

PENERAPAN IPTEK UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK DAN EKONOMI PENGRAJIN PURUN DI KOTA BANJARBARU

The Application of Science and Technology to Improve the Marketing of Products and the Economy of Purun Craftsmen in Banjarbaru

Dwi Kartini *, Fatma Indriani

Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Lambung Mangkurat

*Penulis koresponden: dwikartini@ulm.ac.id

Abstract

Galoeh Tjempaka is one of the purun woven craft groups found in the town of Banjarbaru consisting of 15 craftsmen. Pengrajinan is a local resident who has a busy life as a housewife. The making of purun woven crafts is still done conventionally with several stages, namely purun retrieval, purun drying, purun flaking, purun staining, and the making of purun matting. Some purun woven handicraft products include hats, mats, baskets, bags, wallets, tissue boxes and so on. Most of the products produced by craftsmen are still marketed in the homes of artisans and sold traditionally because they are still waiting for orders and some products are still sold to shop merchants in the market so the prices obtained by producers (craftsmen) are very small compared to the profits obtained by traders. Galoeh Tjempaka craftsmen also carry out order-based production processes for the needs of seminars, offices, and even for souvenirs. This group has implemented a system of recording their production sales but they still feel confused to monitor cash flows, both cash inflows and outflows. In addition, sometimes the profits from the sale of their products are still used for personal interests which causes the cash flow to be out of control. The solutions offered are based on the problems that have been explained including: (1) socialization regarding marketing of purun woven products, (2) Making branding (logos) so that customers or prospective customers have an idea of the production of purun woven and can be used in various business activities such as on sales notes, stamps, and business cards, (3) guidelines for using social media to serve product order problems, as well as questions from consumers and also as a display container for woven products already owned, (4) assistance with appropriate technology equipment in the form of gun tags and pin tags to label woven products produced, (5) assistance in carrying out financial records.

Keywords: purun weaving, appropriate technology, logo, marketing

1. PENDAHULUAN

Purun merupakan jenis tumbuhan liar yang dapat ditemukan di dekat air atau rawa. Purun dapat digunakan sebagai bahan utama pembuatan kerajinan yang memiliki nilai guna dan seni yang tinggi. Purun merupakan gulma yang dapat mengganggu tanaman pertanian sehingga pemanfaatan purun sebagai bentuk kerajinan menjadi salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut dan tentunya dapat meningkatkan pendapatan secara ekonomis bagi pengrajin (Hutagalung 2018). Kerajinan purun di Kalimantan selatan memiliki lebih dari 5000 pengrajin yang tersebar di berbagai kabupaten seperti Banjarbaru, Hulu Sungai Utara, Banjar, Tapin. Pengrajin di Banjarbaru terdapat di Kelurahan Palam Kecamatan Cempaka yang dihimpun dalam Kampung Purun yang mendapat dukungan pemerintah kota Banjarbaru bahkan

perkampungan ini nantinya jadi ikon kota Banjarbaru (Gambar 1). Lokasi Kampung Purun merupakan daerah rawa gambut yang luas, sehingga sumber daya alam purun sangat melimpah untuk mendukung industri kerajinan ini.

Pemerintah daerah juga ikut andil dalam peningkatan komoditi kerajinan anyaman purun ini. Program pelatihan terhadap para pengrajin purun, diharapkan nantinya kuantitas dan kualitas output yang dihasilkan dapat berkembang serta membentuk para pengrajin yang kreatif dan inovatif. Artinya, subsektor kerajinan purun memiliki peluang di pasar domestik maupun pasar ekspor.

Galoeh Tjempaka merupakan salah satu kelompok kerajinan anyaman purun yang terdapat di Kelurahan Palam, Kota Banjarbaru yang beranggotakan 15 orang pengrajin. Pengrajin merupakan warga sekitar yang memiliki kesibukan sebagai ibu rumah tangga. Pembuatan kerajinan anyaman purun masih dilakukan secara

konvensional dengan beberapa tahapan, yaitu pengambilan purun, penjemuran purun, pemipihan purun, pewarnaan purun, dan pembuatan anyaman purun (Gambar 2).



Gambar 1. Pemerintah Kota Banjarbaru mendukung Kampung Purun (antaranews.com)



Gambar 2. Proses kerajinan anyaman purun (tribunnews.com)

Beberapa produk kerajinan anyaman purun meliputi topi, tikar, bakul, tas, dompet, kotak tisu dan lain sebagainya (Gambar 3). Sebagian besar produk yang dihasilkan oleh pengrajin saat ini masih dipasarkan di rumah-rumah pengrajin maupun dijual secara tradisional karena masih menunggu pesanan dan sebagian produk masih dijual kepada pedagang toko di pasar sehingga harga yang diperoleh produsen (pengrajin) sangat kecil

dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh pedagang.



Gambar 3. Produk kerajinan anyaman purun

Pengrajin Galoeh Tjempaka juga melakukan proses produksi berdasarkan pesanan baik untuk kebutuhan seminar, kantor, bahkan untuk kebutuhan cenderamata. Kelompok ini telah menerapkan sistem pencatatan penjualan produksi mereka namun mereka masih merasa bingung untuk memantau arus kas baik itu arus kas masuk dan keluar. Selain itu kadang-kadang keuntungan hasil penjualan produk mereka masih gunakan untuk kepentingan-kepentingan pribadi yang menyebabkan arus kasnya menjadi tidak terkontrol.

Kelompok ini belum memiliki toko tersendiri untuk memasarkan produk Purun hanya memanfaatkan teras rumah. Manajemen sampai dengan pembukuan juga masih banyak kekurangan dan sangat tradisional hanya mengandalkan kepercayaan antara produsen dan konsumen. Saat purun mengalami peningkatan yang pesat dan rata-rata permintaan anyaman purun sudah mencapai ratusan produksi perbulan, tetapi tidak membawa peningkatan ekonomi bagi produsen, karena hanya memberikan keuntungan kepada pedagang. Padahal, pemasaran mempunyai peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan penjualan. Seperti yang dinyatakan oleh Buchory dan Djaslim (2010), manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang, dan jasa, untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan kelompok pengrajin anyaman purun, permasalahan yang muncul lebih banyak berkaitan dengan proses pemasaran di antaranya:

1. *Branding*. walaupun kelompok ini telah 30 tahun beraktivitas sebagai pengrajin purun tetapi mereka belum memiliki brand tersendiri bagi produknya. Sebagian besar produk yang telah diproduksi adalah pesanan pihak lembaga baik berupa keperluan seminar, pelatihan, atau bahkan sebagai supplier pada toko-toko tas yang lain (*business to business*).
2. Media Promosi. Kelompok pengrajin belum memiliki media promosi bagi produk-produk anyamannya. Kelompok pengrajin hanya memanfaatkan jejaring bisnis yang telah dibangunnya, sehingga produk mereka menjadi kurang luas pemasarannya.
3. Pengelolaan keuangan yang ada di kelompok mitar masih sangat tradisional, belum ada pembukuan maupun cashflow dana. Saat ini keuangan masih tercampur dengan keuangan keluarga sehingga dana pengembangan untuk kelompok usaha pengrajin belum tersedia karena sebagian besar pendanaan untuk memenuhi kebutuhan hidup pengrajin, baik pemilik maupun karyawannya.

Dengan demikian, melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mitra dapat memperoleh solusi permasalahan pemasaran dan pencatatan arus keuangan usaha dan mampu meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat pengrajin purun.

2. METODE

Metode pelaksanaan dan proses untuk mencapai target luaran dari kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu :

- a. Tahap pertama. Tim pengabdian melakukan koordinasi, sosialisasi, serta sinkronisasi mengenai rencana kegiatan dengan pihak mitra. Pada tahap ini tim pengabdian mencoba mengidentifikasi semua sumber daya serta potensi dan peluang dari kelompok pengrajin. Sosialisasi mengenai pemasaran hasil produksi anyaman purun. Selanjutnya semua itu dipadukan dalam rangka persiapan pelaksanaan kegiatan berikutnya.
- b. Tahap kedua. Pada tahap ini, tim pengabdian akan melakukan pembuatan desain logo dan label produk agar pelanggan-pelanggan ataupun calon pelanggan memiliki gambaran mengenai produksi anyaman purun dan dapat digunakan dalam berbagai kegiatan usaha seperti pada nota penjualan, stempel, serta kartu nama dan dilakukan pemesanan.



Gambar 4. Diskusi dan pengamatan terhadap produk anyaman kelompok Galoeh Tjempaka

- c. Tahap ketiga. Pendampingan aktivitas pemasaran secara *online* melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp* melayani masalah order produk, dan pertanyaan-pertanyaan dari konsumen serta sebagai wadah *display* produk anyaman yang telah dimiliki.
- d. Tahap keempat. Tahap ini merupakan tahap bantuan peralatan teknologi yang tepat berupa tag gun dan tag pin untuk memberi label pada produk anyaman yang diproduksi sekaligus sebagai wadah promosi.
- e. Tahap kelima. Tahap ini merupakan tahap pendampingan terkait dengan keuangan sederhana seperti pengelolaan modal, pencatatan arus kas, pengumpulan nota pembelian maupun penjualan, dan monitoring profitabilitas.

Metode pendampingan ini disesuaikan dengan kondisi sosial dan kemampuan kelompok usaha, yaitu berupa presentasi, diskusi bersama, ataupun *learning by doing*. Hal ini dimaksudkan agar proses pendampingan dapat berlangsung efektif. Pada tahap terakhir ini, tim pengabdian akan dibantu oleh beberapa orang mahasiswa yang berperan dalam membantu proses pendampingan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini berupa solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh kelompok pengrajin. Di mana, tim pengabdian telah menyusun sebuah modul yang berisi panduan untuk melakukan media promosi produk, disain logo dan teknik pelabelan produk, serta manajemen keuangan dalam pencatatan transaksi berdasarkan nota yang telah ada sehingga mitra memperoleh hasil maksimal usahanya. Selain itu,

pendampingan penggunaan alat di atas untuk menempelkan label pada produk.



Gambar 7. Kiri – kanan: tag gun, jarum tag gun, tug pin



Gambar 8. Produk purun yang telah diberi label

4. SIMPULAN

Terjalannya kerjasama antara Perguruan Tinggi dalam hal ini Universitas Lambung Mangkurat dengan mitra yaitu kelompok usaha kerajinan purun Galoeh Tjempaka.

Penyuluhan dan pendampingan terkait dengan aktivitas periklanan secara tidak langsung

dengan membuat cap, nota, kartu nama dan spanduk yang diletakkan di sekitar lokasi usaha.

Ada perbaikan dalam administrasi keuangan seperti pengelolaan modal, pencatatan arus kas, pengumpulan nota pembelian maupun penjualan, dan monitoring profitabilitas (4) Produk telah diberi label sehingga membuat produk menjadi lebih menarik dan mampu menjadi sarana untuk mengenalkan produk ini secara luas, (5) Mitra juga telah memiliki wadah promosi di media sosial instagram dan facebook.

Saran yang dapat diberikan adalah

- 1) mitra dapat terus melakukan peningkatan kualitas dan inovasi terhadap produknya agar memiliki keunikan dan dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis dan
- 2) mitra dapat segera mengajukan penerbitan izin PIRT agar produknya dapat memasuki pasar yang lebih luas lagi.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Lambung Mangkurat (LPPM ULM) yang telah mendanai kegiatan ini melalui program kemitraan masyarakat skema pembiayaan PNPB Tahun 2018.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Buchory AH & Djaslim S. 2010. *Manajemen Pemasaran : Edisi Pertama*. Linda Karya, Bandung.
- Hutagalung R. 2018. *Purun Bermanfaat dari Lahan Gambut*. BP2LHK Banjarbaru, <http://www.fordamof.org/berita/post/4545-purun-gulma-bermanfaat-dari-lahan-gambut> (diakses pada tanggal 18 Juli 2018 Pukul 02.39).
- Rifani A. 2012. *Potensi Bisnis Berbasis Kekhasan Daerah Kota Banjarmasin*. Laporan (Tidak Dipublikasikan). Fakultas Ekonomi Unlam Banjarmasin.