

Original Research Paper

Program Kemitraan Masyarakat Kelompok Pengrajin Anyaman Bambu “Prima Bambu”

Oliver Samuel Simanjuntak^{1*}, Darban Haryanto²

¹Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik Industri, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

²Jurusan Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta,

Article history

Received: 29 Juni 2019

Revised: 7 July 2019

Accepted: 16 Juli 2019

*Corresponding Author: Oliver Samuel Simanjuntak, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Yogyakarta, Indonesia; Email:

oliver.simanjuntak@upnyk.ac.id

Abstrak: Salah satu kelompok kerajinan anyaman bambu yang berada di dusun Malangan, Kabupaten Sleman, adalah Prima Bambu. Sebagai usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang berkembang, Prima Bambu mengalami permasalahan terkait: 1) Produksi, 2) Manajemen dan 3) Komunikasi Pemasaran. Pemasalahan dari aspek produksi, yaitu: ketahanan produk anyaman bambu, dan pewarnaan yang kurang menarik. Permasalahan dari aspek pemasaran, meliputi: keterbatasan produksi pada pesanan pasar, produksi hanya dipahami sebagai produksi secara “*hard side*”, pemasaran yang terbatas pada pasar lokal. Permasalahan dari aspek manajemen, meliputi: kemampuan desain/motif yang kurang bervariasi, lemahnya *branding* produk anyaman bambu. Melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang telah berjalan, tim PKM membantu Prima Bambu melalui kegiatan sebagai berikut: pelatihan ketrampilan *treatment* anyaman bambu, pelatihan komunikasi pemasaran, pendampingan pembuatan merek dagang, pendampingan pengelolaan informasi dalam desain produk, pendampingan pengembangan website yang ada untuk pemasaran (*e-commerce*) dan komunikasi yang efektif dengan pasar. Dari kegiatan yang terlaksana, PKM menghasilkan keluaran program sebagai berikut: penambahan peralatan produksi, pewarnaan dan *treatment* bambu, website berbasis multimedia, merek, dan buku manual pembudidayaan bambu dan pengembangan website.

Kata kunci: Anyaman; Bambu; Produksi; Komunikasi; Manajemen

Pendahuluan

Dusun Malangan adalah salah satu dari 21 pedukuhan yang ada di desa Sumberagung, kecamatan Moyudan, kabupaten Sleman, propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dusun ini berada 17 km sebelah barat daya Kotamadya Yogyakarta dan merupakan wilayah paling utara dari kecataman Moyudan. Sejak tahun 1965, Dusun Malangan terkenal akan hasil kerajinan anyaman bambu. Pada awalnya anyaman bambu yang dibuat warga sekitar digunakan hanya untuk kebutuhan rumah tangga sehari-hari. Namun lambat laun anyaman bambu ini digarap hingga bernilai ekonomis. Dari total ± 550

penduduk Dusun Malangan, 55% penduduk memiliki mata pencaharian sebagai pengrajin anyaman bambu dan tergabung dalam beberapa kelompok pengrajin. Salah satu kelompok pengerajin yang sedang berkembang adalah Prima Bambu. Saat ini kelompok kerajinan Prima Bambu memiliki anggota sebanyak 9 (sembilan) orang pengerajin yang diketuai oleh Bapak Sarjiman. Kelompok kerajinan Prima Bambu belum lama berdiri yaitu pada tahun 2014. Prima Bambu dibentuk sebagai wadah para pengrajin untuk berdiskusi dan berkembang secara bersama dalam beberapa aspek sebagai berikut: a) Peningkatan kualitas produk kerajinan, b) Pemanfaatan fasilitas pinjaman modal, c) Pengembangan kemitraan usaha, d) Peningkatan pemasaran produk dan e)

Perluasan jaringan distribusi pemasaran. Untuk memperlancar kegiatan usahanya, kelompok kerajinan Prima Bambu melaksanakan pertemuan rutin sebulan sekali yang dilaksanakan pada hari Jum'at pertama disetiap bulannya. Kegiatan ini dilaksanakan untuk mendiskusikan permasalahan yang dihadapi dan peluang pasar selama bulan sebelumnya dan merencanakan usaha anyaman bambu untuk bulan berikutnya.

Seperti industri kreatif lainnya, produksi Prima Bambu tidak luput dari tuntutan inovasi, yaitu dari aspek produksi, manajemen dan komunikasi pemasaran. Proses produksi, manajemen dan komunikasi pemasaran memegang peranan penting dalam proses pengembangan kelompok Prima Bambu. Hal ini dapat dilihat dari seluruh model pengembangan yang ada, dimana isu hasil produksi yang tidak layak, desain/motif yang tidak diterima/usang di pasar, keuangan yang tidak terkelola secara baik selalu menjadi masalah yang penting dan pelik di kelompok Prima Bambu. Produk anyaman bambu Prima Bambu yang tidak diterima pasar, produk bambu yang mengeluarkan bubuk dikarenakan kutu bambu, lem perekat yang tidak kuat, hasil yang kasar (banyak buluh / belum halus); memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai persoalan dari sebuah alur produksi, manajemen dan komunikasi pemasaran yang tidak terkelola dengan baik di Prima Bambu. Berdasar permasalahan diatas, diperlukan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang dapat melaksanakan peningkatan minat beli dan penumbuhan kepercayaan pasar; pengenalan identitas melalui merek kepada pasar; pemanfaatan teknologi yang dapat membangun komunikasi dua arah antara calon pembeli dan pengerajin serta merencanakan keperluan olah visual; memastikan ketersediaan bahan baku (bambu).

PKM ini dilakukan melalui beberapa tahapan pelatihan dan pendampingan, yaitu: kualitas pewarnaan irat bambu, pengawetan irat bambu, desain, dan pemasaran hasil produk anyaman bambu itu sendiri. Menurut Murti (2018) dan Prihadi (2014), pelatihan dan pendampingan teknik irat bambu menjamin anyaman bambu yang berkualitas. Peningkatan kualitas anyaman bambu ditentukan berdasarkan pemahaman teknik pewarnaan dan pengawetan yang benar. Selanjutnya irat bambu didesain untuk menghasilkan anyaman bambu yang "baik", desain yang 'baik' adalah nilai yang menjadi harapan semua kreator atau desainer, akan tetapi perlu

dicatat, bahwa nilai yang 'baik' di dunia profesi kadangkala bukan merupakan tujuan, walaupun tetap merupakan sebuah harapan (Masri, 2010). Tahapan terakhir adalah pendampingan pemasaran produk anyaman bambu (Salehi et al.,2012), sebagai solusi pemasaran yang lebih global.

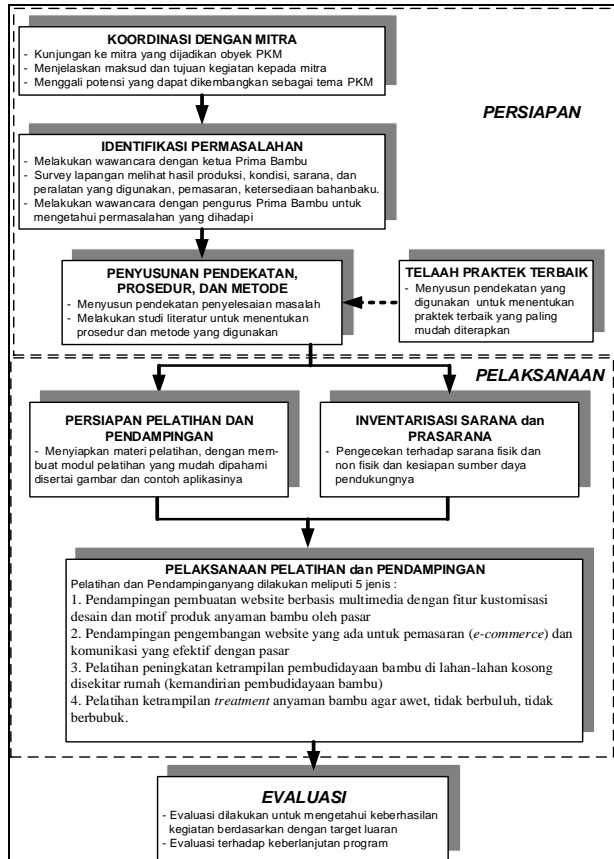


Gambar 1. Tim PKM bersama Prima Bambu

Secara umum PKM bagi Prima Bambu memiliki tujuan sebagai berikut: a) Pengurus tersadar akan permasalahan kualitas pewarnaan dan pengawetan anyaman bambu. b) Pengurus Prima Bambu termotivasi mempublikasikan konten visual, motif / pola produk usaha dalam bentuk sebuah desain yang berlangsung terus menerus. Prima Bambu memastikan kepada pasar bahwasanya produksi anyaman bambu Prima Bambu tidak pernah berhenti dari inovasi, kreatif dan upaya yang selalu memuaskan pasar c) Peningkatan cara berpikir pengurus Prima Bambu akan pasar yang lebih besar/global.

Metode

Metode pemecahan permasalahan dilakukan dengan pendekatan pelatihan dan pendampingan. Melalui pelatihan maka aspek-aspek strategis dan teknis dapat dilakukan. Materi pelatihan menggunakan media transfer teknologi berupa modul tertulis, tayangan dan video serta praktek secara langsung di lapangan. Pendampingan memastikan program-program perbaikan dilaksanakan secara konsisten.



Gambar 2. Metode PKM

Pelatihan dan pendampingan mensinergikan kegiatan-kegiatan dalam rangka penguatan produksi, manajemen usaha, dan komunikasi pemasaran. Metode pendekatan dan diskusi terhadap kebutuhan bahan baku, peningkatan kualitas produk, teknologi komunikasi, branding kepada pengurus dan anggota Prima Bambu. Pelatihan dan pendampingan dilakukan secara bersama-sama sehingga akan mendapatkan hasil yang diharapkan. Baik permasalahan maupun solusi yang harus diambil telah mendapatkan kesamaan pandang antara pengusul dan Kelompok Prima Bambu sehingga diharapkan apabila PKM ini terealisasi akan mendapatkan dukungan yang nyata dari pihak-pihak terkait.

Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan melalui 3 (tiga) tahap yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahapan persiapan dapat dijabarkan sebagai berikut: a) Koordinasi dengan mitra, b) Identifikasi permasalahan, c) Penyusunan pendekatan, prosedur dan metode, d) Telaah praktek terbaik. Setelah tahapan persiapan, maka dilaksanakan tahap pelaksanaan. Tahap pelaksanaan dapat dijabarkan sebagai berikut: a) Persiapan pelatihan dan pendampingan, b)

Inventarisasi sarana dan prasarana, c) Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan.



Gambar 3. Pelatihan dan pendampingan

Pada tahap pelaksanaan kegiatan PKM yang akan dilaksanakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1. Pelaksanaan kegiatan

| No | Masalah | Pelaksanaan Kegiatan |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Kualitas produk anyaman bambu tidak kuat dari kutu bambu, lem perekat yang tidak kuat, hasil yang kasar (banyak buluh/belum halus) | Pelatihan ketrampilan <i>treatment</i> anyaman bambu agar awet, halus dan kuat. Mengembangkan peralatan untuk pewarnaan, perekatan, dan pengawetan. |
| Rasional: | | |
| Dengan perlakuan khusus/ <i>treatment</i> kepada produk anyaman bambu (pemberian obat, perekatan, pembakaran dan pewarnaan) membuat produk anyaman bambu akan lebih awet dan tidak termakan oleh kutu bambu, halus dan kuat sehingga produk anyaman bambu kualitasnya bertahan lama dan tidak berbuluk | | |
| 2 | Kemampuan desain/motif yang kurang bervariasi | Pengadaan perangkat dan pelatihan komunikasi pemasaran, yaitu: disain grafis, fotografi dan multimedia |
| Rasional: | | |
| Dengan adanya sarana komputer membuat disain grafis yang lebih baik untuk memproduksi produk yang berkualitas, variatif, kompetitif. Para pengrajin dapat meningkatkan kemampuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) | | |
| 3 | Lemahnya <i>branding</i> produk anyaman | Pendampingan pengelolaan komunikasi informasi (konten visual dan informasi pemasaran) produk usaha di teknologi multimedia |

| No | Masalah | Pelaksanaan Kegiatan |
|----|---------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| | bambu | berbasis aplikasi internet. Serta pendampingan pembuatan merek dagang Prima Bambu |

Rasional:

Dengan memberi informasi pemasaran yang lengkap, seperti: harga, warna, mekanisme pengiriman, alamat, pembayaran. Informasi pemasaran yang lengkap dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap produk usaha Prima Bambu. Merek dagang produk Prima Bambu digunakan sebagai identitas produk di pasar yang menyatakan jaminan kualitas anyaman bambu Prima Bambu lebih baik berbanding produk serupa dari tempat lain.

| | | |
|---|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4 | Produksi tergantung pada pesanan pasar | Pendampingan pengelolaan informasi memproduksi desain produk, bukan produk <i>hard side</i> . Melalui teknologi multimedia berbasis aplikasi internet, produksi produk dapat terus berjalan walau belum terdapat pesanan dan tanpa mengeluarkan dana. |
|---|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Rasional:

Dengan publikasi motif / pola produk usaha dalam bentuk sebuah desain yang berlangsung terus menerus dan tanpa pemodal (melalui *soft side* bambu: desain / motif produk bambu tanpa *hard side*: produk anyaman bambu), Prima Bambu memastikan kepada pasar bahwasanya produksi anyaman bambu Prima Bambu tidak pernah berhenti dari inovasi, kreatif dan upaya yang selalu memuaskan pasar.

| | | |
|---|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | Pemasaran terbatas di pasar lokal | Pendampingan pengembangan website yang ada untuk pemasaran (<i>e-commerce</i>) dan komunikasi yang efektif dengan pasar |
|---|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Rasional:

Melalui pendampingan pemanfaatan teknologi multimedia berbasis aplikasi internet, pelaksana pengabdian bagi masyarakat meningkatkan cara berpikir pengurus Prima Bambu akan pasar yang lebih besar/global.

Hasil dan Pembahasan

Program yang telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan sebagaimana diuraikan pada bagian metodologi, telah menghasilkan beberapa hasil sebagai berikut:

- a. Peralatan produksi, berupa peralatan pewarnaan, perekatan, penghalusan dan pengawetan bambu.



Gambar 4. Praktek pewarnaan irat bambu



Gambar 5. Bahan pewarna irat bambu

- b. Konten multimedia dan informasi (foto, video, desain) produk anyaman bamboo.



Gambar 6. Teknik produksi konten



Gambar 7. Konten multimedia anyaman bambu

- c. Merek dagang produk anyaman bambu Prima Bambu.



Gambar 8. Merek Prima Bambu

- d. Terdapatnya website berbasis multimedia sebagai sarana komunikasi pemasaran anyaman bambu.



Gambar 9. Pengembangan website



Gambar 10. Website Prima Bambu (<https://primabambu.000webhostapp.com>)

Kesimpulan

Secara umum program berjalan dengan sangat baik dan sangat bermanfaat bagi Prima Bambu. Secara rinci, hasil evaluasi kemanfaatan yang timbul sebagai akibat dari kegiatan-kegiatan ini adalah:

- a. Pengurus dapat membuat produk anyaman bambu yang lebih awet dan tidak termakan oleh kutu bambu, halus dan kuat sehingga produk anyaman bambu kualitasnya bertahan lama dan tidak berbubuk
- b. Pengurus tersadar akan permasalahan lemahnya konten visual dan komunikasi produk Prima Bambu.
- c. Pengurus Prima Bambu termotivasi mempublikasi motif/pola produk usaha dalam bentuk sebuah desain yang berlangsung terus menerus dan tanpa pemodal (melalui *soft side* bambu: desain/motif produk bambu tanpa *hard side*: produk anyaman bambu), Prima Bambu memastikan kepada pasar bahwasanya produksi anyaman bambu Prima Bambu tidak pernah berhenti dari inovasi, kreatif dan upaya yang selalu memuaskan pasar
- d. Peningkatan cara berpikir pengurus Prima Bambu akan pasar yang lebih besar/global.

Saran

Sebagai saran, Prima Bambu merupakan kelompok dengan usaha yang cukup potensial untuk dikembangkan dengan bantuan teknologi multimedia serta pemasaran online. Namun

demikian mayoritas anggota Prima Bambu adalah orang yang berusia cukup tua (>40 tahun). Dengan mayoritas anggota yang sudah tua, penerimaan dan kemampuan pendayagunaan teknologi multimedia dan internet pada anggota Prima Bambu tidaklah mudah. Tim PKM memberi saran akan pendampingan kepada generasi yang lebih muda, sehingga penerimaan dan kemampuan pendayagunaan teknologi multimedia dan internet akan lebih cepat dan mudah.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta dan Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) Ditjen Penguatan Risbang Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia atas dukungan financial dan moral serta kepada pengurus/anggota Prima Bambu atas kerja sama yang telah diberikan.

Daftar Pustaka

- Masri, A. 2010. *Ekplorasi Material, Sebuah Upaya Untuk Mendapatkan Kebaruan Pada Produk Kerajinan Bambu*. Institut Teknologi Nasional
- Murti, K. A. H., Murwandani, Nunuk, G. 2018. Kerajinan Anyam Bambu di Sanggar Hamid Jaya Desa Gintangan kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Seni Rupa*.
- Prihadi, Wisnu, R. 2014. *Laporan Observasi Proses Pengawetan Bambu (Pengawetan pada Industri CV. Sahabat Bambu)*. Universitas Negeri Yogyakarta: Pengkajian dan Penerapan Teknologi
- Salehi, M., Mirzaei, H., Aghaei, M., & Abyari, M. 2012. Dissimilarity Of E-Marketing Vs Traditional Marketing. *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*.