau limbah tali plastik yang dapat dilakukan dengan modal relatif kecil dan tidak memerlukan keterampilan yang terlalu kompleks sehingga mudah dilakukan oleh para istri petani gurem. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan bagi istri petani gurem untuk dapat menghasilkan produk kerajinan tas yang memiliki nilai jual sehingga dapat menjadi sumber penghasilan tambahan bagi keluarga. Pemanfaatan tali *strapping band* sebagai bahan baku merupakan bentuk inovasi kreatif, karena mengubah material sederhana bahkan sering dianggap limbah menjadi produk bermanfaat yang memiliki daya tarik pasar (Rismayanti & Yanti, 2025; Salmiah, Wibowo, & Khaliqi, 2020).

Pemberdayaan istri petani gurem melalui pembuatan *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik diharapkan dapat menciptakan peluang usaha baru yang mampu meningkatkan pendapatan keluarga petani gurem. Program ini bertujuan untuk memberikan keterampilan bagi para istri sehingga mampu berkontribusi dalam penguatan ekonomi keluarga. Selain itu, program ini juga diharapkan dapat meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan di desa tersebut, serta mendorong terciptanya ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga petani gurem.

METODE

Pengabdian kepada masyarakat melalui Program Dosen Mengabdi di Desa Asal (Prosendi Desa) dilakukan oleh tim pengabdian Universitas Jember selama tiga bulan. Mitra sasaran adalah kelompok masyarakat yang tidak produktif secara ekonomi (masyarakat umum/biasa) yakni para istri petani gurem yang tinggal di Desa Sidodadi Kab. Jember berjumlah 20 orang. Kegiatan ini terdiri dari: 1) Pelatihan keterampilan istri petani gurem melalui pembuatan *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik yang bernilai ekonomis; 2) Sosialisasi *branding* produk *bag craft creative* bertujuan supaya produk yang dihasilkan mudah dikenal masyarakat lebih luas, dapat menjadi produk unggulan istri petani gurem Desa Sidodadi Kec. Tempurejo Kab. Jember; serta 3) Pendampingan strategi marketing *bag craft creative* pada konsep digital marketing untuk memasarkan produk yang telah dihasilkan sehingga memberikan tambahan pendapatan dan penguatan ekonomi keluarga.

Peserta pelatihan adalah para istri petani gurem, yaitu petani yang mengelola lahan pertanian dengan luas <0,5 ha, tanah sempit dan usahanya hanya mampu untuk menyambung hidup dalam bentuk minimal yang tinggal di desa tersebut dengan rentang usia 25-60 tahun yang secara rinci disajikan pada Tabel 1. Program Dosen Mengabdi di Desa Asal (Prosendi Desa) dilakukan dengan beberapa metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan keterbatasan keterampilan istri petani gurem dalam menciptakan produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik serta pemasaran pada konsep digital marketing sebagai bentuk penguatan ekonomi keluarga (BPS, 2024). Untuk memastikan tercapainya tujuan kegiatan, digunakan beberapa metode yang disesuaikan dengan tahapan program. Pertama, dilakukan analisis karakteristik masalah dan kebutuhan mitra sebagai landasan perencanaan. Selanjutnya, metode demonstrasi dan praktik langsung diterapkan untuk mendampingi peserta menguasai keterampilan membuat *bag craft creative* dari *strapping band* plastik serta strategi pemasarannya. Pada aspek branding, metode ceramah interaktif yang dikombinasikan

dengan sesi tanya jawab digunakan untuk mensosialisasikan pentingnya identitas produk. Terakhir, evaluasi secara menyeluruh dilakukan guna mengukur efektivitas program dan dampak yang dihasilkan dari serangkaian kegiatan ini.

Setelah program Prosendi Desa selesai dilaksanakan, tim pengabdian melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan dan keberlanjutan program. Evaluasi difokuskan pada dua ranah utama. Pada aspek pengetahuan, yang mengukur pemahaman peserta atas seluruh materi pelatihan, mulai dari pembuatan produk, sosialisasi *branding*, hingga strategi pemasaran digital. Keberhasilan pada aspek ini diukur dengan membandingkan hasil *pretest* dan *posttest*, dimana program dinyatakan berhasil jika terdapat peningkatan skor *posttest*. Pada aspek keterampilan, yang menilai kemampuan praktis peserta dalam membuat *bag craft creative* dan menerapkan strategi pemasaran digital. Indikator keberhasilannya adalah terjadinya perubahan kemampuan peserta dari yang awalnya tidak mampu menjadi terampil dalam menghasilkan dan memasarkan produk. Berdasarkan indikator-indikator tersebut dapat diketahui tingkat keberhasilan program yang telah dilaksanakan. Kemudian untuk keberlangsungan program, tim pengabdian masyarakat tetap berkomunikasi dengan mitra serta melakukan monitoring jarak jauh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Dosen Mengabdi di Desa Asal (Prosendi Desa) hadir sebagai upaya pemberdayaan masyarakat dengan tujuan membantu masyarakat untuk mengembangkan kemampuannya sendiri untuk menyelesaikan masalah dan mengambil keputusan secara mandiri. Jenis permasalahan yang ditangani dalam program Prosendi Desa ini yaitu keterbatasan keterampilan yang dimiliki oleh para istri petani gurem dalam peningkatan ekonomi keluarga dengan memberikan keterampilan pembuatan *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik. Selanjutnya, produk yang telah dihasilkan akan dipasarkan melalui konsep pemasaran digital sehingga dapat memberikan bantuan pendapatan serta penguatan ekonomi keluarga (Widiati, 2020). Oleh karenanya, kegiatan pengabdian ini dimaksudkan sebagai solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra melalui pendekatan secara terpadu.

Program pemberdayaan istri petani gurem melalui *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik ini diperlukan dengan tujuan sebagai upaya penguatan ekonomi mitra. Kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat bagi sasaran pelatihan yakni istri petani gurem antara lain: memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang pembuatan *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik, serta memiliki keterampilan dalam strategi marketing *bag craft creative* pada konsep pemasaran digital marketing. Pelaksanaan Prosendi Desa dilakukan dengan beberapa tahapan, mulai dari analisis kebutuhan, persiapan dan koordinasi, pelaksanaan program, serta monitoring dan evaluasi program.

Pertama, tim pengabdian memulai program dengan terlebih dahulu melaksanakan tahapan analisis kebutuhan. Tahap ini diawali dengan melakukan survey lokasi dan studi pendahuluan untuk mempelajari permasalahan yang dihadapi mitra secara langsung, sehingga solusi yang ditawarkan melalui kegiatan pengabdian dapat tepat sasaran. Selanjutnya, tim menjabarkan tujuan umum kegiatan yang sejalan dengan peran dosen dalam pengabdian masyarakat serta dirancang sebagai jawaban atas masalah yang diidentifikasi. Berdasarkan observasi, karakteristik permasalahan mitra teridentifikasi pada keterbatasan keterampilan yang dimiliki para istri petani gurem untuk meningkatkan ekonomi keluarga. Oleh karena itu, strategi kegiatan yang ditetapkan adalah pemberdayaan melalui pembuatan *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik, dimana produk yang

dihasilkan nantinya akan dipasarkan menggunakan konsep pemasaran digital guna menciptakan tambahan pendapatan dan penguatan ekonomi keluarga.

Kedua, tahap persiapan dan koordinasi dilakukan dengan merumuskan materi pelatihan, pembuatan jadwal, menyiapkan alat dan bahan, serta pembagian tugas tim pengabdian. Perumusan materi pendampingan yang tepat meliputi materi, demonstrasi dan praktik keterampilan dalam menciptakan produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik; materi tentang *branding* produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik; materi tentang strategi marketing produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik dengan program digital marketing untuk memasarkan produk *bag craft creative* yang telah dihasilkan sehingga memberikan dampak penguatan ekonomi keluarga. Pembuatan jadwal pendampingan mulai dari observasi dan koordinasi bulan Mei, pelaksanaan pelatihan bulan Juni, serta monitoring dan evaluasi di bulan Juli dan Agustus. Selanjutnya, menyiapkan alat dan bahan yang diperlukan pada kegiatan pengabdian ini adalah LCD, proyektor, banner kegiatan, serta alat-alat penunjang pelatihan pembuatan produk *bag craft creative* seperti *strapping band* plastik, gunting, lem, kertas tisu bergambar, vernish, dan lain-lain.

Peran dan partisipasi mitra sasaran Prosendi Desa tidak hanya sebagai objek, beberapa partisipasi mitra diuraikan pada beberapa hal diantaranya: sebagai pelaku produksi kreatif, mitra dalam hal ini adalah istri petani gurem terlibat langsung dalam proses pembuatan produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik mulai dari desain, pembuatan sampai finishing sesuai dengan kegiatan pelatihan yang diberikan. Selain itu, mitra juga bertindak sebagai fasilitator pelatihan lanjutan. Mitra yang telah terampil dapat menjadi tutor bagi anggota baru atau istri petani gurem lain yang ingin belajar *bag craft creative* sehingga mempunyai keterampilan lain sebagai upaya penguatan ekonomi keluarga.

Ketiga, tahap pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan dengan mengadakan pertemuan ilmiah oleh tim pengabdian masyarakat dalam membahas permasalahan yang dihadapi mitra yang sesuai dengan bidang keahliannya. Kegiatan ini dimulai dengan pelatihan keterampilan dalam menciptakan produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik bertujuan sebagai upaya penguatan ekonomi keluarga di Desa Sidodadi Kec. Tempurejo Kab. Jember. Kegiatan ini dilakukan dengan metode demonstrasi dan praktik oleh narasumber yang dalam hal ini adalah owner atau pengrajin tas anyaman "Kasmirah".



Gambar 1. Demonstrasi dan Praktik Pembuatan Produk *Bag craft creative* Berbahan Dasar *Strapping band* Plastik

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, tidak ada kendala yang cukup berarti. Artinya, peserta terlihat sangat antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian acara pelatihan dan pendampingan yang diberikan oleh tim pengabdian Masyarakat. Selanjutnya, sosialisasi branding produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik bertujuan supaya produk yang dihasilkan mudah dikenal masyarakat lebih luas, dapat menjadi produk khas atau ikon Desa Sidodadi Kabupaten Jember. Kegiatan ini dilakukan dengan metode ceramah dan demonstrasi oleh tim pengabdian kepada peserta pelatihan. Berikut adalah branding produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik yang dihasilkan oleh istri petani gurem. Nama unik yang dipilih adalah Strapia, gabungan dari kata Strap yang berarti tali pengikat dan Topia berarti bentuk, anyaman. Logo produk tas anyaman ini dibuat demham pertimbangan Kesan unik, mudah diingat, dan relevan dengan produk.



Gambar 2. Branding Produk *Bag craft creative* Berbahan Dasar *Strapping band* Plastik

Pelatihan strategi marketing produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik dengan program digital marketing untuk memasarkan produk yang telah dihasilkan sehingga memberikan dampak penguatan ekonomi keluarga. Kegiatan ini dilakukan dengan metode ceramah, demonstrasi dan praktik oleh tim pengabdian dengan peserta pelatihan (Berlianisa, 2024). Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas program yang telah dilaksanakan. Tahap ini menjadi standart penentuan apakah mitra telah memiliki keterampilan tambahan berupa pembuatan produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik yang mampu dipasarkan sebagai upaya penguatan ekonomi keluarga istri petani gurem di Desa Sidodadi Kec. Tempurejo Kab. Jember.

Keempat, tahap monitoring dan evaluasi program. Tim pengabdian Universitas jember juga melakukan pendampingan, monitoring, dan evaluasi selama proses pelatihan dan pendampingan. Selain itu, tim pengabdian masyarakat merencanakan kegiatan monitoring dan evaluasi pasca pelatihan untuk mengetahui keberhasilan program. Tahap ini menjadi standart penentuan apakah produk-produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik yang dihasilkan mitra mampu dipasarkan sebagai upaya untuk penguatan ekonomi keluarga istri petani gurem di Desa Sidodadi Kec. Tempurejo Kab. Jember.

Berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian Masyarakat serupa telah banyak dilakukan. (Vuspitasari, Atlantika, & Novianty, 2023), pada penelitiannya mengungkapkan bahwa strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial Facebook dan WhatsApp telah banyak digunakan dan terbukti efektif sebagai sarana pemasaran digital produk anyaman rotan kampung kreatif di perbatasan. Media sosial lain seperti Instagram,

Facebook dan WhatsApp juga terbukti efektif dalam meningkatkan pemasaran digital Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) tas anyaman di Dukuh Krajan Desa Sukorejo (Ulfa & Fathoni, 2025). Lebih lanjut, (Winih & Damanuri, 2023), Mengidentifikasi beberapa hal yang menjadi tantangan pada pemanfaatan *e-commerce* dalam rangka meningkatkan daya saing bisnis tas anyaman diantaranya: keterbatasan akses teknologi, persaingan online yang ketat, keamanan dan privasi dalam transaksi online, proses logistik dan pengiriman, serta perubahan perilaku konsumen yang cepat dan dinamis menjadi tantangan nyata bagi wirausaha pemilik tas anyaman yang ingin memanfaatkan *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar (Sulistio, 2021).

Aktivitas pemberdayaan masyarakat oleh (Sari, Asfahani, & Fikriawan, 2025), menunjukkan bahwa pemasaran digital melalui media sosial Facebook kepada pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan Sukorejo Ponorogo terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk, interaksi dengan konsumen, serta aktivitas penjualan. Program ini berhasil membawa perubahan signifikan dalam strategi pemasaran bagi para pengrajin terutama dalam pemanfaatan teknologi digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Kartika & Widiastuti, 2019). Media sosial WhatsApp, Instagram, dan Facebook terbukti memberikan banyak respon konsumen untuk membeli tas anyaman di Desa Krangsono Kab. Jember (Robustin, 2022). Kegiatan pemberdayaan masyarakat dalam kerajinan kreatif rumah tangga dan pemasaran online menunjukkan peningkatan keterampilan dan pemahaman bagi para ibu PKK dalam pembuatan tas rotan yang menarik dan berkualitas. Peserta pelatihan juga berhasil memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk (Eka et al., 2023).

Saat ini, media sosial menjadi bentuk hubungan masyarakat yang paling transparan, menarik dan interaktif. Kondisi ini menjadi solusi membangun kesadaran merk pada konsumen melalui media sosial. Tidak hanya itu, sifat terbuka media sosial dapat dimanfaatkan oleh pelaku Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) untuk memasarkan produk atau jasanya (Batubara et al., 2023). Pemasaran media sosial merupakan strategi pemasaran digital menggunakan platform media sosial untuk mempromosikan produk dan membangun hubungan dengan calon konsumen (Sholekhah et al., 2025). Para pelaku bisnis dapat mengatur sosial media dengan *display* foto dan detail produk melalui platform Facebook, Twitter, WhatsApp, dan Instagram. Cara seperti ini adalah metode paling efektif dan dapat menekan biaya (Hidayah et al., 2021). Selain itu, *rebranding* desain yang melibatkan pembaruan logo, kemasan, dan strategi pemasaran dengan menekankan nilai-nilai lokal dan kualitas tinggi produk tas anyaman plastik seyogyanya dapat memberdayakan masyarakat lokal melalui peningkatan pendapatan dan pengembangan keterampilan (Kariz, Piecessa, & Wijianto, 2024). Program ini juga bertujuan untuk menciptakan ekosistem usaha berkelanjutan, memperkuat identitas produk, dan mengoptimalkan potensi ekonomi desa.

Kegiatan Prosendi Desa dilakukan dengan memberikan *pretest* yang terdiri dari lima soal untuk mengetahui pengetahuan dasar peserta pelatihan sebelum kegiatan berlangsung. Selanjutnya, demonstrasi dan praktik pembuatan produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik dan penyampaian materi mengenai digital marketing untuk memasarkan produk yang telah dihasilkan. Kemudian dilanjutkan dengan memberikan soal *posttest* berupa soal yang sama untuk mengetahui adanya peningkatan dan pemahaman peserta pelatihan tentang produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik dan digital marketing. Berikut adalah hasil analisis *pretest* dan *posttest* peserta pelatihan.

Tabel 1. Deskripsi Rerata dan Uji *Pretest* dan *Posttest* Peserta Prosendi Desa

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
<i>Pretest</i>	20	63.00	17.502	20	80
<i>Posttest</i>	20	73.00	13.416	60	100

Berdasarkan nilai Mean pada Tabel 5. menggambarkan bahwa skor *posttest* (73) lebih efektif dibandingkan skor *pretest* (63). Nilai Mean Rank menunjukkan bahwa skor *pretest* (4.50) lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *posttest* (6.33). Hal ini memperlihatkan jarak skor atau *gain score* antara *pretest* dan *posttest* menunjukkan hasil yang signifikan.

Tabel 2. *Test Statistics*

	<i>Posttest - Pretest</i>
Z	-2.233 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.026

Berdasarkan hasil analisis Wilcoxon diperoleh indeks perbedaan (t) atau nilai Z sebesar -2,233 dengan taraf signifikansi (p) atau Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,026 maka ($p < 0,026$) yang berarti kesimpulannya adalah ada perbedaan yang signifikan hasil pelatihan yang dilakukan berdasarkan hasil *pretest* dan *posttest*. Jika hipotesis diterima (ada perbedaan) maka peneliti wajib menyertakan kelompok data mana yang lebih tinggi dengan melihat Tabel 1. Berdasarkan nilai Mean pada Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa pelatihan yang diberikan memberikan peningkatan pengetahuan sebesar 10,00 kepada peserta yang dilihat dari peningkatan rata-rata nilai dari kedua test.

Pemberdayaan istri petani gurem melalui pembuatan produk *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik oleh tim pengabdian masyarakat memberikan pengetahuan dan keterampilan peserta mengenai branding dan packaging produk. Branding bertujuan agar produk yang dihasilkan mudah dikenal masyarakat luas, serta menjadi produk unggulan Desa Sidodadi Kec. Tempurejo Kab. Jember. Hasil produk yang telah dikemas siap dipasarkan kepada konsumen menggunakan konsep *Social Media Marketing* (SMM). Pemasaran media sosial merupakan strategi pemasaran digital dengan menggunakan platform media sosial untuk mempromosikan produk dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen maupun calon konsumen (Cahyani et al., 2024). Lebih lanjut, pemasaran digital dapat dilakukan menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube, maupun WhatsApp (Suleman et al., 2021). Penambahan materi terkait dengan pengelolaan keuangan juga penting untuk dikembangkan pada tahun berikutnya (Guntoro et al., 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi program, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemberdayaan istri petani gurem melalui *bag craft creative* berbahan dasar *strapping band* plastik telah berhasil mencapai tujuan pengabdian. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta yang signifikan, dimana nilai rata-rata *posttest* (73) lebih tinggi dibandingkan *pretest* (63) dengan selisih 10 poin. Secara statistik, uji Wilcoxon menunjukkan perbedaan yang signifikan ($Z = -2,233$; $p = 0,026$). Selain itu, seluruh peserta telah mampu mempraktikkan pembuatan produk kerajinan tas serta memahami strategi branding dan pemasaran digital. Dengan demikian, program ini efektif dalam memberdayakan istri petani gurem untuk menciptakan sumber penghasilan tambahan guna memperkuat ekonomi keluarga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami persembahkan kepada Rektor Universitas Jember, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Jember yang telah memberikan bantuan pendanaan melalui Hibah Program Dosen Mengabdikan di Desa Asal (Prosendi Desa) 2025, Kepala Desa Sidodadi Kec. Tempurejo Kab. Jember beserta jajarannya, Tim Narasumber "Kasmirah", Ibu-ibu istri petani gurem Desa Sidodadi Kec. Tempurejo Kab. Jember, serta tim Pengabdian Masyarakat Universitas Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- Eka, M., Hamdana, E. N., Pamenang, M. U., Arief, S., Sandhya, D., & Triswidrananta, O. D. (2023). Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK Bunulrejo dalam Kerajinan Kreatif Rumah Tangga Serta Pemasaran Online. *J-ABDI Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(3), 571-578. DOI:10.53625/jabdi.v3i3.6276
- Arvianti, E. Y., Masyhuri, M., Waluyati, L. R., & Darwanto, D. H. (2019). Gambaran Krisis Petani Muda Indonesia. *Agriekonomika*, 8(2), 168-180.
- Assan, A. (2019). Strategi Bertahan Hidup Petani Gurem di Desa Tukul Kecamatan Tering Kabupaten Kutai Barat. *EJournal Sosiatri-Sosiologi*, 7(3), 54-67.
- BPS. (2024). *Tempurejo District in Figures 2024*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember. Retrieved from <https://searchengine.web.bps.go.id/search?q=Tempurejo+District+in+Figures+2024&mfd=3509&content=all&page=1&title=0&from=all&to=all&sort=terbaru>
- Batubara, C., Safitri, D., Sari, D. P., Luthfiah, H. T., & Putra, B. U. (2023). Strategi Pengembangan Identitas Visual UMKM melalui Pembuatan Logo: Studi Kasus pada Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Aras. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 3(2), 420-427. <https://doi.org/10.31004/jh.v3i2.265>
- Berlianisa, R. Y. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital melalui Instagram untuk Meningkatkan Brand Awareness UMKM Muslimah DIY (Studi Kasus pada Asya Collection dan Terban Craft)*. Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta.
- Cahyani, A. N., Angggraini, K. D., Ishaq, D. F., & Eka, D. J. S. (2024). Inovasi Packaging untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM di Desa Mojoasem. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian kepada Masyarakat dan Kuliah Kerja Nyata*, 1(2), 309-320.
- Guntoro, D. W., Munandar, H., Herman, H., & Mustikaningsih, W. (2022). Peningkatan Pemahaman Financial Digital Transformation Pengurus Panti Asuhan Berkah Palangka Raya. *Martabe: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(8), 3077-3084.
- Hidayah, N., Maulana, I., Suryawan, S. P., Sa'diah, S. N. H., Indriyani, S., & Rizka, L. (2021). Implementasi Digital Marketing pada Pengrajin Tas Anyam Desa Pesidi Kecamatan Grabag, Kabupaten Magelang. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 384-394. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5347>
- Kariz, S. A., Piecessa, F. S., & Wijianto, W. (2024). Rebranding Produk UMKM Tas Anyam Plastik: Modernisasi Strategi Pemasaran Tas Anyam. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 3(5), 28-35.

- Kartika, S., & Widiastuti, F. (2019). Optimalisasi Penggunaan Kemasan Pempek Sutra pada Usaha Home Industri Rani di Desa Mendalo Darat Kec. Jaluko. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 3(1), 56-61. <https://doi.org/10.22437/jkam.v3i1.7010>
- Rismayanti, L. P., & Yanti, N. N. S. A. (2025). Pengembangan Ekonomi Kreatif Lokal UMKM melalui Inovasi Kerajinan *Strapping Band* di Desa Duman. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 11(2), 334-349.
- Robustin, T. P. (2022). Pendampingan Pemasaran dan Promosi Pada Usaha Tas Anyaman Di Desa Karangsono Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Jpm)*, 2(1), 1-8. <https://doi.org/10.31967/jpm.v2i1.558>
- Salmiah., Wibowo, R. P., & Khaliqi, M. (2020). Pemanfatan Limbah Tali Plastik (Strapping band) untuk Produk Rumah Tangga Kreatif yang Bernilai Jual di Kelurahan Belawan Sicanang, Kecamatan Medan Belawan, Kota Medan. *Talenta Conference Series: Agricultural and Natural Resources (ANR)*, 3(2), 37-41. <https://doi.org/10.32734/anr.v3i2.942>
- Sari, R., Asfahani, A., & Fikriawan, S. (2025). Pendampingan Pemasaran Digital Marketing Tas Anyaman melalui Media Sosial Facebook di Desa Prajegan Sukorejo Ponorogo. *Social Science Academic*, 295-302. <https://doi.org/10.37680/ssa.v0i0.5933>
- Sholekhah, I., Herlindawati, D., Marjono, M., & Guntoro, D. W. (2025). Kemandirian Ekonomi Ikatan Keluarga Besar Istri (IKBI) Pekerja Perkebunan melalui Pelatihan Strategi Marketing Urban Farming (Studi pada IKBI PTPN I Regional 5 Kebun Kalisanen Kotta Blater). *Kumawula: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(1), 168-177. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v8i1.56483>
- Suleman, D., Sari, I., Kuspriyono, T., & Suharyadi, D. (2021). Pelatihan Trik Pemasaran dengan Meningkatkan Pendapatan melalui Media Sosial. *PaKMas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 85-91. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v1i2.92>
- Sulistio, A. B. (2021). Branding sebagai Inti dari Promosi Bisnis. Retrieved from <https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/Branding-Sebagai-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf>
- Supartiningsih, N. L. S., & Maryati, S. (2015). Strategi Peningkatan Peran Perempuan terhadap Penguatan Ekonomi Rumah Tangga Petani untuk Mengatasi Masalah Kemiskinan di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Agrimansion*, 16(3), 225-242.
- Susilowati, S. H. (2016). Fenomena Penuaan Petani dan Berkurangnya Tenaga Kerja Muda serta Implikasinya bagi Kebijakan Pembangunan Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 34(1), 35-55. <https://doi.org/10.21082/fae.v34n1.2016.35-55>
- Susilowati, S. H., & Maulana, M. (2012). Luas Lahan Usaha Tani dan Kesejahteraan Petani: Eksistensi Petani Gurem dan Urgensi Kebijakan Reforma Agraria. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 10(1), 17-30. <https://doi.org/10.21082/akp.v10n1.2012.17-30>
- Syahputri, D., Lubis, S., & Anggraini, B. (2024). Analisis Peran Sektor Pertanian dalam Pengurangan Kemiskinan dan Peningkatan Kesejahteraan di Negara-Negara Berkembang. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 93-103.

- Ulfa, A. U., & Fathoni, K. (2025). Pemanfaatan Sosial Media sebagai Sarana Pemasaran di Era Digital pada Tas Anyaman di Dukuh Krajan Desa Sukorejo. *Social Science Academic*, 233-242.
- Vuspitasari, B. K., Atlantika, Y. N., & Novianty, N. (2023). Pemanfaatan Digital dalam Pemasaran Produk Anyaman Rotan Kampung Kreatif di Perbatasan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 997-1004. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3106>
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67-76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- Winih, T. S., & Damanuri, A. (2023). Peran E-Commerce sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Tas Anyaman untuk Meningkatkan Daya Saing. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 5(2), 1567-1580. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i2.3049>
- Yuniriyanti, E., & Sudarwati, R. (2015). Pengembangan Model Pemberdayaan Wanita dalam Upaya Pencapaian Ketahanan Pangan Keluarga pada Rumah Tangga Petani. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 161-175.