

## **PENDAMPINGAN ANAK PUTUS SEKOLAH MEMANFAATKAN LIMBAH KAYU JADI KERAMBA AYAM DENGAN DIGITAL MARKETING**

**Irianto<sup>1\*</sup>, Sudarmin<sup>1</sup>, Santoso<sup>1</sup>, Firmansyah<sup>1</sup>, Arman Syahputra<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Universitas Royal

*email: \*irianto2121212@gmail.com*

**Abstract:** Support for out-of-school children often faces challenges in facilitating skills and job opportunities. This project aims to provide practical solutions through the utilization of wood waste by processing it into chicken coops. The support program employs activity methods that include training, hands-on practice in website management with partners, as well as simulations and trials throughout the activities. This initiative not only teaches technical skills and entrepreneurship but also prepares participants to become competent business actors. By involving out-of-school children in the production process of chicken coops, they gain direct experience in business management and product marketing. Furthermore, digital marketing training is provided to expand market reach and enhance participants' digital skills. This approach is expected to open job opportunities and improve the economic independence of the participants.

**Keywords:** dropout, chicken coop; digital marketing

**Abstrak:** Pendampingan bagi anak putus sekolah sering menghadapi tantangan dalam memfasilitasi keterampilan dan kesempatan kerja. Proyek ini bertujuan untuk memberikan solusi praktis melalui pemanfaatan limbah kayu dengan mengolahnya menjadi keramba ayam. Program pendampingan menggunakan metode kegiatan yang meliputi pelatihan, praktik langsung dalam pengelolaan website bersama mitra, serta simulasi dan uji coba selama kegiatan berlangsung. Inisiatif ini tidak hanya mengajarkan keterampilan teknik dan kewirausahaan tetapi juga mempersiapkan peserta untuk menjadi pelaku usaha yang kompeten. Dengan melibatkan anak putus sekolah dalam proses produksi keramba ayam, mereka mendapatkan pengalaman langsung dalam pengelolaan usaha serta pemasaran produk. Selanjutnya, pelatihan pemasaran digital diberikan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keterampilan digital peserta. Pendekatan ini diharapkan dapat membuka peluang kerja dan meningkatkan kemandirian ekonomi peserta.

**Kata kunci:** putus sekolah, keramba; pemasaran digital

## PENDAHULUAN

Banyaknya anak yang putus sekolah masih menjadi persoalan yang mendasar bagi Indonesia. Merujuk data Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2022 terdapat 1 per 1.000 anak putus sekolah di tingkat SD, 10 per 1.000 anak putus sekolah tingkat SMP, dan 12 per 1.000 anak putus sekolah tingkat SMA. Seluruh elemen baik itu pemerhati pendidikan mulai dari keluarga, komunitas, dan seluruh stakeholders harus punya perhatian pada urusan pendidikan nasional dan mengurangi angka putus sekolah harus mulai menjadi perhatian bersama (Budi Lestari et al., 2020). Hal ini terjadi di Kabupaten Asahan di Kecamatan Kota Kisaran Timur, Kelurahan Mutiara, masih ada anak-anak yang putus sekolah, salah satu faktor penyebabnya adalah faktor ekonomi dari orang tuanya, sehingga anak terdorong untuk mengambil keputusan berhenti dari sekolah atau putus sekolah, kendatipun Pemerintah mewajibkan adanya pendidikan 9 (sembilan tahun) (Hakim, 2020).

Kurangnya motivasi dari orang tua dan tingkat kesadaran orang tua terhadap dunia pendidikan sangat rendah sehingga menjadi permasalahan yang mendasar terjadinya anak putus sekolah, mengakibatkan anak lebih termotivasi untuk mencari pemasukkan uang dari pada belajar. Anak yang putus sekolah lebih fokus mencari kegiatan untuk bisa mendapat uang, dilakukan dengan cara mengambil limbah kayu yang berasal kilang kayu yang berada di Lingkungan III Kelurahan Mutiara Kecamatan Kota Kisaran Timur, Provinsi Sumatera Utara.

Limbah kayu tersebut merupakan hasil sortiran dari kilang kayu yang tidak bisa dijual, sehingga di dimanfaatkan oleh

anak putus sekolah dengan cara mengumpulkan limbah kayu dan menjualnya kepada pemilik usaha Bubut Kayu Karya.

Usaha Bubut Kayu Karya didirikan oleh Bapak Akmaluddin Nasution yang beralamat di Jalan Benteng Lingkungan III, Kelurahan Mutiara Kecamatan Kota Kisaran Timur, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara. Usaha Bubut Kayu Karya ini merupakan usaha rumahan yang memproduksi pembuatan keramba ayam dengan memanfaatkan limbah kayu. Pemilik usaha Bubut Kayu Karya tidak sekedar membeli limbah kayu dari anak putus sekolah namun juga memberdayakan anak putus sekolah untuk membuat keramba ayam dengan cara mengajarkan cara membuat keramba ayam.

Kegiatan usaha Bubut Kayu Karya yang didirikan oleh Bapak Akmaluddin Nasution yang memproduksi pembuatan keramba ayam dengan memberdayakan anak putus sekolah Proses pemasaran yang diterapkan oleh Bapak Akmaluddin Nasution pengusaha Bubut Kayu Karya masih menggunakan sistem konvensional dimana penjual dan pembeli bertemu langsung dengan melibatkan anak yang putus sekolah menjadi orang yang melayani pembeli keramba ayam (Ernawati et al., 2021).

Berdasarkan uraian permasalahan yang ada pada usaha Keramba Ayam dari limbah kayu maka dapat disimpulkan beberapa permasalahan prioritas. Semakin banyak para pengerajin dari anak putus sekolah maka semakin banyak produk yang harus segera di tawarkan ini bertujuan agar perekonomian para pengerajin semakin baik. Usaha rumahan seperti Keramba Ayam dari limbah kayu menghadapi kesulitan dalam memasarkan produk mereka selama produksi. Ini bisa

terjadi karena kurangnya akses ke pasar yang luas. Penerapan dan penggunaan teknologi informasi belum dilakukan secara efektif dalam upaya pemasaran dan promosi produk. Penjualan rata-rata 20 unit per bulan dengan kisaran harga Rp. 100.000,- per unit maka sekitar Rp. 2.000.000,- untuk penjualan per bulannya. (Lailiyah & Istiqomah, 2023).

Kerajinan limbah kayu menawarkan pandangan yang menakjubkan. Dari tumpukan kayu bekas yang sebelumnya dianggap sebagai sampah, muncul karya seni yang mempesona dan bernilai ekonomi. Setiap potongan kayu yang telah diolah oleh para anak putus sekolah dengan cermat menjadi bahan mentah bagi kreativitas yang tak terbatas (Arianto & Risdiyanto, 2021). Dari sini pemilik terus mengajak anak putus sekolah untuk belajar dan menekuni kerajinan Keramba Ayam dari limbah kayu, sebagai alasan dipilihnya anak putus sekolah karena waktu mereka lebih banyak jika dibandingkan dengan anak lainnya (- et al., 2022).

Dengan terus membantu pengerajin dari kalangan anak putus sekolah maka perlahan banyak stok produk yang belum terjual secara luas dan juga belum dikenal oleh banyak kalangan masyarakat, salah satu masalahnya ialah kesulitan untuk menjangkau pasar yang luas (Melandi et al., 2023). Mereka mungkin tidak memiliki akses ke saluran distribusi yang efektif atau tidak memiliki jaringan yang cukup luas untuk memasarkan produk mereka. Dalam melakukan Pemasaran secara digital merupakan kegiatan atau strategi pemasaran yang dilakukan menggunakan media digital atau internet untuk mempromosikan produk atau layanan (Sari & Utami, 2021).

Pemasaran digital memfasilitasi

interaksi yang efektif antara bisnis dan konsumen target mereka melalui berbagai saluran on line seperti mesin pencari, media sosial, email, dan iklan internet (Amin et al., 2022). Di tengah perkembangan pesat lingkungan digital, pemasaran digital telah menjadi kunci keberhasilan strategi pemasaran (Febrian et al., 2021).

## **METODE**

Metode pengabdian kepada masyarakat dalam kegiatan ini mengadopsi pendekatan partisipatif dan kolaboratif, yang melibatkan berbagai tahap yang terstruktur dan terencana. Berikut adalah tahapan metode yang digunakan (Sono et al., 2023):

### **Tahap penentuan kebutuhan dan perencanaan**

Merupakan langkah awal yang krusial dalam proses pengabdian kepada masyarakat. Tahap ini melibatkan berbagai kegiatan yang bertujuan untuk memahami permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat serta merancang program yang tepat sasaran.

### **Tahap pelaksanaan**

Pengabdian kepada masyarakat adalah realisasi dari perencanaan yang telah dirumuskan, di mana berbagai kegiatan dilakukan secara terstruktur dan terarah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

### **Tahap penerapan**

Aplikasi merupakan fase penting dalam proses pengabdian kepada masyarakat, di mana teknologi yang telah dikembangkan atau diadaptasi diaplikasikan untuk memenuhi kebutuhan yang telah diidentifikasi.

### Tahap evaluasi

Merupakan langkah krusial dalam program pengabdian kepada masyarakat, yang bertujuan untuk menilai efektivitas, efisiensi, dan dampak dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan secara komprehensif untuk memastikan bahwa tujuan program tercapai dan memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat.



Gambar 1. Pengamatan ke Lapangan

### PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberdayakan anak putus sekolah melalui pendekatan yang mengintegrasikan pelatihan keterampilan praktis dan pemahaman mengenai pemasaran digital. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada pemberian keterampilan teknis, tetapi juga pada pengembangan keterampilan kewirausahaan dan digital, yang menjadi krusial di era teknologi saat ini. Di sinilah pemasaran digital menjadi penting. Anak-anak ini perlu memahami bagaimana teknologi dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pasar mereka, menghubungkan produk mereka dengan konsumen yang lebih luas, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan.



Gambar 2. Persiapan Peracikan kayu

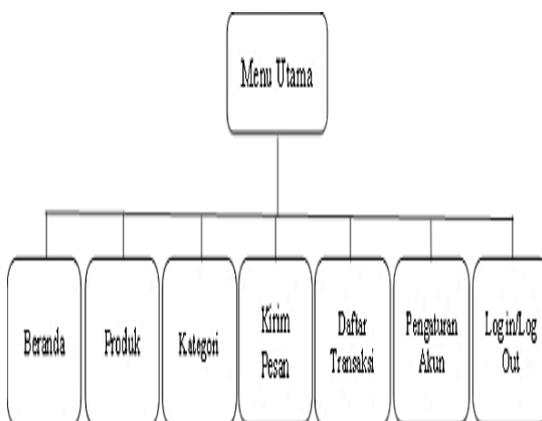
Pada hasil observasi ke lapangan Mitra usaha membutuhkan website yang efektif untuk mendukung operasional dan pengembangan bisnis mereka. Website berfungsi sebagai platform utama untuk memperkenalkan produk atau jasa, menjangkau pasar yang lebih luas, serta meningkatkan kredibilitas di mata pelanggan. Selain itu, website yang dirancang dengan baik memungkinkan mitra untuk mengelola penjualan secara online, mempermudah komunikasi dengan pelanggan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran digital. Dalam pelaksanaannya ada beberapa tahapan yang akan di lakukan sebagai berikut :

1. Diskusi dengan tim tentang bagaimana web yang akan di buat



Gambar 3. Focus Group Discussion

2. Desain rancangan dan penggunaan web memainkan peran penting dalam kesuksesan suatu usaha di era digital. Proses perancangan dimulai dengan identifikasi kebutuhan dan tujuan bisnis, yang menjadi dasar dalam menentukan struktur dan fitur-fitur yang akan diintegrasikan ke dalam website.
3. Desain *Site Map*  
Di tahap ini bagaimana aliran penggunaan aplikasi pemasaran keramba ayam dapat lebih mudah digunakan.



Gambar 4. Desain *Site Map*

Adapun Tahapan Pelaksanaan Program yaitu :

### **Identifikasi dan Rekrutmen Peserta**

Program ini dimulai dengan identifikasi calon peserta, yaitu anak putus sekolah yang berusia antara 15 hingga 21 tahun. Rekrutmen dilakukan melalui kerjasama dengan komunitas lokal, sekolah, dan lembaga sosial untuk memastikan bahwa peserta yang paling membutuhkan mendapat kesempatan untuk mengikuti program ini.

### **Pelatihan Keterampilan Teknis**

Peserta diberikan pelatihan intensif mengenai cara mengolah limbah kayu menjadi keramba ayam. Pelatihan ini mencakup pemahaman dasar mengenai sifat kayu, teknik pengolahan yang efisien, serta penggunaan alat-alat sederhana. Selain itu, peserta juga diajari tentang cara memproduksi keramba dengan kualitas tinggi agar dapat bersaing di pasar.

### **Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital**

Setelah memperoleh keterampilan teknis, peserta dilatih mengenai konsep dasar kewirausahaan, termasuk manajemen usaha kecil, perhitungan biaya produksi, dan penentuan harga jual. Pelatihan ini juga mencakup strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, pembuatan konten untuk promosi, dan pengelolaan toko online. Melalui pelatihan ini, peserta diajari cara memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan dan menjual produk mereka secara online.

### **Pendampingan dan Monitoring**

Setelah pelatihan, peserta menerima pendampingan berkelanjutan

selama beberapa bulan. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu peserta dalam mengatasi hambatan yang mungkin mereka hadapi saat memulai usaha mereka sendiri. Tim pendamping juga melakukan monitoring secara berkala untuk menilai kemajuan peserta dan memberikan saran serta solusi untuk masalah yang muncul.



Gambar 5. Pelatihan dan Workshop

### Hasil dan Dampak Program

Program ini diharapkan dapat menghasilkan beberapa dampak positif. Pertama, peserta akan memiliki keterampilan teknis yang dapat digunakan untuk memproduksi keramba ayam dengan memanfaatkan limbah kayu yang melimpah di sekitar mereka. Kedua, peserta akan memiliki pemahaman tentang dasar-dasar kewirausahaan dan pemasaran digital, yang memungkinkan mereka untuk memulai usaha kecil dengan modal yang relatif rendah. Ketiga, melalui pemasaran digital, peserta dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan peluang mereka untuk berhasil dalam usaha yang mereka jalankan.

### SIMPULAN

Melalui program ini, anak putus sekolah tidak hanya dibekali dengan ket-

erampilan teknis, tetapi juga diberi pengetahuan dan alat yang mereka butuhkan untuk menjadi pengusaha yang mandiri. Dengan mengintegrasikan pelatihan teknis dan pemasaran digital, program ini memberikan solusi holistik yang dapat membantu mereka keluar dari siklus kemiskinan dan menjadi anggota masyarakat yang produktif. Program ini juga membuka peluang untuk pengembangan ekonomi lokal melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia dan pemasaran yang inovatif.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian kepada Masyarakat Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (KEMDIKBUDRISTEK) atas dukungan serta pendanaan yang telah diberikan dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini. Dukungan dan arahan sangat berperan penting dalam kesuksesan program ini, khususnya dalam upaya memberdayakan anak-anak putus sekolah melalui pendekatan yang inovatif dan berkelanjutan. Kami sangat menghargai komitmen Kementerian dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia di Indonesia.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada LPPM STMIK Royal, yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan fasilitas yang luar biasa selama proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan ini. Sinergi yang terjalin antara LPPM STMIK Royal dengan berbagai pihak telah menjadi fondasi yang kuat dalam mencapai tujuan program ini. Kami sangat menghargai ker-

jasama yang telah terjalin dan berharap dapat terus bekerja sama di masa mendatang untuk kegiatan pengabdian yang lebih luas dan berdampak bagi masyarakat.

Kami menyadari bahwa pencapaian ini tidak akan mungkin terjadi tanpa dukungan dari kedua institusi ini. Semoga kolaborasi ini dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian ekonomi melalui pendidikan dan pelatihan yang tepat guna. Terima kasih.

#### DAFTAR PUSTAKA

- J., Arfan, N., -, H., & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- Amin, M. A. N. A., Indriasih, D., & Utami, Y. (2022). Pemanfaatan Limbah Plastik Menjadi Kerajinan Tangan Bagi Ibu-Ibu Pkk Desa Mejasem Barat, Kecamatan Keramat, Kabupaten Tegal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPMN)*, 2(1), 35–41. <https://doi.org/10.35870/jpmn.v2i1.580>
- Arianto, B., & Risdwiyanto, A. (2021). Kiprah Aktor Warganet melalui Media Sosial dalam Pemasaran Digital: Studi Kasus pada #HondaBeAT. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i1.636>
- Budi Lestari, A. Y., Kurniawan, F., & Bayu Ardi, R. (2020). Penyebab Tingginya Angka Anak Putus Sekolah Jenjang Sekolah Dasar (SD). *Jurnal Ilmiah Sekolah Dasar*, 4(2), 299. <https://doi.org/10.23887/jisd.v4i2.24470>
- Ernawati, E., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(1), 27–40. <https://doi.org/10.21067/jem.v17i1.5215>
- Febrian, A., Lina, L. F., Safitri, V. A. D., & Mulyanto, A. (2021). Pemasaran digital dengan memanfaatkan landing page pada perusahaan start-up. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 313. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10103>
- Hakim, A. (2020). Faktor Penyebab Anak Putus Sekolah. *Jurnal Pendidikan*, 21(2), 122–132. <https://doi.org/10.33830/jp.v21i2.907.2020>
- Lailiyah, N. I., & Istiqomah, N. H. (2023). Literature Review: KOL Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital di Era Sosial 5.0. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(3), 1055–1058. <https://doi.org/10.37034/infv5i4.576>
- Melandi, I. K., Budiman, A., & Yusuf, I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Digital Pada Travelxism

- Menggunakan Digital Marketing Canvas. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1107–1122.  
<https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3138>
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 1–14.  
<https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss1.art1>
- Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi Pemasaran Digital dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(04), 312–324.  
<https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.712>