

Analisis Strategi Pemasaran Kerajinan Rumah Tangga Anyaman Tikar Pandan Di
Desa Pintu Padang Julu Kec. Siabu Kab. Mandailing Natal Sumatera Utara

¹Zuhro Amini Kamil Tanjung, ²Sri Ramadhani, ³Nuri Aslami

¹Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara Medan, zuhroaminikamiltanjung@gmail.com

²Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera
Utara Medan, sriramadhani594@gmail.com

³Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera
Utara Medan, nuriaslami@uinsu.ac.id

Abstract

Handicraft mat woven pandanus is a product of the household industry in the village of Padang Julu door Siabu District Mandailing Natal North Sumatra which was bequeathed to the community as a processed product that is worth selling and art. This study aims to analyze the marketing strategy of household handicrafts woven pandanus mats in Pintu Padang Julu Village, Siabu District, Mandailing Natal regency, North Sumatra. Existing Data is the result of interviews, observations and documentation. The method used is qualitative descriptive approach with data reduction analysis model, data presentation and conclusion. The results showed that the strategy efforts that need to be done, namely 1) innovation style and shape, 2) expansion of marketing 3) the involvement of the younger generation, 4) the role of the village government and the Related Industry Department, this is to maintain the tradition and increase sales of woven pandanus leaf production.

Keywords : Marketing, Household Crafts, Woven Mats Pandanus.

Pendahuluan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kerajinan adalah barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan seperti tikar, anyaman, dan sebagainya. Arti lain dari kerajinan adalah perusahaan yang membuat barang-barang (sederhana Lektur.id, 2022). Kerajinan adalah cabang seni yang terkenal dengan cara pembuatan manual dan proses pembuatan yang cukup lama. Kerajinan juga sering disebut dengan seni kriya atau “Kr” yang berarti mengerjakan. Dari kata itu muncul bahasa karya, kriya dan kerja. Kerajinan adalah suatu usaha yang dilakukan secara terus menerus dengan penuh ketekunan, kecekatan, kegigihan, dan berdedikasih tinggi.

Kerajinan juga sering dikaitkan dengan pengolahan bahan baku mentah menjadi barang atau karya yang memiliki nilai jual tinggi dan memiliki fungsional dan estetika (Undang Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995) . Pengertian lain kerajinan adalah hasil budaya Indonesia yang ada sejak zaman nenek moyang. Kerajinan ini timbul dari kesadaran yang menjadi budaya diri sendiri, dengan membuat alat-alat kebutuhan sehari-hari seperti alat berburu, pakaian, dan alat rumah tangga.

Beragam budaya yang saat ini masih dilestarikan adalah anyaman, salah satu dari sekian jenis kerajinan yang tersebar diseluruh pelosok tanah air, dan anyaman tersebut merupakan salah satu bagian dari kesenian. Keahlian anyaman merupakan salah satu usaha untuk kelangsungan hidup bagi masyarakat pedesaan, dikarenakan sampai saat ini masih banyak jenis anyaman, salah satu jenisnya adalah anyaman tikar pandan yang ada di Desa Pintu Padang Julu Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara yang sebagian masyarakat desa ini adalah pengrajin anyaman

tikar pandan.

Pemasaran yang dilakukan pengrajin adalah membawa bahan baku setengah jadi dan atau yang sudah siap jual ke Pasar Sinonoan, Pasar Malintang dan ada beberapa pengrajin yang menjual anyaman pandan ke pengepul yang sering mengambil langsung kerumah pengrajin. Sedangkan pengepul dan pembeli yang di Pasar Sinonoan akan mendistribusikan ke pengrajin yang ada diluar daerah. Pendapatan dari penjualan anyaman tikar pandan ini dapat membantu pemasukan ibu rumah tangga, semacam kebutuhan dapur, uang jajan dan bahkan ada juga yang penghasilan menetapnya dari anyaman pandan ini. Walaupun petani gagal panen, ibu rumah tangga masih bisa mengatasinya dari hasil penjualan anyaman tikar pandan ini. Dikarenakan harga jual anyaman tikar pandan ini relatif tinggi.

Landasan Teori

Industri Rumah Tangga

Industri rumah tangga (*homeindustry*) atau yang lebih sering disebut industri kecil merupakan suatu usaha mencari manfaat atau faedah dari suatu barang sehingga dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan dan dikerjakan di rumah. Dalam pengertian ini termasuk juga kegiatan kerajinan tangan. Sehingga industri kecil dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk memproduksi dimana didalamnya terdapat perubahan bentuk atau sifat dari suatu barang. Kegiatan industri kecil atau kerajinan rumah tangga umumnya merupakan pekerjaan skunder para petani dan penduduk desa, yang memiliki arti merupakan sumber penghasilan tambahan. Salah satu tujuan industrialisasi daerah pedesaan adalah untuk mengembangkan kegiatan ekonomi daerah tersebut, dan untuk mengembangkan industri kecil dan kerajinan rakyat.

Menurut BPS perusahaan atau usaha industri dapat dikelompokkan menjadi empat bagian berdasarkan banyaknya tenaga kerja yang digunakan. Antara lain :

1. Industri kecil/kerajinan rumah tangga, yaitu industri yang jumlah tenaga kerjanya 1-5 orang tenaga kerja.
2. Industri kecil, yaitu industri yang jumlah tenaga kerjanya antara 5-19 orang tenaga kerja.
3. Industri sedang, yaitu industri yang jumlah tenaga kerjanya antara 20-99 orang tenaga kerja.
2. Industri besar, yaitu industri yang jumlah tenaga kerjanya antara 100/lebih tenaga kerja per perusahaan

Kerajinan

Kerajinan adalah barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan. Kerajinan menghasilkan karya yang mementingkan nilai keindahan sebagai hiasan atau kegunaan. Pembuatan kerajinan yang prosesnya semakin rumit dilakukan, membuat kualitas dan nilai jualnya juga semakin tinggi (Itsnaini, 2021). Kerajinan adalah suatu kegiatan yang menghasilkan suatu keterampilan tangan seperti anyaman tikar pandan, anyaman rotan, merajut dan sebagainya, yang membuat barang sederhana yang kemudian menghasilkan seni (S. Wahyuni, 2007).

Anyaman Tikar Pandan

Anyaman adalah kerajinan merangkai dan melipat daun, dalam menghasilkan anyaman tikar pandan diperlukan bahan daun pandan (*bayyon*). Meskipun sifat daun tersebut relatif lebih lemah, namun untuk menjadi bahan anyaman yang siap pakai, terlebih dahulu harus mengalami pengolahan. Menganyam juga dapat diartikan dengan

cara tindih-menindih atau silang menyilang dan menjalin satu dengan yang lainnya dengan baik. Anyaman adalah serat yang dirangkaikan hingga membentuk benda yang kaku, biasanya yang untuk membuat keranjang, prabot, tikar, dinding dan lain-lainnya. Anyaman sering menggunakan bahan yang berasal dari tumbuhan, dedaunan dan juga dari serat (T Rohandi, M R Nagara, 2021).

Pemasaran

Pemasaran meliputi menjual dan mengiklankan. Pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan (Budianto, 2015). Menurut Philip Kotler menjelaskan bahwa pemasaran adalah suatu bentuk aktivitas sosial dan manajerial yang dilakukan seseorang untuk apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menyampaikan, dan menjual produk kepada orang lain (Philip & Keller, 2007). Dalam pengertian, Menurut *American Marketing Association* (AMA) definisi pemasaran lebih luas lagi, dimana para pemasar sudah lebih berorientasi pada pelanggan, pada kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan terhadap produk dan merek. Selanjutnya Kotler dan Armstrong memberikan definisi pemasaran yang mana pemasaran didefinisikan sebagai suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses yang menciptakan, komunikasi, menyampaikan, pada pelanggan dan untuk mengelola kereliasian pelanggan untuk mencapai benefit bagi organisasi (*stakeholder*) (Kotler & Armstrong, 2013) . Dapat diartikan bahwa pemasaran adalah sebuah proses dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas menukar produk dan jasa yang bernilai kepada orang lain.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di desa pintu padang julu kecamatan siabu dan proses pelaksanaannya dari bulan maret 2022. Subjek pada penelitian ini adalah pengrajin yang ada di desa pintu padang julu. Jenis data dan sumber data yang digunakan yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer dan skunder. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan metode berfikir induktif untuk menganalisis data. Penelitian ini menggunakan teknik 4p yang dimana teknik pengumpulan data bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada.

Hasil Dan Pembahasan

Kerajinan anyaman tikar pandan di Desa Pintu Padang Julu sudah ada sejak tahun 1947 hingga saat ini, pembuatan anyaman tikar pandan bermula dari nenek moyang yang membutuhkan alas tidur, alas makan dan alas untuk menerima tamu yang nyaman. Selama ini produksi anyaman tikar pandan menjadi identitas masyarakat, dan menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat.

Produksi anyaman tikar pandan ini sudah menjadi ciri khas Desa Pintu Padang Julu, terlebih bagi ibu rumah tangga dan anak remaja maupun anak di usia 9 tahun sudah bisa menghasilkan tikar pandan. Mayoritas pengrajin anyaman tikar pandan adalah perempuan. Karena perempuan desa umumnya tidak banyak keluar rumah, dengan membuat anyaman tikar pandan para perempuan lebih banyak menghabiskan waktu di rumah.

Kedaaan Geografis

Secara geografis Desa Pintu Padang Julu relatif datar dan berada pada ketinggian 250-600 meter di atas permukaan laut (dpl). Dengan iklim tropis, curah hujan lebih kurang 25 mm per tahun. Suhu udara 23-32 derajat celcius dengan kelembaban 80-85%. Luas Desa Pintu Padang Julu lebih kurang 600 Ha. Kecamatan Siabu terletak di Kabupaten Mandailing Natal Provinsi Sumatera Utara yang terdiri dari 17 (tujuh belas) Desa, yaitu;Desa Aek Matondang, Desa Pintu Padang Julu, Desa Pintu Padang Jae, Desa Huta Baringin, Desa Sinonoan, Desa Aek Mual, Desa Lumban Dolok, Desa Huraba, Desa Simaninggir, Desa Siabu, Desa Bonan Dolok, Desa Lumban Pinasa, Desa Simangambat, Desa Huta Raja, Desa Huta Puli, Desa Sibaruang dan Desa Sihpeng.

Jumlah Penduduk

Desa Pintu Padang Julu mempunyai jumlah penduduk sebanyak 1.873 jiwa, Yang terdiri dari laki-laki: 883 jiwa dan perempuan: 990 jiwa. Mayoritas masyarakat di desa pintu padang julu adalah petani dan pengrajin, namun ada individu yang tidak berprofesi sebagai petani. Mata pencaharian tertinggi adaah petani.

Perumusan Strategi Pemasaran Kerajinan Rumah Tangga Anyaman Tikar Pandan Di Desa Pintu Padang Julu, Kecamatan Siabu, Kabupaten Mandailing Natal

Setiap usaha yang dilakukan harus berjalan sesuai dengan capaian yang diharapkan. Sebagai salah satu usaha industri rumahan yang masih memakai menejeman tradisional, industri anyaman tikar pandan ini belum menentukan visi, misi serta tujuan usaha secara jelas dan tertulis. Akan tetapi, pengrajin anyaman tikar pandan di Desa Pintu Padang Hulu menjalankan usaha anyaman tikar dengan ingin mempertahankan tradisi nenek moyang mereka yang secara turun-temurun diwariskan kepada anak cucu sebagai pewaris pengrajin anyaman tikar pandan, disamping mempertahankan nilai budaya dan tradisi yang ada mereka juga ingin meningkatkan pendapatan perekonomian dari penjualan tikar anyaman pandan. Oleh karena itu pengrajin anyaman tikar pandan berusaha untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas tradisi dan produk mereka.

Dengan memanfaatkan ilmu dan tradisi yang diwariskan secara turun-temurun mereka terus menganyam daun pandan menjadi tikar yang bagus dan cantik. Dengan kemampuan dan keahlian yang dimiliki masyarakat desa terus berupaya memanfaatkan hasil alam yang melimpah serta kemampuan menganyam yang diwariskan terdorong untuk terus menghasilkan produk tikar anyaman pandan menjadi produk yang berdaya jual yang lebih tinggi, jika dibandingkan dengan hasil olahan industri modren. Sehingga mendatangkan pendapatan yang sesuai dengan nilai produk yang dihasilkan.

Strategi pemasaran anyaman tikar pandan adalah usaha untuk meningkatkan penjualan dengan harga yang sepadan dari proses pembuatannya yang dapat dipasarkan baik di wilayah daerah maupun luar daerah. Hal ini perlunya penerapan strategi pemasaran yang efektif sekaligus diharapkan untuk meningkatkan pendapatan pengrajin anyaman tikar pandan. Langkah staregis ini dirumuskan diawali dengan menganalisis faktor internal dan external dalam pemasaran anyaman tikar pandan di Desa Pintu Padang Julu, Kecamatan Siabu, Kabupaten Mandailing Natal.

Strategi Pemasaran Kerajinan Rumah Tangga Anyaman Tikar Pandan di Desa Pintu Padang Julu, Kecamatan Siabu, Kabupaten Mandailing Natal.

Anyaman tikar pandan adalah hasil seni dan budaya yang mempunyai nilai luhur yang sangat tinggi. Hal ini sesuai dengan pendapat Fransiska Ria (2012) yang menunjukkan bahwa kerajinan anyaman adalah ciri khas dengan bentuk simbolik unik dan mengandung nilai filosofis yang harus dipertahankan. Keunggulan anyaman tikar pandan yaitu kualitas yang dihasilkan. Meskipun kerajinan anyaman tikar pandan akan terancam. Permasalahan umum yang dihadapi industri kecil adalah proses pemasaran anyaman atau mempertahankan anyaman. Beberapa hal tersebut membuat kerajinan sering mengalami kesulitan, terlebih untuk mempertahankan produksi barang untuk dipasarkan. Sejalan dengan Sofyan Salam. Sukarman B Hasnawati. Muh. Muhaemin untuk mempertahankan kerajinan anyaman ini. Saat ini produksi anyaman tikar pandan hanya dijadikan pekerjaan sampingan karena penghasilan yang didapatkan dari hasil menganyam sangat rendah, sehingga masyarakat lebih memilih mencari pekerjaan lain sebagai mata pencarian utama untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

1. Kualitas anyaman tikar pandan yang sangat bagus, namun saat ini kualitas bagus yang dihasilkan dari anyaman tikar pandan hanya memiliki pengaruh kecil terhadap perkembangan pemasaran kerajinan anyaman tikar pandan. Masyarakat umumnya lebih memilih barang yang efisien dan instan tanpa melihat kualitas.
2. Harga jual yang tidak menentu membuat minat pengrajin menurun juga.
3. Banyaknya ancaman industrialisasi modern di zaman ini.
4. Dan era modern yang sudah mulai memasuki masyarakat desa.

Strategi pemasaran kerajinan anyaman tikar pandan. Terdapat beberapa upaya yang dilakukan untuk mempertahankan industri anyaman tikar pandan. Diantaranya :

1. Inovasi corak dan bentuk, sehingga produk anyaman tikar pandan masih dapat diminati masyarakat dan pasar.
2. Perluasan pemasaran yang dilakukan untuk menambah keuntungan dan menjamin kestabilan produksi.
3. Melibatkan generasi muda untuk mendapatkan inovasi baru sebagai penerus anyaman tikar pandan.
4. Peran pemerintah desa dan dinas perindustrian yang terkait pemasaran anyaman tikar pandan.

Saran

Harusnya masyarakat menyadari kualitas anyaman tikar pandan yang baik serta memiliki nilai estetika. Anyaman tikar pandan merupakan sebuah hasil karya seni dan budaya. Alangkah baiknya benda yang berasal dari anyaman tikar pandan mendapat nilai serta apresiasi yang tinggi oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

- Achmad, S. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV. Pustaka Setia.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (12th ed.). Alfabeta.
- Assauri, S. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo.
- Bahagia, M. M. Q. (2005). *Industri Kecil Dan Kerajinan Rumah Tangga*. CV. Ray Sarana Kreasi.

- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Ombak.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Manajemen Strategi Konsep*. Salemba Empat.
- Gurning, F. A. S., & Nuri Aslami. (2022). Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah Di PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Medan. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 27–33. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.10>
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Valuta*, 2(2), 286–303.
- Hasil Sensus Pertanian 2020. (2020). Badan Pusat Statistik.
- Iriyanto, M. T. (n.d.). *Peranan Industri Kerajinan Kulit Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Dan Penyerapan Tenaga Kerja Di Dusun Manding* (p. 99).
- Itsaini, F. M. (2021). *Pengertian Kerajinan, Tujuan, Jenis Dan Contohnya* (3rd ed.). Detik Edu.
- Kadjim. (2011). *Kerajinan Tangan dan Kesenian*. Adiswara.
- Kotler, & Amstrong. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Lektur.id. (2022). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. PT. Pustaka Digital Indonesia.
- Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(2), 80–89. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i2.882>
- M.Sn, A. C. (2008). *Studi Pengembangan Desain Kerajinan Anyaman Pandan Sentra*. wawancara oleh penulis, (2022).