JUKESHUM
Jurnal Pengabdian Masyarakat
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jukeshum/index

E-ISSN : 2774-4698
Vol. 3, No.1, Januari 2023
Hal. 137-146

STRATEGI PENGEMBANGAN KERAJINAN ANYAMAN PURUN DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PADA MASA PANDEMI DI DESA SEMENTARA

Feri Armando Hasibuan[1], Siti Mardiana[2], Indah Apriliya[3*]

[1,2,3] Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area, Indonesia

Email: Indahapriliya@staff.uma.ac.id

**corresponding author*

ABSTRAK

Purun dapat dijadikan suatu produk yang sangat menguntungkan, Salah satu desa yang menjadi pengrajin purun di Sumatera Utara yaitu, Desa Sementara, Kecamatan Pantai Cerminn, Kabupaten Serdang Bedagai. Ketiadaan media untuk mempromosikan produk UKM sebenarnya juga merupakan masalah yang dialami oleh pemberdayaan UKM diseluruh daerah di Indonesia. Untuk itu, diperlukan strategi khusus dalam upaya peningkatan daya saing dengan pemanfaatan teknologi informasi. Metodologi yang digunakan dengan survei ke desa Sementara dan membuat langsung produk purun variasi baru. Hal ini dilakukan agar para pengrajin purun lebih memahami secara jelas. Dengan banyaknya varian produk baru akan menarik peminat purun. Hasilnya, Ecommerce di Indonesia telah menjadi norma sosial yang berkembang dengan penggunaan platform online produk perawatan, kesehatan, produk makanan beku, produk kerajinan dll. Produk yang dihasilkan dari kegiatan ini di antaranya: alas meja, alas gelas, tas keranjang dan vas bunga.

Kata Kunci: Purun, Strategi, Pemasaran

ABSTRACT

Purun can be made into a very profitable product. One of the villages that became purun craftsmen in North Sumatra, namely, Temporary Village, Pantai Cerminn District, Serdang Bedagai Regency. The absence of media to promote SME products is actually also a problem experienced by the empowerment of SMEs in all regions in Indonesia. For this reason, a special strategy is needed in an effort to increase competitiveness by utilizing information technology. The methodology used was a survey of temporary villages and direct production of new variations of purun products. This is done so that purun craftsmen understand more clearly. With so many new product variants, it will attract purun fans. As a result, Ecommerce in Indonesia has become a thriving social norm with the use of online platforms for care products, health, frozen food products, craft products etc. The products produced from this activity include: table mats, glass mats, basket bags and flower vases.

Keywords: *Purun, Strategy, Marketing*

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu sektor usaha rill yang memiliki peranan penting dan merupakan salah satu tulang punggung perekonomian negara berkembang seperti Indonesia. Namun terdapat beberapa masalah dalam mengembangkan UKM tersebut.

Minimnya media untuk mempromosikan produk UKM menjadi kendala yang dihadapi pemberdayaan UKM di seluruh wilayah Indonesia. Untuk itu diperlukan strategi khusus dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya saing. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, UKM dapat bertindak cepat dan mengembangkan usahanya sehingga dapat mengembangkan usahanya secara global (Abdurrahman & Turianto, 2018).

Purun adalah salah satu jenis tanaman liar yang tumbuh & berkembang pada huma rawa Klimantan Selatan. Kalimantan Selatan terdiri berdasarkan rawa – rawa yg selalu tergenang air sepanjang tahun & mempunyai struktur tanah gambut yg sifatnya merupakan asam (pH-7) yg adalah loka tumbuh tanamna Purun. Purun merupakan bahan standar yang mampu diolah kerjainan anyaman yang memiliki potensi baik untuk dikembangkan (Ernawati et al., 2021).

Salah satu yang desa yang menjadi pengrajin Purun di Sumatera Utara yaitu, Desa Sementara, Kecamatan Pantai Cermin, Kabupaten Serdang Bedagai merupakan sala satu desa yang etrmasuk dalam potenis wisata unggulan daerah dengan profesi penduduknya sebagai pengrajin, petani, pedagang makanan, dan beberapa pekerja (buruh).

Kehadiran industri dalam negeri, besar, menengah atau kecil, dapat berdampak dan mengubah status sosial ekonomi masyarakat. Adanya industri dalam negeri di suatu daerah dapat meningkatkan volume perdagangan, meningkatkan kegiatan pembangunan, meningkatkan jumlah dan frekuensi pergerakan uang dan barang ke luar daerah, serta meningkatkan jumlah uang yang beredar di daerah tersebut. Suatu bisnis yang ingin menjalankan fungsinya sebagai entitas komersial harus mempertimbangkan semua aktivitas yang dianggap penting, seperti aktivitas pemasaran, dan yang berdampak signifikan terhadap keberhasilan bisnis yang dijalankan. Sistem pemasaran sangat berpengaruh dalam memperkenalkan produk kepada konsumen dan masyarakat umum.

Promosi adalah peredaran data atau ajakan satu arah yg dibentuk buat mengarahkan seorang atau organisasi pada tindakan yang membentuk pertukaran pada pemasaran. Kegiatan ini adalah kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan menurut produk dan membujuk calon pembeli buat membelinya. Dengan promosi, suatu perusahaan mengharapkan penjualan yang sudah tercapai bisa dipertahankan, supaya aktivitas promosi bisa tercapainya target menggunakan pengorbanan yang sekecil-kecilnya atau seminimnya (Atzmaina, N., 2020.).

METODE

Kegiatan pelaksanaan yang dilakukan yaitu dengan cara turun lapangan langsung ke Desa Sementara untuk mensurvei terlebih dahulu lahan purun yang ada. Serta mensurvei strategi pemasaran purun yang ada di desa tersebut. Dalam sebuah wawancara, diketahui bahwa desa tersebut memiliki sumber lahan purun yang dijadikan produk anyaman purun dan menjadi mata pencaharian ibu-ibu pengrajin di desa tersebut.

Berikut merupakan proses penganyaman purun untuk dijadikan produk yang secara langsung didokumentasikan di Desa Sementara, Kecamatan Pantai Cermin, Kabupaten Serdang Bedagai.

a. Purun harus dicabut terlebih dahulu dari lahan



Gambar 1. Lahan purun yang ada di Desa Sementara

Dengan adanya lahan sebagai sumber yang dapat dimanfaatkan dalam membangun perekonomian masyarakat desa menjadi hal yang sangat patut di syukuri. Tidak hanya itu saja, sebelum purun menjadi produk tangan yang dibuat oleh ibu-ibu pengrajin, purun yang telah diambil dari lahan melalui proses selanjutnya.

b. Setelah dicabut dari lahan purun, purun dilakukan proses pem-bundrungan atau proses dimana purun akan dipilih berdasarkan tingginya agar nantinya memudahkan untuk proses penganyaman.



Gambar 2. Purun yang telah di ambil dari lahan

c. Setelah melewati proses pem-bumbungan, purun selanjutnya dijemur selama beberapa hari hingga kering dan warna purun berubah menjadi kuning kecoklat-coklatan.



Gambar 3. Proses pem-bumbungan

d. Purun dihaluskan dengan cara ditumbuk menggunkaan alat tradisional dan dalam 1 lilitan purun memakan waktu berkisar 20 menit untuk menghaluskannya.

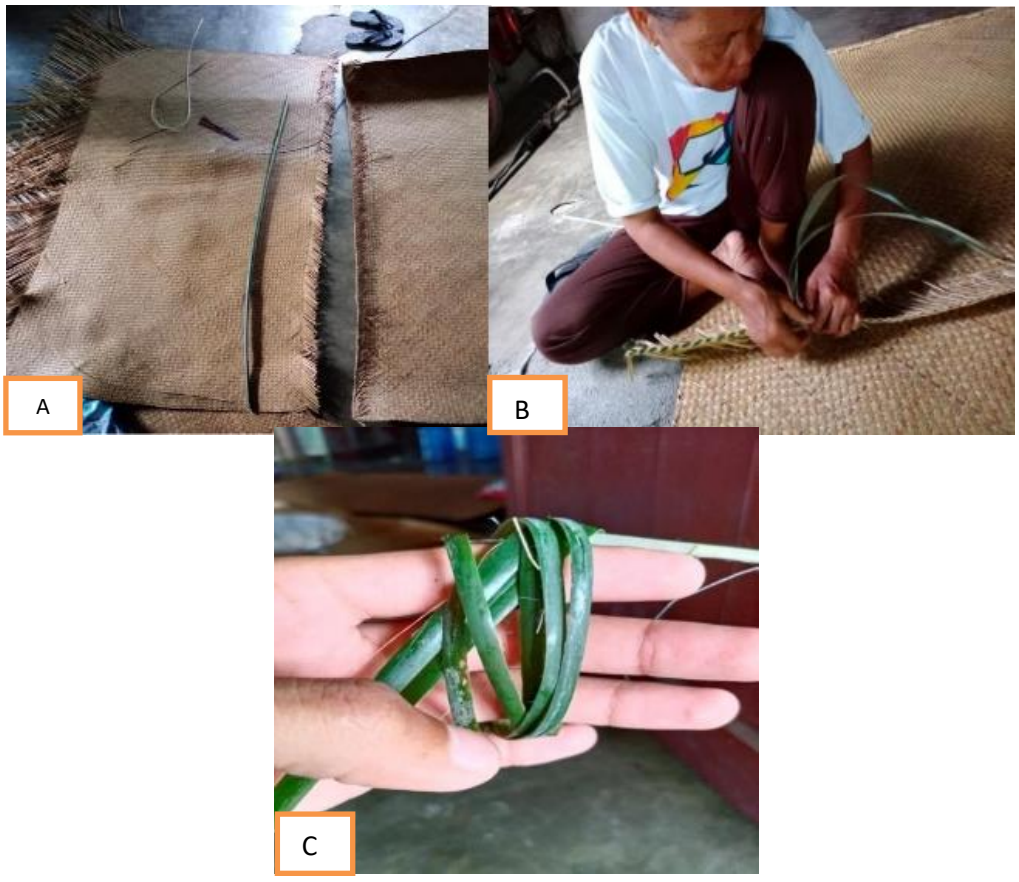


Gambar 4. Proses menumbuk purun

e. Setelah ditumbuk purun kemudian dianyam, dalam proses penganyaman dalam 1 tikar purun bisa sampai satu hari untuk ukuran tikar yang besar bisa memakan waktu hingga dua hari.



Gambar 5. Penganyaman purun



Gambar 6. Anyaman tikar purun

Pada gambar A tersebut adalah contoh tikar purun yang sudah 85% selesai, setelah selesai dianyam nanti selanjutnya akan dilakukan penjahitan pada sisi bagian kiri dan kanan dapat kita lihat pada gambar B, dan yang di gambar C itu adalah bahan untuk menjahitnya yaitu "Bemban/Bamban", akan tetapi bemban sekarang susah di dapat, jadi banyak pengrajin yang lain menggunakan "tali plastik" untuk bahan dasar menjahit. Namun kualitas "tali plastik dengan "Bemban" jauh berbeda, akan lebih tahan lama jika menjahitnya menggunakan bemban.



Gambar 7. Anyaman tikar yang sudah selesai



Gambar 8. Pelatihan produk purun varian baru

A) Dalam mengepang bahan purun diperlukan 2 orang, 1 orang memegang ujungpurun dan orang kedua mengepang purun

B) Mahasiswa sebagai contoh dalam produk purun varian baru
C) Merupakan kumpulan ibu-ibu pengrajin purun yang ikut serta dalam pembautan produk baru
D) Produk yang telah selesai dibuat, terdapat beberapa produk yaitu: keranjang,alas piring, pot bunga dan tempat gelas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemsaran ini merupakan salah satu inti pokok dari proses penjualan sebuah produk anyaman tikar yang ada di Desa Sementara, Kecamatan Pantai Cermin. Jika strategi pemasarannya bagus makan semakin bnayak konsumen untuk membelinya.

Pada strategi pemasaran yang digunakan oleh masyarakat dalam memasarkan anyaman tikar purun terkesan sangat primitif, artinya masih mengandalkan orang ke orang. Jadi, konsumen sangat sulit untuk membeli langsung tikar anyaman purun ke pengrajin itu sendiri terkecuali pengepul mendatangi setiap hari kepada orang yang membutuhkannya dengan harga jual yang lebih mahal dari harga biasanya. Cara pemasaran anyaman tikar purun masih dikatakan kurang efektif, dengan mengandalkan tengkulak (people to people) belum bisa dikenal langsung oleh banyak orang dan menjadi penghambat pada kemajuan pemsaran anyaman tikar.

Kepuasan dan keinginan konsumen merupakan inti dari pemasaran sasaran dari setiap usaha adalah menghantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan laba (Yulia, 2012). Dengan semakin banyaknya pembeli yang rasional dihadapkan dengan segudang pilihan, utamanya anyaman tikar yang ebrbahan dasar purun, setiap pengrajin dituntut untuk mampu memasarkan dengan baik, agar nilai jual tikar mempunyai nilai tawar dan ciri khas kepada setiap konsumen yang membeli dan pennualannya tetap berjalan.

Nilai tawar yang ditonjolkan pada anyaman tikar purun di Desa Sementara yaitu barangnya (daun purun) yang berkualitas, dengan barang yang berkualitas dapat membuat tikar lebih tahan lama. Strategi pemasaran anyaman tikar purun di Desa Sementara menggunakan media sosial diantaranya melalui Instagram, WhatsApp dan juga Shopee.

Pada proses ini para pengrajin tikar di Desa Sementara melakukan strategi sebagai berikut :

1. Jenis Produk
   Jenis produk yang dipasarkan yaitu anyaman tikar yang berbahan dasar purun yang dijual sebagai alas duduk, sholat dan lain – lain.
2. Kualitas Produk
   Dalam menjaga kualitas produk, hal – hal yang disiapkan oleh pengrajin yaitu dengan menjamin keawetan tikar dengan menggunakan bahan purun yang telah dikeringkan.
3. Promosi
   Salah satu cara yang dapat membantu proses pemasaran yaitu menggunakan promosi pada tikar purun, promosi yang dilakukan untuk pengenalan anyaman tikar purun masih dikatakan kurang efektif karena pemasarannya hanya memalui *people to peolple* yang artinya pengenalan dari orang ke orang sehingga sulit untuk dikenal khalayak umum tanpa adanya jaringan yang luas.

   Beberapa tahapan mengenai promosi melalui media sosial agar dapat membangun

pemasaran produk kepada konsumen diantaranya :

a. Menentukan Tujuan Komunikasi Pemasaran
   Tujuan pemasaran merupakan hal yang paling mendasar harus dimiliki untuk mengawali strategi penggunaan media sosial. Dalam membangun pemasaran anyaman tikar purun memiliki tujuan yaitu agar dapat terbentuknya hubungan dan keterikatan yang baik antara penjual dan konsumen.
b. Mempersiapkan Sumber Daya Dan Tim Yang Tepat
   Untuk mencapai tujuan strategi promosi yang diinginkan, tim perlu mempersiapkan media sosial yang tepat. Kemampuan individu yang akan ditempatkan sebagai tim sosial media harus diutamakan. Selain kemampuan komunikasi dan adaptasi merupakan elemen terpenting. Pembentukan tim sosial media dilakukan juga dengan fasilitas yang emmadai serta pengetahuan yang terkait dengan strategi pemasaran melalui media sosial.
c. Mengidentifikasi Target Pasar
   Dalam mengidentifikasi target pasar dilihat dari situasi pasar, produk, sosial media dan faktor yang didapatkan dari analisa. Dengan mengidentifikasi pasar dapat menentukan ketepatan dan keberhasilan dalam melakukan strategi promosi.
d. Merancang Pesan Melalui Media Sosial
   Pada tujuan promosi tentunya ada beberapa pesan yang ingin disampaikan penjual kepada target sasaran, dalam hal ini konsumen ataupun followers anyaman tikar purun agar tertarik dan terpengaruh pada isi pesan yang disampikan mellaui media sosial.
e. Menyeleksi Saluran Komunikasi
   Saluran komunikasi yang dipakai oleh anyaman purun lebih banyak menggunakan media sosial seperti Instagram, WhatsApp dan juga Shopee.

Hasil pre-test dan post-test menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penegtahuan mitra terkait kelembagaan yang ada di karang taruna sebesar 40%, peningkatan minat serta kepedulian terhadap kondisi ekonomi desa dan program kerja karang taruna, peningkatan pengetahuan terkait konsep Smart Integrated Management sebesar 100%, peningkatan penegtahuan pemasaran produk secara online sebesar 90%.

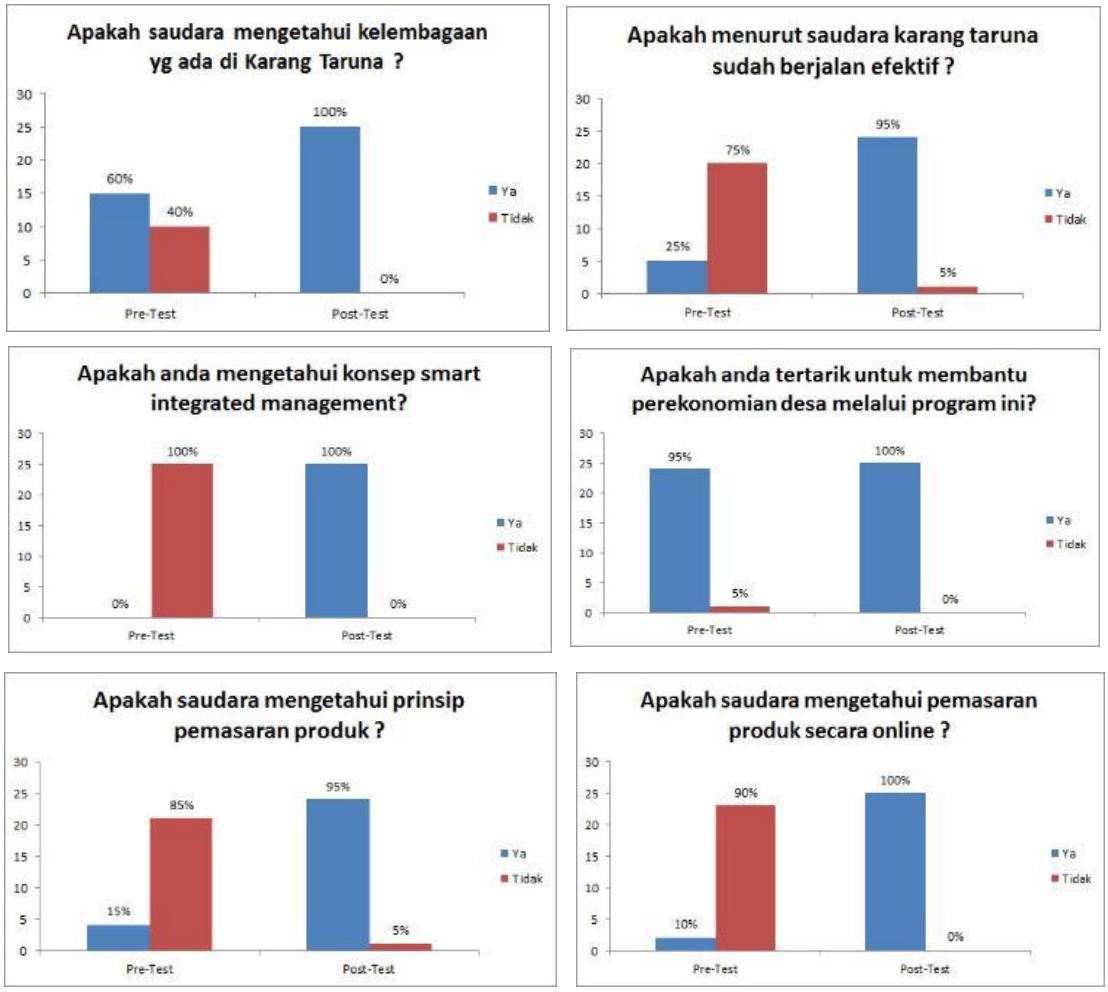
Aktivtas industri harus mampu memberikan nilai secara terus menerus, sehingga menghasilkan kinerja rantai pasok yang lancar untuk bertahan hidup di lingkungan bisnis yang kompetitif dan berubah saat ini, sangat penting bahwa industri mencari strategi manajemen rantai pasokan baru.

Sektor perekonimian pada desa tersebut mengalami penurunan daya beli masyarakat akibat Pandemi Covid-19. Menurut data Ditjen Perhubungan Darat 2020, transaksi toko online meningkat 12 juta pada 2019, dari hanya 3,1 juta menjadi 4,8 juta. Saat ini adalah waktu yang tepat bagi sektor e-commerce untuk turun tangan dan merevitalisasi ekonomi global untuk menyelamatkan ekonomi global dari dampak pasar dari pandemi Covid-19, dengan menyoroti pentingnya dan efektivitasnya. Waktu e-Transaksi di bidang transaksi online dan belanja.

E-commerce di Indonesia telah menajdi norma sosial yang berkembang, dengan penggunaan platform online untuk produk kesehatan, produk beku, kerajinan tangan, produk elektronik, dan layanan internet seperti indihome, dibandingkan dengan sebelum COVID-19, dari 8.500 tumbuh menjadi jutaan pembeli online. Selain itu, marketplace yang dikembangkan melalui pelayanan e-commerce akan dapat menawarkan produk unik lebih cepat untuk mengurangi kontak ekonomi dengan masyarakat dan memenangkan persaingan global khususnya Mitra (Pertanian, 2020).

Penelitian sebelumnya tentang kerajinan anyaman seperti yang dilakukan oleh (Rofiqah Wahdah & Amalia, 2016) menunjukkan bahwa perluasan usaha anyaman di

Kabupaten Hulu Sungai Utara lebih kuat, daya saing dengan produk sejenis lainnya, dan perbaikan kelembagaan. Daya saing diharapkan meningkat karena dukungan seperti pendidikan dan dukungan bisnis dari pemerintah daerah dan organisasi terkait lainnya.



Gambar 9. Hasil Pre-test dan Post-Test

Selain itu penelitian (Rahayu et al., 2018) menunjukkan bahwa pengembangan sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, akses keuangan dan permodalan, akses pemasaran, akses informasi dan manajemen sangat penting dalam pengembangan industri kerajinan anyaman di Kabupaten tersebut. Peran lembaga daerah dalam memberikan penyuluhan/pelatihan dan fasilitas lainnya dapat memfasilitasi upaya peningkatan daya saing industri kerajinan anyaman secara berkelanjutan (Ernawati et al., 2021).

KESIMPULAN

Dengan adanya teknologi yang semakin canggih dapat membantu para ibu pengrajin purun dalam mengatasi masalah di era masa pandemi yang di akibatkan oleh covid-19. Menggunakan media sebagai bahan promosi dan juga sebagai media pemasaran sangatlah

menguntungkan bagi pengrajin purun, dan juga pengembangan produk yang dilakukan sangat mempengaruhi konsumen agar semakin tertarik dengan purun anyaman.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, S., & Turianto, D. (2018). Apabila Android Untuk Meningkatkan Pemasaran Kerajinan Anyaman Purun. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG*, 3(1), 1-4, https://DOI.ORG/10.34128/MEDITEG.V3IL.32

Atzmaina, N. (2020). Analisis Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Pada Kerajinan Purun Al-Firdaus Borneo Banjarbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).

Ernawati,E., Hurryyati, 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.vl7il.5215

Pertanian, I. (2020). Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Inovasi. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3), 290-298. https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.3.290

Rahayu, D., Nuryadin, M.R., % Rakhmatullah, A. (2018). The Potency and the Strategy of Woven Craft Industry Development in Tapin Regency. *Ecoplan, 1*(1), 27-35.

Rofiqah Wahdah, & Amalia, H.S. (2016). Pengembangan Daya Saing Produk pada Sentra Kerajinan Purun di Kabupaten Hulu Sungai Utara Kalimantan Selatan. *Jurnal Spread,* 6(2), 89-99.