



Pemberdayaan Usaha Kerajinan Anyaman Industri Kreatif Penghasil Bambu Desa Kaliwungu Semarang

Annisa Fajri¹, Hajar², Olivia Aldira², Rini Adiningtyas²,
Ratna Shofiyatul Fitriyah², Rana Rosyana², Aulia Nur Pratiwi²,
Rahma Isyami Salsabila², Raihan Rachman Tsabata², Ainurrohmah²,
M. Mifbakhul Maulana²

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Semarang, Indonesia

ABSTRACT

EMPOWERMENT OF BAMBOO-PRODUCING CREATIVE INDUSTRY WOVEN CRAFTS IN KALIWUNGU VILLAGE, SEMARANG. The creative economy aims to develop small creative industries in the hope that an economic product produced can open up new markets and jobs. The development of a creative industry in one of the villages that has natural resource potential in the form of a bamboo forest which is still underutilized. The solution to the problem that we offer is to distribute woven bamboo products to cities or out of town, helping people produce goods made from woven bamboo that are more innovative, attractive, and modern so that woven bamboo products are not outdated and are no less interesting than other products made of metal, glass, so on. In addition to helping the village community regarding the sale of their woven products so that it is easier for the community to sell products other than to the only middlemen in the village, helping the community to earn income and providing satisfaction for the consumer.

Keywords: Branding, Creative Industry, Product Quality, Social Media.

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
03.04.2023	18.04.2023	22.06.2023	07.07.2023

Suggested citation:

Fajri, A., Hajar, Aldira, O., Adiningtyas, R., ... & Maulana, M. M. (2023). Pemberdayaan Usaha Kerajinan Anyaman Industri Kreatif Penghasil Bambu Desa Kaliwungu Semarang. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 33-39. DOI: 10.24235/dimasejati.202353.13929

Open Access | URL: <https://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/dimasejati/article/view/13929>

¹ Corresponding Author: Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Semarang; Email: annisafajri@unimus.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia sedang memasuki Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), sehingga ekonomi kreatif menjadi pahlawan bagi nasib perekonomian suatu daerah. Mengacu pada pedoman “Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Industri 2025” yang diterbitkan oleh Departemen Perdagangan RI, ekonomi kreatif diyakini dapat menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek dan menengah berupa (1) relatif rendahnya pertumbuhan ekonomi pasca krisis (rata-rata hanya 4,5% /tahun); (2) masih tingginya pengangguran (9-10%), tingginya tingkat kemiskinan (16-17%), dan (4) rendahnya daya saing industri di Indonesia.

Ekonomi kreatif bertujuan untuk mengembangkan industri kreatif kecil dengan harapan sebuah produk ekonomi yang dihasilkan dapat membuka pasar dan lapangan pekerjaan baru. Daerah yang kami jadikan sebagai sasaran pengembangan industri kreatif adalah Desa Kaliwungu, Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa tengah. Daerah tersebut memiliki potensi sumber daya alam berupa hutan bambu yang masih kurang dimanfaatkan. Melimpahnya pohon bambu disana dapat diolah dan dikembangkan menjadi usaha Anyaman bambu. Profesi pengrajin anyaman bambu di Desa Kaliwungu masih kurang diminati. Beberapa pengrajin yang ada bekerja di dalam naungan UMKM setempat. mereka hanya memproduksi anyaman bambu dalam skala kecil dengan desain dan bentuk yang sama. Setelah produk selesai mereka akan menyetorkan hasil kepada tengkulak untuk dipasarkan ke luar daerah.

Berdasarkan situasi Desa Kaliwungu kami menemukan beberapa permasalahan. Masalah pertama pengrajin desa tersebut hanya memiliki satu tengkulak untuk menjual karya mereka sehingga harga yang ditawarkan sangat murah, masalah kedua mereka tidak tahu bagaimana cara memasarkan produk selain lewat tengkulak tersebut dan mereka takut jika tengkulak pergi mereka tidak dapat menghasilkan uang, masalah ketiga adalah desain produk anyaman mereka kurang berfariasi dan cenderung minim fungsi sehingga tidak dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Melalui kegiatan ini kami membantu para pengrajin anyaman bambu di Desa Kaliwungu dalam mengembangkan produksi, pemasaran, dan manajemen usaha. Dengan mengembangkan inovasi dalam pembuatan anyaman bambu diharapkan dapat memberikan daya tarik lebih tinggi kepada konsumen. Dalam pemasarannya dapat diarahkan dengan metode digital dimana dengan menggunakan metode digital produk dapat dijangkau oleh masyarakat dari berbagai daerah dan para pengrajin pun tidak hanya mengandalkan pemasaran dari satu tengkulak saja. Manajemen usaha yang dilakukan oleh pengrajin juga harus diperhatikan, hal ini penting dilakukan agar pengrajin dapat mengelola produksinya dengan baik sehingga dapat meningkatkan nilai jual yang tinggi. Selain meningkatkan produktivitas anyaman bambu, UMKM anyaman bambu di Desa Kaliwungu juga dapat memberikan kesempatan kerja pada masyarakat sekitar.

BAHAN DAN METODE

Metode pelaksanaan kegiatan yang akan dilaksanakan dalam meningkatkan usaha anyaman bambu di Desa penghasil bambu merupakan rangkaian proses kegiatan yang akan dilaksanakan secara sistematis dan terencana melalui tahapan berikut:

Tahap Penelitian: Pada tahap ini anggota tim survei ke lokasi Desa untuk melihat keadaan dan membuat ide gagasan yang akan diterapkan dalam kegiatan.

Persiapan: Tahap ini anggota tim mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan dalam kegiatan sebelum tahap sosialisasi. Anggota tim akan menyusun proposal kegiatan dan menyiapkan alat dan bahan yang diperlukan selama masa kegiatan.

Sosialisasi Program: Tahap ini anggota tim memberikan sosialisasi terhadap mitra kegiatan tentang program apa saja yang akan diterapkan untuk meningkatkan usaha anyaman bambu serta menyepakati waktu pelaksanaan kegiatan.

Membuat Program Pelatihan Anyaman: Tahap ini kami adakan sebuah pelatihan inovasi produk anyaman bambu dengan mendatangkan seorang narasumber yang sudah ahli dalam bidang anyaman bambu. diharapkan program pelatihan ini dapat diadakan setidaknya dua kali selama periode kegiatan. Melalui pelatihan ini diharapkan dapat memberikan modal dan meningkatkan kemampuan pengrajin bambu dalam membuat produk anyaman bambu dengan bentuk dan desain yang lebih bervariasi.

Membuat Manajemen Produksi: Setelah tahap pelatihan anggota tim akan membantu pengrajin dalam menyusun tahapan produksi yang benar dan efisien serta menetapkan desain produk apa saja yang akan dibuat pada tahap produksi dan mempersiapkan SOP yang aman bagi para pengrajin.

Melaksanakan Produksi: Setelah menentukan desain produk apa saja yang akan diproduksi anggota tim membantu mendampingi pengrajin desa kaliwungu dalam memproduksi anyaman bambu agar menghasilkan produk yang sesuai dengan desain awal.

Memasarkan Produk: Setelah produk anyaman bambu selesai di produksi anggota tim akan membantu para pengrajin untuk memasarkan produknya mulai dari membuat branding, membuat kemasan yang menarik membuat akun media social dll. kami akan membantu mendampingi para pengrajin hingga produk anyamannya sampai ke pelanggan.

Mentoring dan Evaluasi: Mentoring dan evaluasi akan dilaksanakan setiap akhir bulan bertujuan untuk mencegah dan memperbaiki masalah sebelum menjadi besar. mentoring juga bertujuan untuk mencari ide ide baru yang dapat diterapkan dalam proses kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk anyaman bambu yang dihasilkan oleh desa penghasil bambu masih berupa model sederhana dan polos. Para pengrajin langsung menjual hasil anyaman kepada tengkulak tanpa memberikan kemasan atau nama brand sehingga target pasar yang di dapat terbatas dan kurang bisa menarik perhatian pembeli.

Harapan dengan adanya pelatihan industri kreatif ini, pengrajin bambu dapat mendistribusikan hasil anyaman dari bambu ke kota-kota ataupun keluar kota, membantu masyarakat menghasilkan barang hasil dari anyaman bambu yang lebih inovatif, menarik, dan moderen sehingga barang anyaman dari bambu tidak tertinggal zaman dan tidak kalah menarik dari barang lainya yang terbuat dari besi kaca ataupun lainya selain itu untuk membantu masyarakat desa mengenai penjualan dari barang

hasil anyaman mereka sehingga masyarakat tidak pusing harus menjual kemana lagi selain kepada tengkulak satu satunya yang ada di desa tersebut, membantu masyarakat untuk memperoleh penghasilan dan memberikan kepuasan bagi pihak konsumen, mendidik masyarakat yang terhimpun dalam usaha kerajinan anyaman bambu, menciptakan usaha yang sehat dan ramah lingkungan, mengembangkan budaya anyam menganyam, menciptakan peluang kerja buat para pengangguran untuk berkreatifitas dan memperoleh penghasilan, memberikan simbol dan kebanggaan bahwa kita itu bangsa yg kreatif, memperoleh penghasilan guna mencukupi kebutuhan finansial, mengenalkan produk yang terbuat dari bahan yang dianggap tertinggal zaman menjadi barang yang bisa mengikuti perkembangan zaman dan di desain lebih modern sehingga menjadi barang klasik estetik yang menarik pihak konsumen, selain itu juga dapat melestarikan anyaman bambu agar tidak punah, serta memanfaatkan hasil alam untuk dijadikan sesuatu yang bisa menghasilkan manfaat ataupun penghasilan dengan modal yang tidak terlalu besar untuk membuat suatu barang berkualitas.



Gambar 1. Kegiatan pengrajin bambu

Solusi yang kami tawarkan adalah membuat branding pada produk anyaman bambu. Membuat Brand Image bertujuan untuk melebarkan pasar, melakukan promosi yang efektif, memaksimalkan media sosial, serta meningkatkan kualitas produk serta layanan terutama di masa pandemi seperti sekarang ini sehingga konsumen selalu memiliki pandangan yang baik terhadap produk anyaman bambu. Berikut adalah langkah solusi yang kami tawarkan:

Brand Image: Brand Image dapat di jelaskan sebagai pandangan yang ada pada ingatan konsumen saat mengingat serta melihat suatu merek produk (Firmansyah dalam Anshori, Ekawaty, & Cahyani, 2021). Hal yang dilakukan yaitu, membuat nama atau merek produk. Kami memberikan nama brand untuk produk anyaman bambu sebagai “Kepang Bambu” keping sendiri adalah nama lain dari anyaman sedangkan kami tetap mempertahankan nama bambu agar dapat mempresentasikan produk itu sendiri. Selain itu juga membuat logo produk. Sebuah logo akan memudahkan merek diingat karena dapat ditempatkan dalam berbagai ukuran dan tempat. Logo dengan desain tersebut menunjukkan kesan naturalis dan alami dengan menunjukkan elemen elemen bambu

dan pusat gambar berupa produk anyaman bambu dengan bentuk wadah produk anyaman pertama yang dihasilkan oleh warga.

Sosial media: Sosial media digunakan sebagai media informasi dan promosi melalui platform media social seperti youtube para pengrajin bisa belajar menciptakan desain dan model produk anyaman bambu yang lebih modern dan sesuai dengan keinginan pasar. Di era sekarang ini, para pelaku usaha hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan (Fajri, 2023).

Membuat branding produk: melalui akun media sosial kami akan mempromosikan produk sebagai salah satu alternatif penggunaan produk plastik dan beralih kepada penggunaan produk yang ramah lingkungan.

Sebagai marketplace : melalui aplikasi online shop membantu kami untuk dapat memasarkan dan bertransaksi secara online tanpa harus melalui tengkulak. Ini merupakan salah satu solusi yang kami berikan kepada para pengrajin yang masih bergantung kepada tengkulak untuk bisa berganti agar lebih mandiri.

Membuat Desain Baru: Pada awalnya produk anyaman bambu di desa Kaliwungu hanya dibuat dalam bentuk keranjang yang memiliki fungsi utama sebagai wadah. disini kami mengembangkan berbagai jenis desain baru yang lebih modern sehingga tidak hanya memiliki nilai fungsi tetapi juga mengembangkan nilai estetika.



Gambar 2. Pelatihan desain baru anyaman

Pada gambar 2, dapat dilihat berbagai referensi desain modifikasi anyaman. Seperti, desain piring, keranjang, lampu hias, serta kursi. Sehingga, desain produl lebih menarik untuk dijual kepada konsumen, serta memiliki daya Tarik yang khas dibandingkan dengan produk bambu pada umumnya.

Dalam kegiatan ini kelompok kami mengevaluasi agar hasil olahan dari bambu tersebut dapat bersaing dengan produk anyaman bambu lainnya. Selama kegiatan ini berlangsung kami memberikan beberapa ilmu melalui pelatihan pelatihan yang dapat di aplikasikan dalam proses produksi, proses pemasaran, proses penjualan dan lain-lain yang sebagaimana diajarkan dalam perkuliahan dan dapat di terapkan di kegiatan ini. Semua itu kami lakukan agar pengrajin bambu dan UKM yang ada di daerah

Kaliwungu, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah ini berkembang bahkan bisa menjadi maju untuk menyambung kehidupan ekonomi Desa penghasil bambu dan bisa menjadi daerah pengrajin bambu yang inovatif dan kreatif. Kami berharap dengan adanya ilmu yang kita berikan selama kegiatan tersebut juga dapat di aplikasikan bahkan mungkin bisa lebih dari apa yang kita ajarkan.

Harapan dengan adanya pelatihan industri kreatif ini, pengrajin bambu dapat mendistribusikan hasil anyaman dari bambu ke kota-kota ataupun keluar kota, membantu masyarakat menghasilkan barang hasil dari anyaman bambu yang lebih inovatif, menarik, dan moderen sehingga barang anyaman dari bambu tidak tertinggal zaman dan tidak kalah menarik dari barang lainnya yang terbuat dari besi kaca ataupun lainnya selain itu untuk membantu masyarakat desa mengenai penjualan dari barang hasil anyaman mereka sehingga tidak bergantung kepada tengkulak satu satunya yang ada di desa tersebut, membantu masyarakat untuk memperoleh penghasilan dan memberikan kepuasan bagi pihak konsumen mengenalkan produk yang terbuat dari bahan yang dianggap tertinggal zaman menjadi barang yang bisa mengikuti perkembangan zaman dan di desain lebih modern sehingga menjadi barang klasik estetik yang menarik pihak konsumen, selain itu juga dapat melestarikan anyaman bambu agar tidak punah, serta memanfaatkan hasil alam untuk dijadikan sesuatu yang bisa menghasilkan manfaat ataupun penghasilan dengan modal yang tidak terlalu besar untuk membuat suatu barang berkualitas.

SIMPULAN

Kegiatan dapat terlaksana dengan baik, dimana para pengrajin dapat memasarkan produk hasil anyamannya melalui platform media sosial sebagai sarana pemasaran sehingga mereka tidak lagi bergantung pada satu tengkulak dan dapat menjual hasil anyaman dengan harga yang lebih menguntungkan. Para pengrajin diharapkan mampu menciptakan berbagai desain produk anyaman bambu yang akan meningkatkan kualitas sehingga mampu bersaing di pasaran. Pendampingan dan pemantauan usaha tetap diupayakan melalui akun media sosial, mengenai pemasaran produk dan membantu dalam usaha mempromosikan produk anyaman bambu.

REFERENSI

- Anshori, F. I., Ekawaty, N., & Cahyani, J. D. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk J. Co Donuts & Coffee Di Resinda Park Mall Karawang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 2024-2045.
- Fajri, A. (2023). Strategi Gapoktan Kendal dalam Menghadapi Era Industri 4.0 melalui Media Digital. *Jurnal Lentera Widya*, 4(2), 97-102.
- Halim, A., Yuwono, E. C., & Mardiono, B. (2016). *Perancangan Re-branding Produk Fera's Legit* (Disertasi): Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Putro, D. S., Jumari, J., & Murningsih, M. (2014). Keanekaragaman Jenis dan Pemanfaatan Bambu di Desa Lopait Kabupaten Semarang Jawa Tengah. *Jurnal Akademika Biologi*, 3(2), 71-79.

- Simanjuntak, N., Idham, M., & Ardian, H. (2016). Pemanfaatan Rotan Sebagai Bahan Kerajinan Anyaman di Desa Sedahan Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Kayong Utara. *Jurnal Hutan Lestari*, 4(3), 344-351.
- Sunardi, N., Am, E. N., Sarwani, S., Lesmana, R., & Hasbiayah, W. (2021). Peran Digital Marketing Dan Manajemen Keuangan dalam Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM yang Berdampak Pada Kesejahteraan Masyarakat di Tengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(2), 96-104.
- Trimoyo. (2016). *Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tangan Anyaman Bambu (Lambar) di Desa Tanjungsari Kecamatan Petanahan Kabupaten Kebumen*. (Skripsi). Purworejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo.

Copyright and License



This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

© 2023 Annisa Fajri, Hajar, Olivia Aldira, Rini Adiningtyas, Ratna Shofiyatul Fitriyah, Rana Rosyana, Aulia Nur Pratiwi, Rahma Isyami Salsabila, Raihan Rachman Tsabata, Ainurrohmah, M. Mifbakhul Maulana.

Published by LP2M of IAIN Syekh Nurjati Cirebon