

PENERAPAN TEKNOLOGI PEMASARAN PRODUK KERAJINAN ANYAMAN BAMBU MENGGUNAKAN MEDIA ONLINE PADA KUB TAWANGSARI SEMARANG

Jumi Jumi¹, Tedjo Mulyono², Achmad Zaenuddin¹, Suwardi¹, Azizah¹

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang

²Jurusan Teknik Sipil, Politeknik Negeri Semarang

Kata kunci:

Media
Pemasaran
online
Anyaman
Bambu

Abstrak

Semowo merupakan desa yang bergantung pada lahan pertanian sebagai pendapatan utama keluarga. Pertanian ditanami padi dengan menggunakan pengairan tadah hujan. Pada saat kemarau mereka tidak bisa bertanam, sehingga tidak ada pemasukan. Desa ini memiliki lahan perkebunan yang tumbuh subur oleh bambu. Berbekal bambu inilah mereka menyambung hidup di masa paceklik atau kemarau karena tidak ada tanaman yang bisa dipanen. Dari pohon bambu di sulap menjadi kerajinan diantaranya adalah peralatan rumah tangga, seperti kukusan, kalo atau peniris air, kipas tangan, pengki atau tempat sampah, tampah dll. Dalam melakukan produksi mereka sudah menghasilkan produk anyaman dari bambu dengan berbagai variasi tersebut.

Banyaknya jumlah produk dengan variasi jenisnya, mengharuskan pengrajin anyaman bamboo ini untuk melakukan pemasaran dengan area pasar yang luas. Hal ini perlu sentuhan teknologi pemasaran yaitu pemasaran berbasis online. Secara ringkas kegiatan PMK memiliki tujuan untuk memperluas area pasar produk irat bambu menggunakan media pemasaran website. Tahapan yang dilakukan oleh tim adalah (1) Kordinasi dengan tim dan mitra (2) pelatihan pengoperasian dan update data produk di web; (3) Evaluasi hasil pelatihan, (4) Pendampingan dalam rangka pemantauan perkembangan setelah kegiatan pengabdian selesai. Target tercapai, mitra merasa puas dan peralatan sudah dapat digunakan untuk pemasaran dan ada peningkatan kapasitas produksi.

Corresponding Author:

Jumi

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang, Jl. Prof. Sudarto, Tembalang, Semarang, 60231

E-mail: jumimail06@gmail.com

PENDAHULUAN

Bambu adalah tanaman jenis rumput-rumputan dengan rongga dan ruas di batangnya yang banyak tumbuh di berbagai wilayah Asia, termasuk Indoneia. Bambu memiliki banyak tipe. Di dunia ini bambu merupakan salah satu tanaman dengan

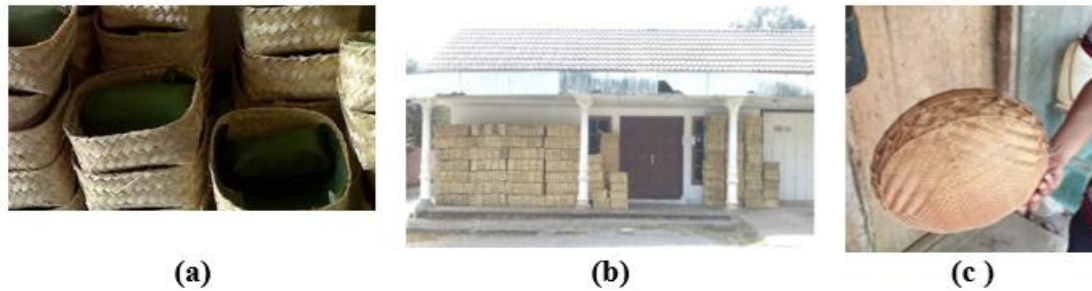
pertumbuhan paling cepat, karena memiliki sistem rhizoma-dependen unik, dalam sehari bambu dapat tumbuh sepanjang 60 cm (24 inchi) bahkan lebih, tergantung pada kondisi tanah dan klimatologi tempat ia ditanam (<https://id.wikipedia.org/wiki/Bambu>) [1],[2]. Indonesia sebagai salah satu negara tropis di dunia memiliki sumber daya bambu yang berlimpah. Sumber daya bambu berlimpah tersebut perlu ditingkatkan pemanfaatannya agar dapat memberi sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Bambu dan rotan berperan semakin penting dalam mendukung ekspor komoditas non migas [1][3]. Hal ini bersesuaian dengan usaha ekspor kerajinan bambu oleh Kelompok Usaha Bersama Desa Semowo, Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang. Desa Semowo Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang Provinsi Jawa Tengah merupakan desa yang terletak pada bagian paling timur dari kecamatan Pabelan.

Desa Semowo Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang Provinsi Jawa Tengah mempunyai luas wilayah sebesar 739,8 ha, dan secara administratif terbagi dalam 8 Dusun, 08 Rukun Warga, dan 29 Rukun Tetangga. Jumlah penduduk Desa Semowo pada tanggal 09 Juli 2019 berdasarkan data sebanyak 4.487 jiwa dengan jumlah Kepala Keluarga sebanyak 1.489 KK. Desa Semowo salah satu Kecamatan Pabelan yang memiliki jumlah pohon bambu yang melimpah yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Pohon bambu di desa Semowo

Pengabdian kepada masyarakat ini dimaksudkan untuk Kelompok kerajinan bambu yaitu Kelompok Usaha Bersama Desa Semowo, Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang. Kelompok Usaha ini melayani pekerjaan kerajinan bambu : Besek Hantaran, Besek Pindang , Kalo, Pengki dan lain-lainnya [4] yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2 (a) Besek Hantaran (b) Besek pandang (c) Kalo

Suasana bekerja di Kelompok Usaha Bersama kerajinan bambu seperti terlihat pada Gambar 3. bekerja dengan peralatan tangan yang sangat sederhana, antara lain: pisau, gergaji, bendo, telenan. Satu hal yang kelemahan dalam pembuatan kerajinan bambu dari hasil iratan dengan yang menggunakan alat manual adalah ketebalan hasil iratannya tidak sama, permukaan hasil iratan masih kasar.



Gambar 3. Peralatan Sederhana dan alat untuk mengirata bamboo

Pasar hasil kerajinan bambu terutama besek pandang adalah wilayah Jepara, Pekalongan, belum merambah ke luar Jawa. Produk hasil kerajinan ini dibuat pada waktu senggang, atau tidak ada pekerjaan dilahan pertanian, baru mengerjakan pekerjaan kerajinan bamboo terutama besek pandang. Hal ini menjadi potensi besar karena selain ada sumber bahan baku berupa bambu dan masyarakat yang terampil membuat kerajinan bambu [5],[6].

Kelompok Usaha Bersama kerajinan bambu ini tenaga kerjanya adalah ibu-ibu rumah tangga, Ketrampilan para pekerja didapat dengan cara autodidak [7]. Manajemen yang diterapkan adalah manajemen sederhana, belum ada pembukuan secara khusus. Pemilik merangkap sebagai tenaga pemasaran, pengadaan bahan baku, desain, dan pekerja. Persoalan yang dihadapi mitra saat ini belum adanya alat irat bambu otomatis untuk dapat menyelesaikan pekerjaan lembaran irat bambu, kurangnya ketrampilan untuk pembukuan dan pemasaran, pemasaran secara online belum dilakukan.

METODE

Pelaksanaan pengabdian ini menggunakan metode terkait rancang bangun media pemasaran online dan pelatihan penggunaannya yang dilaksanakan dengan beberapa tahapan yang ditunjukkan pada Gambar 4. Dalam melakukan desain media pemasaran perlu dilakukan desain gambar produk yang menarik bagi pengunjung [8].



Gambar 4. Tahapan dalam Melaksanakan Solusi yang Ditawarkan

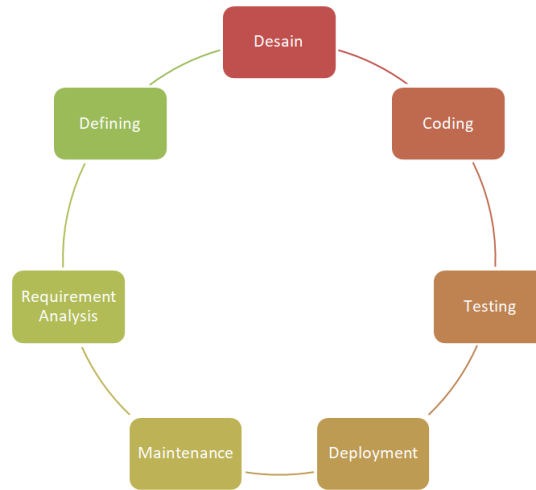
Pada Gambar 4. adalah tahapan pelaksanaan pengabdian untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh UKM dengan tiga tahapan pokok yaitu :

1. Diskusi permasalahan dan kebutuhan Mitra

Kegiatan ini merupakan tahapan awal untuk mengetahui permasalahan – permasalahan dan kebutuhna mitra. Hal yang dilakukan diantaranya adalah : melakukan pendataan terkait kebutuhan penyelesaian permasalahan mitra, bersama- sama menyusun dan menentukan materi yang akan di gunakan pada desain aplikasi media pemasaran online [9].

2. Perancangan Teknologi Media Pemasaran Online sesuai kebutuhan Mitra.

Penggunaan jaringan internat merupakan syarat utama agar sebuah aplikasi online dapat diakses secara global [10]. Pada tahapan ini dilakukan rancang bangun media pemasaran online berdasarkan data – data dan kebutuhan mitra yang dihasilkan pada tahapan sebelumnya. Untuk melakukan rancang bangun digunakan metode System Development Life Cycle (SDLC) yang ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Metode Rancang Bangun Media Pemasaran Online

Penerapan Teknologi meliputi : Installasi, Pengujian, pelatihan pengoperasian dan Evaluasi

Tahapan selanjutnya adalah penerapan aplikasi media pemasaran online pada UKM. Penerapan media pemasaran online ini adalah :

- a. Installasi : yaitu instalasi software maupun hardware yang mendukung kelancaran pengoperasian sistem.
- b. Pengujian : Agar aplikasi dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan dan memiliki tingkat kemanan yang handal maka perlu dilakukan pengujian aplikasi sebelum tahap penerapan pengoperasian pada objek. Hal ini dilakukan agar saat aplikasi diterapkan memiliki keamanan data dan kemudahan akses serta informative bagi user atau dalam hal ini adalah pelanggan atau calon pelanggan.
- c. Pelatihan : Agar UKM memiliki ketrampilan dalam melakukan pengoperasian aplikasi media pemasaran online yang tidak hanya mengopreasikan saja melainkan mampu menjalankan pemasaran secara utuh yaitu melayani pelanggan, mengupload produk baru, editing harga produk dan lain-lain maka diperlukan pelatihan. Pelatihan dilakukan dengan model ceramah dan pendampingan praktek mengoperasikan aplikasi.
- d. Evaluasi : Tahapan evaluasi dilakukan dengan mengevaluasi aplikasi sistem dan mengevaluasi hasil dari penerapan sistem dalam hal ini adalah ada tidaknya peningkatan jumlah pengunjung atau jumlah pelanggan.

HASIL KEGIATAN

Hasil yang dicapai sampai dengan akhir program kegiatan adalah sebagai berikut:

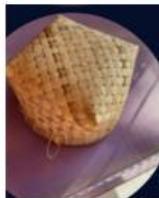
1. Data – data produk mitra

Pada pengabdian ini dilakukan pembuatan dan training penggunaan media online dalam pemasaran produk. Selain itu juga diberikan wawasan akan variasi produk yang dijual. Dalam hal ini selain menjual dalam produk jadi, maka bisa menjual bambu menjadi produk setengah jadi yaitu berupa iratan bambu [6]. beberapa produk iratan yang laku dijual di pasar online yaitu :



Gambar 6. Hasil Iratan bambu dan bambu yang sudah dipotong dan sudah dibelah dengan berbagai ukuran

Pada Gambar 6. Merupakan merupakan bahan baku dari produk kerajinan irat bambu yang memiliki berbagai jenis dan varian produk yang tentunya ramah lingkungan.



(a) Takaran Beras



(b) Peniris air ukuran besar



(c) Kukusan (mengukus)



(d) Peniris air ukuran kecil



(e) Kipas Tangan



(f) Tenggok



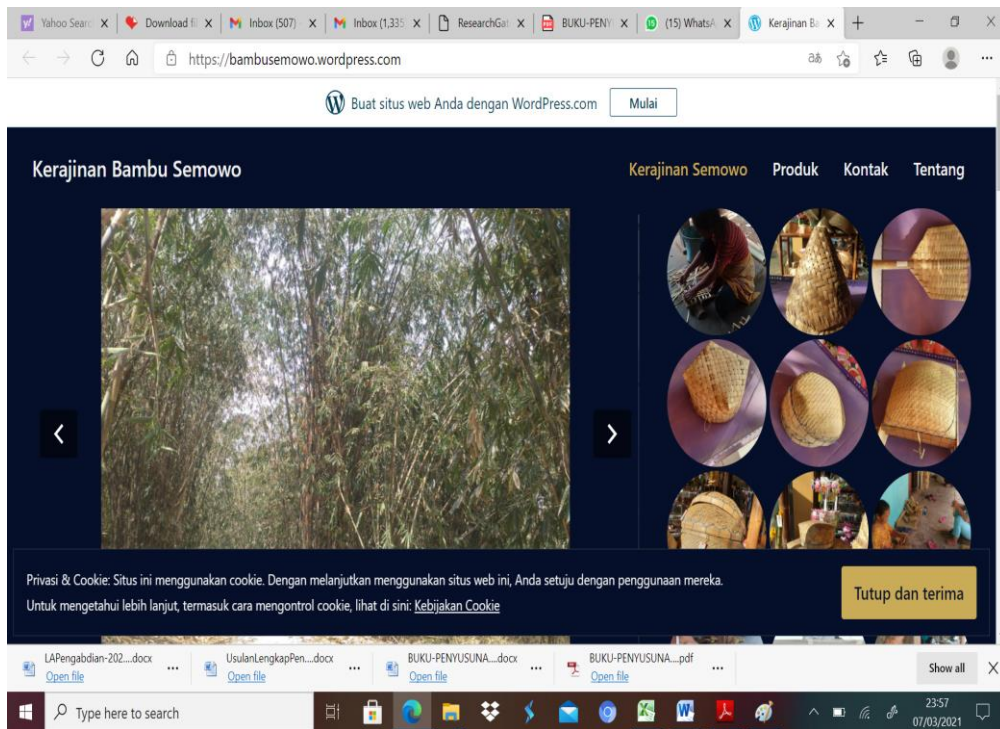
(g) Varian kerajinan irat anyaman bambu untuk peralatan rumah tangga yang ramah lingkungan

Gambar 7. (a,b,c,d,e, f, g) . Varian kerajinan irat dan anyam berbahan bambu

Pada Gambar 7 adalah produk – produk yang dipasarkan oleh UKM yaitu berbagai varian alat rumah tangga dengan material dari bambu. Peralatan rumah tangga tersebut dapat digunakan untuk kegiatan dalam rumah tangga seperti memasak, mencuci, menyimpan barang atau makanan dan lain –lain. Peralatan ini juga dapat digunakan sebagai pajangan seni kerajinan bambu.

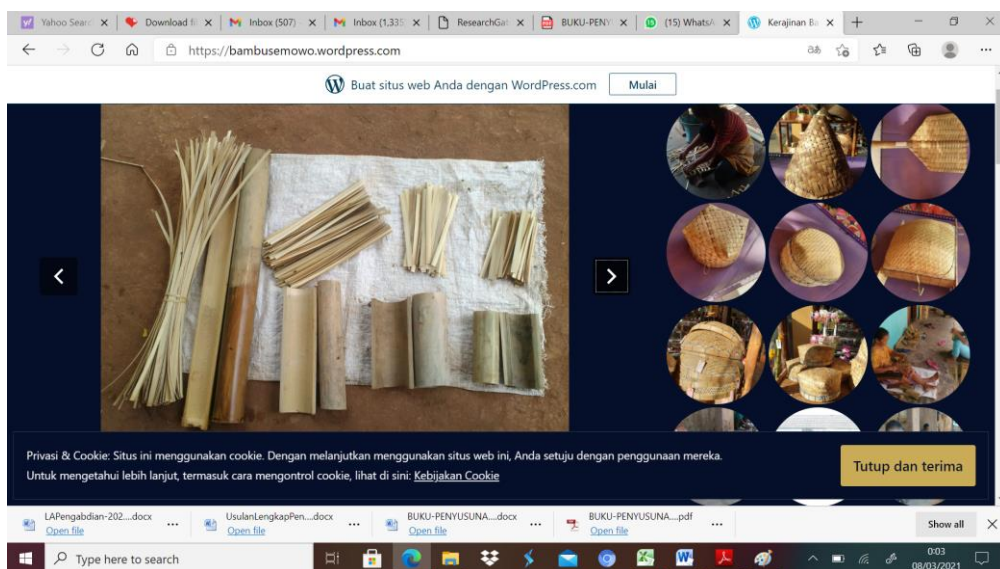
2. Interface Media Pemasaran online

Dari data yang diperoleh dan diskusi kebutuhan dari mitra , maka dilakukan rancang bangun aplikasi media online yang memiliki beberapa halaman yang dibutuhkan oleh UKM maupun user. User dalam hal ini adalah pelanggan atau calon pelanggan. Pada dasarnya di sisi kebutuhan mitra maka diperlukan halaman untuk memajang produk – produk yang akan dijual dan disisi pelanggan atau calon pelanggan adalah membutuhkan informasi yang jelas terkait produk – produk yang dijual mulai dari nama produk, ukuran, berat produk, kegunaan, material untuk membuat produk dan harga. Halaman utama pada media pemasaran online menggunakan website dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Halaman Home website pemasaran kerajinan bambu

Pada gambar 8 merupakan tampilan halaman utama website yang memiliki menu utama yaitu Kerajinan, Produk, Kontak dan Tentang. Pada setiap menu memiliki interface sesuai dengan kebutuhan user. Sedangkan halaman display produk dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Halaman display

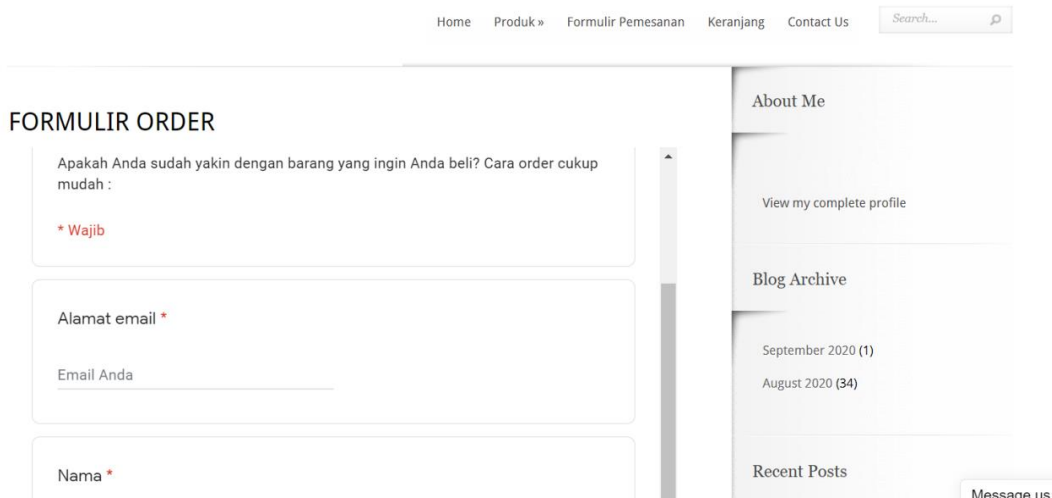
Pada Gambar 9. dapat dilihat halaman home dari media pemasaran online. Hal ini diperlukan penataan layout produk yang dipamerkan dan editing photo produk agar kelihatan lebih menarik pengunjung sehingga menumbuhkan minat beli yang tinggi [10].

Selain itu website ini juga memiliki halaman produk – produk baru atau favorit yang ditunjukkan pada Gambar 10.



Gambar 10. Halaman produk favorit

Pada Gambar 10 ditampilkan produk – produk baru dan produk terlaris atau favorit. Untuk melakukan pemesanan dapat dilakukan melalui menu kontak dengan mengisi formulir order terlebih dahulu.



Gambar 11. Formulir Pemesanan

Pada Gambar 11. merupakan halaman pemesanan barang yang akan dibeli oleh pelanggan dimana harus mengisi formulir terlebih dahulu sehingga terdatabase dengan jelas dan valid untuk selanjutnya diberikan respond invoice, tanda terima pembayaran dan pengiriman barang.

SIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dengan mitra Kelompok Usaha Bersama Kerajinan Bambu KUB Tawang Sari dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya

ISSN : 2775-054X
e-ISSN : 2775-0558

UMKM Tawang Sari memiliki potensi untuk melakukan transaksi penjualan secara global, namun terkendala oleh peralatan jaringan dan bandwidth yang dimiliki. Tersedianya media pemasaran online berdampak pada dikenalnya produk – produk UKM dan meningkatnya jumlah penjualan secara global. Mitra memiliki ketrampilan baru dibidang teknologi media pemasaran online yang merupakan media pemasaran dan promosi produk yang relatif murah dan memiliki jangkauan pasar secara global.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nasendi, B.D., (1995) Growth Pattern and Photosynthetic Activity of Different Bamboo Species Growing in The Botanical Garden of Rome. A paper prepared for IV-International Bamboo Congress/Research Workshop, 19-22 June 1995 in Ubud, Bali, Indonesia, Forest Products and Forestry Socio-Economic Research and Development Center, Bogor
- [2] <https://id.wikipedia.org/wiki/Bambu>, Artikel tentang bambu
- [3] IPIRTI. 2001. Transfer of Technology Model: Bamboo splitting and slivering Unit. Bangalore:
- [4] Sulastiningsih, I.M., 2013, Teknik Pembuatan Bambu Lamina, Pusat Penelitian dan Pengembangan Keteknikan Kehutanan dan Pengolahan Hasil Hutan, Bogor.
- [5] Mayasari, Anita, & Ady Suryawan. 2012. Keragaman Jenis Bambu dan Pemanfaatannya di Taman Nasional Alas Purwo. Dalam Jurnal “Info BPK Manado, Volume 2 No. 2 Desember 2012.
- [6] Suryanto, Suharto, Sarana, V. S. Tripriyo, Iwan Hermawan, & Agus Suwondo. 2014. Rancang Bangun Alat Belah Bambu Dengan Pemutar Ulir Penekan Multi Pisau. Dalam Jurnal Ilmiah “Rekayasa Mesin Volume 9. Agustus 2014.
- [7] Tutik P, Regina, Bernardus Sentot Wijanarka, & V. Lilik Hariyanto. 2011. Peningkatan Efisiensi Proses Produksi Kerajinan Bambu Menggunakan Mesin Pembuat Lidi Di Tunggak Semi Bamboo Handycraft. Yogyakarta: FMIPA & FT Universitas Negeri Yogyakarta.
- [8] Jumi, . 2019. Desain Media Pemasaran Berbasis Website, Modul Ajar E-Commerce
- [9] Jefferly. 2016. Membangun Toko Online dengan Blogger. PT. Gramedia, Jakarta.
- [10] Priyo, Eko Utomo, 2017, Panduan Internet Untuk Pemula Mediakom, Yogyakarta.