

## DISEMINASI PENGEMBANGAN PRODUK INDUSTRI KREATIF MATERIAL LAHAN BASAH UNTUK PELUANG EKSPOR DI DESA PALAM, KECAMATAN CEMPAKA BANJARBARU, KALSEL

Hesty Heryani<sup>1\*</sup>, Tuti Heiriyani<sup>2</sup>, Arif Pangestu<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat, Kota Banjarbaru, Indonesia

<sup>2</sup> Program Studi Agroekoteknologi, Universitas Lambung Mangkurat, Kota Banjarbaru, Indonesia

\*Penulis korespondensi: hheryani@ulm.ac.id

**Abstrak.** Eksportir dari Kelompok Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia tergolong masih sangat rendah. Mengacu data tahun 2021, khusus ASEAN, Indonesia berada di urutan ke 5 dengan angka ekspor 14.3%. Untuk urutan pertama adalah Singapura (46%), dilanjutkan Thailand (29%), Vietnam (21%), dan urutan keempat Filipina (19%). Minimnya jumlah eksportir Indonesia khususnya dari UKM industri kreatif perlu disolusikan dengan memberikan pelatihan, pendampingan serta beberapa hal yang menyangkut terbagunnya konektivitas secara intensif. Kegiatan dilaksanakan bersama Kelompok Industri Kreatif Pengrajin Purun Galoeh Banjar dengan tujuan membangun *creative* dan *regenerative mindset* melalui diseminasi dan pelatihan redesain dengan prinsip berkelanjutan yang ramah lingkungan, sehingga berpotensi lolos kurasi ekspor. Tahapan kegiatan dimulai dari pemilihan material standar, redesain produk, penentuan standarisasi kurasi, *assessment* hasil dan pengembangan strategi driven. Hasil yang diperoleh menunjukkan sebesar 86% anggota kelompok sudah memahami syarat lolos kurasi, sementara kemampuan kelompok dalam melakukan redesain mencapai 90%. Proses produksi hingga finishing dalam inovasinya mengutamakan produk berkelanjutan dan ramah lingkungan. Kondisi ini menambah peluang untuk lolos kurasi ekspor serta pengembangan mindset UKM akan pentingnya kemampuan dalam menghadapi *Emerging Skills* ke depan seperti penguatan literasi dasar, kompetensi dalam menghadapi permasalahan yang kompleks serta kemampuan dalam menghadapi cepatnya perubahan yang terjadi. Perubahan perilaku yang diperlukan seperti keingintahuan yang besar, adanya inisiatif dan kegigihan yang tinggi, memiliki *flexibility* serta kepemimpinan yang berkarakter atas dasar potensi dan kearifan lokal sangat mendukung peluang ekspor.

**Kata kunci:** ekspor, emerging skills, mindset, purun, UKM

### 1. PENDAHULUAN

Kondisi Mitra Kelompok Industri Kreatif Pengrajin Purun Galoeh Banjar saat ini disajikan pada Gambar 1. Mitra sudah memiliki Wifi dan paham dengan meeting menggunakan link zoom. Di sisi lain pada hasil pendampingan dan edukasi transformasi teknologi sebelumnya, *growth mindset* sudah terbangun dengan baik. Pada Program Pengabdian pada Masyarakat saat ini lebih meningkatkan pada *creative mindset* dan *collaborative mindset* yang di dalamnya berisikan kecepatan adaptasi dalam kolaborasi yang handal. Adanya bantuan peralatan dari program sebelumnya, menyebabkan Mitra lebih berani dan lebih produktif dalam menerima pemesanan yang bersifat lokal dan nasional, walau dalam jumlah yang masih terbatas.

Permasalahan saat proposal dibuat yang perlu disolusikan adalah belum ada produk dari Mitra yang mampu menembus pasar ekspor. Redesain produk sudah saatnya dilakukan dan diberikan mentoring sehingga mereka mampu berkompetisi dan masuk peluang ekspor pasar ASEAN dan Asia serta beberapa Negara-negara lainnya seperti di Eropa dan Amerika Serikat.





Gambar 1. Kondisi existing Mitra hasil dari program sebelumnya.

Mengacu hasil analisis kebutuhan diperlukan Pengabdian pada Masyarakat dengan Mitra Galoeh Bandjar dikarenakan beberapa hal seperti Mitra belum memahami sepenuhnya akan perlu adanya standarisasi dalam bentuk ukuran lebar dan Panjang hasil pipihan dari material purun yang digunakan, kemudian produk dengan model lama perlu dilakukan redesain ulang, sehingga konsumen tidak jenuh melihatnya (perlu inovasi) dan yang paling utama Mitra harus memahami syarat lolos kurasi ekspor. Di sisi lain mindset yang belum berani menghadapi pasar ekspor terutama dari sisi 'agilitas' yang tinggi perlu terus dibina dan dikembangkan. Aktivitas Matching dengan Industri dan membangun partnership dalam kolaborasi yang ada tetap sangat diperlukan oleh Mitra, dimana selanjutnya akan berlanjut dengan membangun konektivitas dengan para eksportir handal ke depan.

## 2. METODE

Bagaimana melakukan pemilihan material, desain dan pengembangan produk, khususnya peluang kurasi lolos ekspor. Target ekspor dimaksudkan untuk meningkatkan nilai produk serta pendapatan Mitra secara keseluruhan. Solusi dengan melakukan redesain dari aneka desain produk yang sudah ada, hal ini perlu dilakukan untuk menghasilkan produk yang berstandar sehingga dapat lolos kurasi ekspor.

Metode yang ditawarkan dengan melakukan pelatihan desain/redesain berbasis data aneka produk yang sudah ada dan pengembangan produk untuk lolos kurasi ekspor. Khusus untuk Metode Pengembangan Produk ada 3 (tiga) macam yaitu *Initial Development*, *Improvement Development* dan *New Use Application*. Aspek yang diseleksi dalam proses kurasi dikenal dengan sebutan 5K (Kualitas, Kuantitas, Kapasitas, Kontinuitas, dan Kemasan). Kelima aspek tersebut berkaitan dengan konsistensi produk saat sudah dinyatakan siap untuk diekspor.

Metode selanjutnya adalah melakukan pendampingan untuk membangun kolaborasi dalam Tim dan *partnership*, mengembangkan soft skill untuk *human interest* serta mahir dalam membangun *social dialogue* untuk *connectability*. Semua metode tersebut untuk membangun *impact connectability* secara maksimal dan merupakan kompetensi yang harus dimiliki Mitra dalam upaya melakukan inisiatif ekspor. Prinsip kolaborasi senantiasa terus ditanamkan dan dikembangkan pada Mitra, kemudian *agility mindset* kearah strategi *driven* dengan produk inovasi yang memiliki *unique selling proposition* (USP).

Partisipasi anggota Mitra > 80% merupakan Target utama. Sesuai dengan *Bar Chart* yang dirancang setiap kegiatan diupayakan kesertaan dan pemahaman juga mencapai 90%. Evaluasi dilakukan dengan

memperhatikan setiap poin yang tertera pada kegiatan dilakukan assessment dan tahap pemahaman serta kapasitas implementasi akan diukur menggunakan Tools Standar Evaluasi khusus untuk Kurasi Ekspor.

Keberlanjutan dari PKM adalah keberanian Anggota serta Tim yang tergabung dalam Kelompok untuk membuat desain dan dipastikan lolos kurasi ekspor.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berbagai permasalahan seperti yang disampaikan pada proposal awal, telah dilakukan pembinaan, pendampingan serta pelatihan yang relevan sesuai kebutuhan. Berikut diberikan hasil kolaborasi bersama baik antara Tim Pengabdian pada Masyarakat dari Universitas Lambung Mangkurat dengan Mahasiswa yang terlibat.

#### **3.1 Pemilihan Bahan Material Standar**

Pemberlakuan pemilihan material, memberikan hasil yang signifikan pada hasil akhir dari produk. Keberadaan bahan purun yang pecah dan tidak sesuai ukuran akan sangat mempengaruhi kualitas hasil dari redesain dari beberapa type/model produk yang sudah ada. Pada Gambar 1(a) adalah pemilihan saat kondisi material setengah kering dan siap untuk dipipihkan. Sementara pada Gambar 1(b) saat memilih material standar hasil pemipihan yang tidak pecah karena hasil penumbukan disertai memilih ukuran lebar yang sama, sehingga memberikan hasil anyaman yang bagus dan menarik.



Gambar 1 (a). Pemilihan saat kondisi material setengah kering dan siap untuk dipipihkan



Gambar 1 (b). Pemilihan material standar hasil pemipihan yang tidak pecah serta memilih ukuran lebar yang sama untuk hasil anyaman yang berkualitas

### 3.2 Melakukan Redesain Produk

Redesain dari produk yang sudah ada merupakan upaya yang bisa dilakukan sehingga menghemat bahan baku dan komponen lainnya, akan tetapi bisa memberikan keunikan yang berdampak pada nilai rupiah yang ada. Pada Gambar 2 adalah hasil redesain produk dengan memberikan sentuhan asesoris yang terlihat lebih berkelas disertai penyisipan bahan puruh hasil dari inovasi pewarna alami.



Gambar 2. Hasil redesain produk dengan memberikan asesoris disertai penyisipan bahan puruh hasil dari inovasi pewarna alami.

### 3.3 Pendampingan Syarat Kurasi

Pendampingan dan pemberian pengetahuan dalam pemenuhan syarat kurasi untuk dapat menembus pasar ekspor merupakan hal yang penting bagi Mitra mengingat beberapa pesanan dalam jumlah besar sudah sering ditangani. Sebagai contoh pemesanan dari beberapa Industri Kelapa Sawit saat acara Gathering, pemesanan untuk cenderamata *Weeding*, pemesanan dari Bali, Lombok secara kontinyu.

Pada Gambar 3, diperlihatkan beberapa produk yang sudah sampai ke belahan Asia dan Amerika, walaupun secara bertahap akan tetapi hasil pendampingan kurasi sebagaimana diberikan saat pelatihan dan pendampingan ternyata mampu memberikan nilai tambah yang jauh lebih tinggi.



Gambar 3. Produk yang dikelola untuk dapat menembus pasar ekspor

### 3.4 Assessment Hasil

Sebelum pengabdian pada masyarakat dilakukan, terlebih dahulu diidentifikasi pemahaman UMKM Mitra dalam hal pentingnya *partnership*, *soft skill* untuk human interest, kemahiran dalam membangun *social dialogue* untuk *connectability*. Hasil yang diperoleh menunjukkan di bawah 50% masih belum memahami dengan pemaknaan yang relevan.

Pada Gambar 4 adalah kegiatan pelatihan yang diberikan disertai dengan pendampingan baik dalam kegiatan *Coaching* maupun *Mentoring*, ternyata sangat memberikan manfaat yang jelas bagi anggota kelompok

(86%) terkait syarat dan ketentuan menembus pasar ekspor, dapat membuat produk yang lolos kurasi, paham dalam implementasi pentingnya kolaborasi dalam Tim dan *partnership*, mengembangkan *soft skill* untuk *human interest* serta mahir dalam membangun *social dialogue* untuk *connectability* bisnis.



Gambar 4. Proses asesmen Hasil atas Pelatihan yang Diberikan

Indikator ketercapaian sebesar 86% anggota kelompok yang memahami syarat lolos kurasi serta kemampuan kelompok dalam melakukan redesain hingga mencapai 90% merupakan bagian dari luaran kegiatan Pengabdian pada Masyarakat yang dilakukan. Untuk luaran dalam bentuk Poster disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5. Luaran Poster dari kegiatan Pengabdian pada Masyarakat

Untuk bukti luaran pada Media Radar Banjarmasin disajikan pada Gambar 6. Ekspose kegiatan di Media Koran beserta media digital yang dimiliki, sangat diperlukan untuk informasi ke masyarakat akan inovasi yang sudah kita lakukan bersama masyarakat, khususnya berbasis material lahan basah purun.



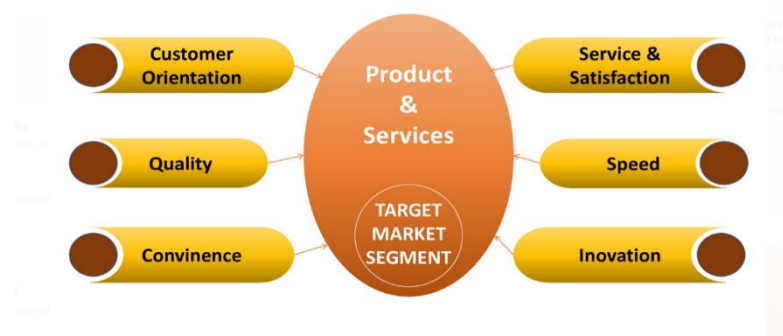
Gambar 6. Luaran ekspose pada Media Koran Radar Banjarmasin (terbit pada Senin, 12 September 2022)

Untuk upload kegiatan pada Youtube dengan link <https://www.youtube.com/watch?v=o3Sth7zWvzo> merupakan bagian informasi digital yang menjelaskan tahapan dari pemilihan bahan baku hingga proses hasil kurasi. Pada bagian lain prinsip akan pentingnya kecepatan adaptasi akan teknologi kekinian dan kolaborasi senantiasa terus ditanamkan dan dikembangkan pada Mitra, kemudian *agility mindset* kearah strategi *driven* dengan inovasi yang berkarakter USP (*unique selling proposition*) menjadi focus kepuasan Pelanggan dalam pemenuhan desain sesuai dengan yang Mitra kembangkan.

### 3.5 Pengembangan Strategi Driven

Pada saat Pengabdian pada Masyarakat, dilakukan transfer teknologi, khususnya dalam hal teknologi desain untuk mengembangkan aneka produk dengan memperhatikan kearifan local yang ada untuk peningkatan pendapatan masyarakat, khususnya UMKM Mitra.

Menurut Cravens (2006), **market driven strategy** adalah pasar dan konsumen yang membentuk pasar haruslah menjadi titik awal bagi pembentukan **strategi** bisnis. Kunci untuk menjadi market oriented yaitu memperoleh sebuah pengertian tentang pasar dan bagaimana pasar tersebut akan berubah di masa depan. Orientasi pada pemenuhan desain yang diberikan oleh Pelanggan, menjadi target digital marketing UMKM Galoeh Bandjar. Pada Gambar 7 disajikan keterkaitan berbagai elemen dalam *market driven strategy*.



Gambar 7. Keterkaitan berbagai elemen dalam *market driven strategy*



Strategi *market driven* yang memfokuskan lebih pada Pelanggan, dengan memperhatikan kualitas, kenyamanan, dengan berbagai layanan terbaik, cepat dan senantiasa dengan desain yang update, sangat efektif dalam meningkatkan dan menjaga hubungan baik dengan Pelanggan.

#### 4. SIMPULAN

Dalam Pengabdian pada Masyarakat yang sudah dilakukan bersama Mitra Galoeh Banjar, dapat disimpulkan bahwa Penguatan literasi dasar, Penguatan kompetensi dalam menghadapi permasalahan yang kompleks serta kemampuan dalam menghadapi cepatnya perubahan sangat diperlukan Mitra dan perlu terus dikembangkan. Pada bagian lain penguatan dalam *creative mindset* dan *regenerative mindset* SDM UMKM perlu terus dikembangkan. Pencapaian hingga 86% dari anggota Kelompok Mitra terkait produk yang lolos kurasi dan 90% yang mampu melakukan redesain sehingga dapat menembus peluang ekspor adalah sesuai dan bahkan melebihi dari target yang sudah ditetapkan.

Rekomendasi yang diberikan untuk semua UMKM di Kalimantan Selatan, mengikuti Pelatihan Kurasi Ekspor bagi UMKM sangat diperlukan, sehingga lebih memahami prinsip Kurasi dan memahami Peluang Ekspor yang ada untuk beberapa negara tujuan.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Universitas Lambung Mangkurat melalui LPPM ULM yang telah memberikan pendanaan pada skema pembiayaan PNPB Tahun Anggaran 2022.

#### 6. DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Y. (2016). Inovasi Dan Pengembangan Produk Ukm Handikraf Untuk Pasar Pariwisata Di Bali. *Profit*, 10(02), 52–65. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2016.010.02.5>
- Anastasya, A. (2021). *Sebelum Mengekspor, UKM Perlu Memperhatikan Ini*. [www.ukmindonesia.id](http://www.ukmindonesia.id). <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/406#>
- Astutik, Y. (2021). *Ekspor Produk UMKM BRILianpreneur, BRI Targetkan Rp 942 M*. [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com). <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20210907132133-25-274291/ekspor-produk-umkm-brilianpreneur-bri-targetkan-rp-942-m>
- Cravens, David & Piercy, Nigel. 2006. *Marketing Strategic*. 9 Edition, Singapore : Mc Graw-Hill companies co.
- David, Frey (2003). *Education-Based Marketing: How To Make Bussiness Come To You*, USA: Marketing Best Practices Inc.
- Dewi, P. R. A., & Giantari, I. G. A. K. (2021). Peran Inovasi Produk Memediasi Pengaruh Orintasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing. *Buletin Studi Ekonomi*, 26(1), 30. <https://doi.org/10.24843/bse.2021.v26.i01.p03>
- 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>
- ID SEED. (2020). *Fast Track Pembinaan dan Pendampingan UKM/IKM Ekspor*. <http://Diaspora-Seed.Org/>. <http://diaspora-seed.org/program-kerja/>
- Kennedy, John., R.Dermawan Soesmanagara (2006). *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.



- Lestari, J. A., Abbas, E. W., & Mutiani, M. (2020). Production Activities of Kampung Purun Banjarbaru as a Learning Resource on Social Studies. *The Innovation of Social Studies Journal*, 1(2), 139. <https://doi.org/10.20527/iis.v1i2.2091>
- Muchsin Ridjan. (2013). Pengaruh Ekspor Handicraft Terhadap Peningkatan Pendapatan Pengrajin dan Implikasinya Terhadap Pembangunan Nasional. *JURNAL EKONOMI*, 15, 27–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.37721/je.v15i1>
- Nailuvar, S., Ani, H. M., & Sukidin, S. (2020). Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 14(1), 185. <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i1.11872>
- Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Lambung Mangkurat. 2022. Panduan Pelaksanaan Program Dosen Wajib Mengabdi (PDWA) Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin 2022 Sumber Dana PNPB Universitas Lambung Mangkurat
- Rakshit, S., Islam, N., Mondal, S., & Paul, T. (2021). Mobile apps for SME business sustainability during COVID-19 and onwards. *Journal of Business Research*, 135(June), 28–39. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.005>
- Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Lambung Mangkurat. 2020. Rencana Strategis Pengabdian Pada Masyarakat 2020 – 2024
- Rinaldi, B. (2020). *Standar yang Wajib Dipenuhi dalam Ekspor*. [Www.Ukmindonesia.Id. https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/294](http://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/294)
- Siregar, W. S., Lubis, S. S., Pasaribu, H. M. H., & Manajemen, P. S. (2021). *Strategi pemasaran ekspor dalam memasuki pasar global*. 15(2).
- Stolzer, A. J., Goglia, J., & Halford, C. D. (2011). Implementing safety management systems in aviation. Farnham, UK: Ashgate.
- Tolstoy, D., Nordman, E. R., Hånell, S. M., & Özbek, N. (2021). The development of international e-commerce in retail SMEs: An effectuation perspective. *Journal of World Business*, 56(3). <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101165>
- Turang, W. C., & Turang, D. A. O. (2021). Pengembangan desain tas wanita berbahan rumput Purun menggunakan metode ATUMICS. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan Dan Perancangan Produk)*, 4(1), 33–42. <https://doi.org/10.24821/productum.v4i1.4000>

