

PENGEMBANGAN KERAJINAN ANYAMAN BAMBU SEBAGAI SUMBER EKONOMI KREATIF: STRATEGI PEMASARAN DAN PROMOSI YANG EFEKTIF

Devita Savitri¹, Mia Oktaviani²

¹Universitas Islam KH. Ruhiat Cipasung, ²Universitas Islam KH. Ruhiat Cipasung

E-mail: devita@unik-cipasung.ac.id¹, octaamyaa@gmail.com²

Abstrak

Pengembangan anyaman bambu sebagai sumber ekonomi kreatif memerlukan strategi pemasaran dan promosi yang efektif agar dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran dan promosi yang dapat diterapkan dalam pengembangan kerajinan anyaman bambu. Dalam penelitian ini, diterapkan metode kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa strategi pemasaran dan promosi yang efektif mencakup pemanfaatan media sosial, pengembangan produk yang inovatif dan berkualitas, serta pelaksanaan promosi melalui beragam acara dan pameran. Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan anyaman bambu sebagai sumber ekonomi kreatif dan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: Kerajinan anyaman bambu, Ekonomi kreatif, Strategi pemasaran dan promosi.

Abstract

The development of bamboo weaving as a source of creative economy requires effective marketing and promotion strategies in order to increase income and community welfare. This study aims to identify marketing and promotion strategies that can be applied in the development of bamboo weaving crafts. In this study, a qualitative method was applied by collecting data through interviews and observations. The results of the study revealed that effective marketing and promotion strategies include the use of social media, the development of innovative and quality products, and the implementation of promotions through various events and exhibitions. It is hoped that this study can provide a positive contribution to the development of bamboo weaving as a source of creative economy and at the same time improve community welfare.

Keyword: Bamboo woven crafts, Creative economic, Marketing and promotion strategies.

A. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang berpotensi memiliki sumber daya alam yang begitu banyak dan sangat melimpah. Kekayaan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia merupakan sebuah anugerah yang luar biasa potensinya dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat (Saufi, S., 2024). Oleh karena itu, Indonesia sering di sebut sebagai negara yang kaya dengan sumber daya alamnya. Salah satu kekayaan sumber daya alamnya adalah bambu. Tanaman ini memiliki potensi yang besar sebagai sumber ekonomi kreatif, terutama dalam bentuk kerajinan tangan yang berasal dari anyaman bambu. Selain memiliki nilai estetika yang tinggi, kerajinan tangan dari anyaman bambu tentu juga dapat memiliki nilai ekonomis yang tinggi, dan kerajinan tangan dari anyaman bambu juga dapat menjadi salah satu sumber pendapatan bagi khalayak masyarakat.

Ekonomi adalah aktivitas insan yang bekerjasama menggunakan distribusi, produksi, konsumsi terhadap barang serta jasa (Agung, Z. A., 2019). Istilah ekonomi kreatif diperkenalkan pertama kali oleh John Howkins pada tahun 2001 (Sari 2018). Di Indonesia, kata ekonomi kreatif dan industri kreatif mulai banyak diperbincangkan dan dikenalkan pada pemerintahan Jokowi (Rachma, F., 2015). Ekonomi kreatif di Indonesia saat ini diakui sebagai kekuatan baru yang signifikan. Melihat perkembangan dan kemajuan yang telah dicapainya, sangat penting bagi kita untuk mengembangkan ekonomi kreatif ini secara berkelanjutan. Penguatan di berbagai aspek, seperti sumber daya, industri, pembiayaan, pemasaran, dan teknologi, menjadi kunci untuk mencapai tujuan tersebut. Penerapan konsep ekonomi kreatif dalam pengembangan industri kreatif adalah solusi cerdas untuk menjaga keberlanjutan dalam pengembangan ekonomi serta memperkuat sektor ekonomi kreatif itu sendiri (Rahmat, A. P., 2016).

Bambu adalah salah satu bahan baku alami yang kini masih banyak tersedia di hutan. Karena ketersediaannya yang melimpah, bambu menjadi bahan baku yang ekonomis apabila dimanfaatkan dengan baik. Bahan ini dapat digunakan untuk membuat berbagai peralatan dan alat rumah tangga, bahan bangunan, bahkan berfungsi sebagai pipa untuk distribusi air, instrumen musik, serta keperluan keagamaan. (Ahmad, 2018). Menurut (Gusti, 2019) Anyaman bambu

adalah teknik kerajinan yang menggunakan berbagai jenis bambu tertentu. Prosesnya meliputi penebangan, pemotongan, dan penjemuran bambu, sehingga dapat diolah menjadi berbagai bentuk kerajinan tangan yang indah. Menurut Gusti (2019), bambu memiliki berbagai manfaat, antara lain: digunakan dalam ritual adat, sebagai peralatan bertani, sebagai obat tradisional, sebagai bahan konsumsi, serta untuk kerajinan tangan.

Namun, pengembangan kerajinan tangan dari anyaman bambu sebagai ekonomi kreatif masih dihadapkan dengan beberapa tantangan. Beberapa tantangan itu diantaranya adalah kurangnya kesadaran masyarakat mengenai potensi bambu, keterbatasan keterampilan masyarakat dalam mengelola bambu menjadi produk yang bernilai tinggi, serta minimnya akses pasar untuk produk anyaman bambu. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengembangkan strategi pemasaran dan promosi yang efektif guna meningkatkan kesadaran masyarakat tentang potensi kerajinan tangan dari anyaman bambu. Selain itu, kita juga perlu memperbaiki keterampilan dalam pengolahan bambu dan membuka akses pasar bagi produk-produk tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran dan promosi yang efektif dalam pengembangan anyaman bambu sebagai sumber ekonomi kreatif. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap pengembangan anyaman bambu serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

B. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian untuk dapat menghasilkan sebuah karya tulis ilmiah ini bersifat "kualitatif" penelitian ini mengkaji tentang budaya kerajinan tangan dari anyaman bambu masyarakat melalui pendekatan pengkajian etnografi dan studi kasus, untuk memahami lebih lanjut budaya dan praktik pemasaran serta promosi kerajinan tangan dari anyaman bambu di suatu lingkungan tertentu. Pelaksanaan penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan kerja yang saling berhubungan, yaitu: tahapan awal yang merupakan persiapan, dilanjutkan dengan tahapan pengumpulan data lapangan, kemudian tahapan pengolahan data yang melibatkan proses penyusunan, dan terakhir, tahapan

penyusunan laporan berupa karya tulis ilmiah. Penelitian ini disusun melalui teknik pengumpulan data dengan cara: wawancara, observasi, analisis, dan studi kasus.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran dan promosi yang efektif dapat meningkatkan persepsi serta minat konsumen terhadap kerajinan tangan anyaman bambu. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dianggap efektif adalah dengan pengembangan produk yang inovatif dan berkualitas, pelaksanaan promosi melalui berbagai *event* dan pameran, dan pemanfaatan media sosial serta pemasaran *online*. Artinya, para produsen atau pengrajin selain mengembangkan produknya yang penuh inovatif agar berkualitas dan juga mempromosikan secara *offline*, tentu para produsen atau pengrajin dapat mempromosikan kerajinan tangan anyaman bambu dengan melalui berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan Twitter. Dikarenakan media sosial memiliki akses jangkauan yang sangat luas ke berbagai macam daerah dan tentunya akan sangat cepat informasi dari media sosial tersebut sampai ke semua orang. Hal ini tentu saja dapat membantu meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk kerajinan tangan dari anyaman bambu ini. Selain itu, pemasaran secara *offline* juga merupakan strategi pemasaran yang efektif. Karena konsumen dapat melihat produk yang penjual tawarkan terlebih dahulu. Dengan demikian, konsumen akan lebih puas karena bisa melihat dengan secara langsung produk yang akan mereka beli tanpa adanya perantara. Dan tentunya ini dapat memungkinkan konsumen memiliki minat yang tinggi pada produk tersebut.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan strategi pemasaran dan promosi, antara lain adalah kualitas produk, harga yang bersaing, serta iklan promosi yang efektif. Kualitas produk yang unggul dapat secara signifikan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk kerajinan tangan dari anyaman bambu. Selain itu, harga yang kompetitif mampu menarik minat konsumen untuk memilih produk tersebut. Di sisi lain, promosi yang dilakukan dengan baik juga berperan

penting dalam meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap kerajinan tangan anyaman bambu.

Selain itu, hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengembangan kerajinan tangan dari anyaman bambu sebagai sumber ekonomi kreatif dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan kerajinan tangan dari anyaman bambu sebagai sumber ekonomi kreatif sangat penting untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

Namun, pengembangan kerajinan tangan dari anyaman bambu sebagai sumber ekonomi kreatif tidak hanya berpotensi meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga berkontribusi dalam melestarikan kebudayaan dan tradisi anyaman bambu di Indonesia. Dengan demikian, kerajinan tangan anyaman bambu sebagai sumber ekonomi kreatif ini tentu saja dapat menjadi salah satu alternatif yang sangat berharga bagi pengembangan ekonomi sekaligus upaya pelestarian warisan budaya lokal.

Dalam implementasinya, pengembangan kerajinan tangan dari anyaman bambu sebagai sumber ekonomi kreatif membutuhkan kerja sama antara pemerintah, sektor swasta dan masyarakat. Pemerintah dapat memberikan dukungan dalam bentuk kursus pelatihan, bantuan modal dan promosi. Swasta dapat memberikan dukungan dalam bentuk investasi, teknologi, dan pasar. Masyarakat dapat memberikan dukungan dalam bentuk partisipasi, motivasi dan kreativitas.

Dalam jangka panjang, pengembangan kerajinan tangan anyaman bambu sebagai sumber ekonomi kreatif mempunyai potensi yang besar untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, upaya ini juga berkontribusi pada peningkatan pelestarian budaya dan tradisi anyaman bambu di Indonesia. Oleh karena itu, penting untuk melakukan langkah-langkah yang dapat meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap kerajinan tangan ini, serta untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksinya.

Dengan demikian, pengembangan kerajinan tangan anyaman bambu sebagai sumber ekonomi kreatif memiliki potensi yang sangat besar untuk membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Selain

itu, langkah ini juga dapat berkontribusi dalam melestarikan kebudayaan dan tradisi anyaman bambu di Indonesia. Sebagai kesimpulan, strategi pemasaran dan promosi yang efektif terbukti dapat meningkatkan kesadaran konsumen dan minat konsumen pada kerajinan tangan anyaman bambu.

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengembangan kerajinan tangan dari anyaman bambu sebagai sumber ekonomi kreatif memiliki potensi yang sangat besar dalam membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Untuk mencapai hal ini, penerapan strategi pemasaran dan promosi yang efektif sangatlah penting. Beberapa strategi yang dapat diterapkan meliputi pemasaran *online* dan *offline*, kerja sama dengan toko *online*, serta promosi melalui media sosial dan *event* tertentu. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap kerajinan tangan dari anyaman bambu.

Dengan demikian, pengembangan kerajinan tangan dari anyaman bambu dapat dijadikan salah satu alternatif sumber ekonomi kreatif yang berpotensi untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat banyak. Selain itu, inisiatif ini juga berperan penting dalam melestarikan budaya dan tradisi anyaman bambu di Indonesia. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan upaya yang lebih intensif dalam meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap kerajinan tangan anyaman bambu, serta dalam memperbaiki kualitas dan kuantitas produksinya.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirobbil'alamiin puji serta syukur yang tak terhenti penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang maha kuasa, karena atas inayah dan taufik-Nya penulis mampu menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Atas restu sang pencipta dan kehadiran orang-orang yang sudah berbaik hati yang membantu penulis dengan dorongan do'a, bimbingan, serta tenaganya, hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang begitu tulus kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan karya tulis ilmiah ini, terutama kepada:

1. Bapak Drs. KH Abdul Chobir, M.T. selaku Rektor Universitas Islam KH Ruhiat Cipasung Tasikmalaya.
2. Bapak Ojang Oo Muptiah, S.Sy, M.H. selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam KH Ruhiat Cipasung Tasikmlaya.
3. Ibu Devita Savitri, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), yang telah berkenan membimbing penulis dengan tulus, dan memberikan arahnya yang sangat luar biasa
4. Seluruh jajaran civitas akademik Universitas Islam KH Ruhiat Cipasung.
5. Para pengrajin kerajinan tangan dari anyaman bambu, terkhusus masyarakat Kp. Sindangsari, Desa Tanjungsari yang telah berkenan untuk diwawancarai.
6. Bapak, Mamah, Adik-adik nya teteh, dan seluruh keluarga tercinta yang tak hentinya selalu mendo'akan, mendukung, memotivasi dan memberikan semangat bantuan baik moral maupun materil.
7. Teman-teman seperjuanganku yang selalu membuat penulis ceria dan semangat membara.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya tulis ilmiah ini, dan semoga karya tulis ilmiah ini dapat memberikan manfa'at bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar. (2024). Pengembangan Usaha Anyaman Bambu Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Letta Kabupaten Pinrang (Perspektif Ekonomi Syariah). Institut Agama Islam Negri Parepare.
- Agung, Z.A. (2019). Produksi, Konsumsi Dan Distribusi Dalam Islam. *Journal Of Institution and Sharia Finance 2*, no 1 (11).
- Fitriati, R. (2015). Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif: Sebuah Riset Tindakan Berbasis Soft Systems Methodology. (*Yayasan Pustaka Obor Indonesia*).
- Gusti, J. O. A. H. T. E. (2019). Studi Pemanfaatan Jenis Bambu Oleh Masyarakat Dayak Bakati di Hutan Adat Desa Tanjung Kecamatan Teriak Kabupaten Bengkayang. *Journal Of Chemical Information*.

- Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 1, no. 2. 82–110.
- Niki, A. S. (2024). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Bidang Kuliner di Kota Bandar Lampung Melalui Pendekatan *Penta Helix* Dengan Menggunakan *Mixed Methods*. Universitas Lampung.
- Purnomo, R., A. (2016). Ekonomi Kreatif Pilar Pengembangan Indonesia. (*Ziyad Visi Media*).
- Salamun, S. (2024). Sumber Daya Alam Indonesia Milik Rakyat. *Section Articles*. FISIP Universitas Indonesia.
- Sari, N. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, no 2 (1), 51–60. <https://doi.org/10.22437/jssh.v2i1.5281>

