

Hambatan Kearifan Lokal Anyaman Bambu Sebagai Potensi Ekonomi Kreatif Bagi Perempuan Di Desa Suka Maju

by Jurnal Ekombis Review

Submission date: 27-Jul-2022 07:00PM (UTC-0400)

Submission ID: 1875961993

File name: 63._Benedhikta_Kikky_Vuspitasari,_Shanti_Veronica_Br_Siahaan.pdf (524.72K)

Word count: 4376

Character count: 28303



Hambatan Kearifan Lokal Anyaman Bambu Sebagai Potensi Ekonomi Kreatif Bagi Perempuan Di Desa Suka Maju

Benedihkta Kikky Vuspitasari ¹⁾; Shanti Veronica Br Siahaan ²⁾

^{1,2)} Institut Shanti Bhuana

Email: ¹⁾ kikky@shantibhuana.ac.id

How to Cite :

Vuspitasari, B. K., Siahaan, S. V. B. (2022). Hambatan Kearifan Lokal Anyaman Bambu Sebagai Potensi Ekonomi Kreatif Bagi Perempuan Di Desa Suka Maju. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2) . doi: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2>

ARTICLE HISTORY

Received [14 Juni 2022]

Revised [5 Juli 2022]

Accepted [26 Juli 2022]

KEYWORDS

Local Wisdom, Woven Bamboo, Creative Economy

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk gambaran Hambatan kearifan lokal anyaman bambu sebagai potensi ekonomi kreatif bagi perempuan di Desa Suka Maju. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode purposive sampling, pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumen. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, untuk menentukan keabsahan data peneliti menggunakan teknik triangulasi data. Hasil penelitian diketahui hambatan kearifan lokal anyaman bambu sebagai potensi ekonomi kreatif yaitu kurangnya inovasi produk, pemasaran produk yang masih tradisional serta jaringan usaha yang kurang.

ABSTRACT

This article aims to describe the barriers to local wisdom of woven bamboo as creative economic potential for women in Suka Maju Village. This research is a qualitative descriptive study using purposive sampling method, data collection, researchers using interviews, observations, and documents. The data analysis used in this study consisted of several stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions, to determine the validity of the researcher's data using data triangulation techniques. The results of the study found that the obstacles to local wisdom of woven bamboo as potential for the creative economy were the lack of product innovation, traditional product marketing and a lack of business networks.

PENDAHULUAN

Kearifan lokal merupakan bagian dari tatanan kehidupan sosial, politik, budaya, ekonomi serta lingkungan yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat. Kearifan lokal juga mempunyai ciri yang dinamis yaitu kearifan tradisional yang diperoleh dari masyarakat itu sendiri. didalam suatu masyarakat lokal biasanya kearifan lokal tradisional terwujud dalam bentuk aturan, pengetahuan dan keterampilan, serta nilai dan etika yang menjadi aturan yang membentuk tatanan kehidupan sosial masyarakat tersebut. Semua itu akan terus berkembang dari generasi ke generasi. Salah satu kearifan lokal tradisional yang terbentuk adalah adanya keterampilan (Husni, 2013)

Seperti yang kita ketahui bahwa pemerintah mulai mengembangkan ekonomi kreatif dpada tahun 2009-2019 dengan dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dimana salah satunya adalah bidang kriya. Pengembangan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan dan bakat

individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia dengan sasaran, arah, dan strategis (Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, 2009)

Selain itu Indonesia menjadi inisiator untuk mendorong kebangkitan sektor ekonomi kreatif dunia, hal ini sudah ditetapkan oleh PBB, Disampaikan dalam pertemuan Friends of Creative Economy (FCE) pada 11 November 2020 lalu, Indonesia diharapkan mampu mendorong implementasi Tahun Internasional Ekonomi Kreatif Dunia 2021 secara efektif (Kemenparekraf, 2021). terciptanya ekonomi kreatif di Indonesia tidak terlepas dari peran seluruh pelaku ekonomi kreatif yang terus bekerja keras dari tahun ketahun, berkat kerja keras para pelaku ekonomi kreatif tersebut saat ini Indonesia dianggap sebagai pelopor revolusi Industri Kreatif, semua ini terbukti dari perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam setiap tahunnya, menurut data laporan OPUS Ekonomi Kreatif 2020, kontribusi subsektor ekraf pada prodk domestik bruto (PDB) nasional mencapai Rp. 1.211 triliun, (Kompas, 2021) angka tersebut meningkat dari tahun 2017 dan 2018, yang hanya sebesar Rp. 1.000 triliun dan Rp. 1.105 triliun, dengan kontribusi tersebut menjadikan Indonesia menduduki posisi ketiga terbesar didunia, dengan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB, sedangkan posisi lainnya diduduki oleh Amerika dan Korea Selatan. Adapun subsektor yang unggul dibidang ekonomi kreatif yang memberikan kontribusi cukup besar dalam PDB nasional adalah Kriya, Kuliner, dan Fesyen, untuk itu pemerintah terus mendukung kegiatan ekonomi kreatif agar Indonesia menjadi negara yang mandiri.

Salah satu bentuk kriya adalah anyaman, pengertian anyaman itu sendiri adalah teknik membuat karya seni rupa yang dilakukan dengan cara menumpang tindihkan (menyilangkan) bahan anyam (Patria & Mutmainah, 2016). Kalimantan Barat merupakan salah satu daerah penghasil anyaman salah satu anyamannya adalah anyaman bambu yang berada di daerah Bengkayang di desa Suka Maju kecamatan Sungai Batung, keberadaan anyaman bambu bagi masyarakat sekitar merupakan bukan hal yang baru karena didukung dengan potensi bambu yang ada disekitar desa tersebut, masyarakat desa suka Maju biasanya menggunakan bambu sebagai sarana membuat anyaman (Ahmad, 2018). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis di tahun 2020 bahwa potensi anyaman bambu menjadi salah satu peluang ekonomi kreatif bagi desa Suka Maju, namun sayangnya potensi ini belum dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat setempat walaupun anyaman yang dibuat oleh para wanita di Desa Suka Maju juga mengalami inovasi dengan memadukan rotan dan plastik namun hasil yang diperoleh juga belum maksimal dalam bidang pemasaran dan produk yang dihasilkan juga masih sederhana berdasarkan hasil observasi dilapangan. Berdasarkan data (BPS Kab. Bengkayang, 2020) Jumlah Industri kecil yang ada di Kabupaten Bengkayang adalah sebanyak 330 buah dengan jenis industri yang banyak ditemui di Kabupaten Bengkayang adalah reparasi sepeda motor, serta industri kerajinan rotan dan kerajinan bambu, sedangkan untuk desa Suka Maju sendiri dari 8 dusun hampir semua memiliki penganyam bambu berdasarkan hasil observasi yang dilakukan. Jumlah tenaga kerja yang terserap adalah 802 orang. Besarnya potensi anyaman bambu yang ada seharusnya menjadi produk anyaman dapat dikembangkan dan bisa menjadi salah satu produk unggulan daerah Bengkayang khususnya, karena letak strategis daerah Bengkayang yang berbatasan langsung dengan Malaysia, namun kenyataannya masih banyak kendala yang dialami. Untuk itu perlu adanya penelitian untuk mengetahui hambatan yang dialami oleh para penganyam bambu khususnya bagi perempuan di Desa Suka Maju.

LANDASAN TEORI

Kearifan lokal

Menurut Azizah dalam (Ewid & Vuspitasari, 2020) kearifan lokal merupakan kebiasaan yang menghasilkan suatu tindakan yang menciptakan suatu sikap dalam menghadapi suatu peristiwa kemudian menyebabkan terjadinya suatu ekspresi yang bermacam- macam salah satunya adalah tradisi adat istiadat, karya seni sampai cara berfikir manusia Menurut (Prima & Kearifan, 2013)

Kearifan lokal memiliki beberapa manfaat diantaranya :

- a. Mencegah diabaikannya pengetahuan yang diperoleh sebagian besar masyarakat Indonesia yang sudah diperoleh sejak turun temurun, kemudian tergantikan oleh pengetahuan dan teknologi dari luar.
- b. Mencegah timbulnya berbagai macam permasalahan yang terjadi terkait dengan sosial dan budaya yang cukup meresahkan, semua itu terjadi ketika teknologi dari luar muncul dan masuk kedalam kehidupan masyarakat yang merasa asing dengan teknologi.

Anyaman bambu

Bambu merupakan salah satu bahan baku yang diperoleh dari alam, dan saat ini masih tersedia cukup baik di hutan, karena ketersediaan bambu yang cukup melimpah sehingga menjadikan bambu sebagai bahan baku yang murah jika dimanfaatkan dengan baik, bambu dapat dimanfaatkan untuk membuat peralatan dan alat-alat rumah tangga, serta bahan bangunan, bahkan dimanfaatkan sebagai pipa distribusi air, instrumen musik dan keperluan keagamaan, (Ahmad, 2018). Menurut (Gusti, 2019) anyaman bambu adalah anyaman yang memanfaatkan jenis-jenis bambu tertentu melalui proses penebangan, pemotongan, penjemuran, sehingga dapat diolah menjadi 13 macam produk diantaranya Sikup, tangkinatau besek, ijo, ragak, kerungan, randang, dan lipak. Manfaat bambu Menurut (Gusti, 2019) manfaat bambu sebagai berikut : Ritual adat, Untuk peralatan bertani, Untuk obat tradisional, Untuk dikonsumsi, Untuk kerajinan tangan.

Ekonomi kreatif

Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep yang berasal dari kemampuan manusia serta keterampilan yang dimilikinya, (Hasan, 2018). Kemudian menurut (Kreatif, 2019) ekonomi kreatif merupakan salah satu penambahan nilai barang lewat daya pikir serta kreatifitas manusia. Subsektor ekonomi kreatif menurut (Bekraf, 2015) terdapat 16 subsektor ekonomi kreatif diantaranya : Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Film, Animasi, dan Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Fesyen, Aplikasi dan Game Developer, Penerbitan, Periklanan, Televisi dan Radio, Seni Pertunjukan dan Seni Rupa.

Hambatan ekonomi kreatif

Beberapa hambatan perkembangan ekonomi kreatif menurut (Bekraf, 2015)

- a. Sumber Daya Manusia (SDM)
Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia terkendala oleh terbatasnya kuantitas dan kualitas pelaku kreatif baik menurut keahlian bidang maupun kemampuan untuk menjalankan dan mengelola usaha
- b. Infrastruktur
Terkendala oleh terbatasnya jumlah layar bioskop, pusat pelatihan, laboratorium riset, inkubator bisnis, kurangnya fasilitas sarana dan prasarana kreasi (creative center), pasar dan galeri seni, tempat pertunjukan.
- c. Regulasi
Dari sisi regulasi kerap kali menjadi hal yang memberatkan pelaku kreatif, seperti ketentuan mengenai perpajakan, perizinan usaha yang rumit, penugasan pengembangan subsektor ekonomi kreatif yang di jalankan oleh lebih dari satu K/L sehingga berpotensi menimbulkan tumpang tindih kewenangan,
- d. Permodalan,
Permasalahan yang terkait kuantitas dan kualitas lembaga pembiayaan, alternatif pembiayaan bagi industri kreatif, dan matchmaking pembiayaan bagi industri kreatif.
- e. Pemasaran,
Kurangnya sinergitas arah kebijakan dan program pemerintah dengan Pemerintah Daerah, serta tumpang tindihnya program pemasaran produk dan jasa kreatif lintas Kementerian/Lembaga dalam mengembangkan produk dan jasa kreatif.

f. Penegakan hukum,

Penegakan hukum yang lemah dan tidak konsisten menyebabkan pembajakan terus berkembang

g. Distribusi.

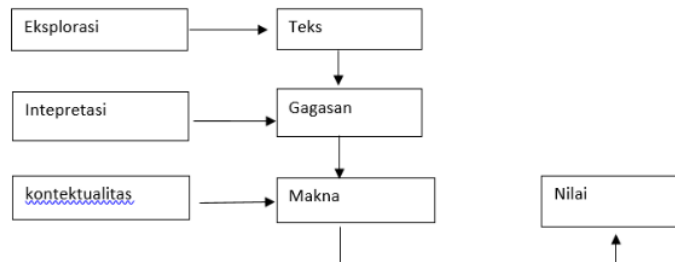
Persaingan yang makin tajam muncul dari metode distribusi produk dan jasa kreatif yang semakin dekat dengan konsumen. Masih kurangnya inovasi yang dapat mendorong konsumen semakin mudah mendapatkan produk dan jasa kreatif nasional. Pengembangan

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Metode analisis data menurut (Bonnie Soeherman, 2019) 3 langkah dalam melakukan interpretasikan data kualitatif atau cerita hasil penelitian yaitu:

Gambar 1. interpretasikan data kualitatif



a. Eksplorasi

Merupakan tahap awal yang dilakukan dengan membaca wacana atau urutan kejadian dalam transkrip untuk mendapat gambaran, kesan dan gambaran umum.

b. Selanjutnya temuan-temuan ini akan diinterpretasikan/tafsir untuk membuat konstruksi-konstruksi baru dan berusaha mengungkapkan hal-hal eksplisit atau implisit dalam wacana tersebut.

c. Tahap kontekstualisasi, disini peneliti meresapi dan memaknai teks sesuai konteks sosial penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Anyaman bambu merupakan salah satu anyaman yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat yang tinggal di daerah Bengkayang terutama di Desa Suka Maju, proses penganyaman bambu yang diperoleh turun temurun dari nenek moyang menjadikan anyaman bambu menjadi salah satu anyaman yang tetap eksis hingga saat ini terutama bagi masyarakat di Desa Suka Maju, namun anyaman bambu belum mengalami peningkatan signifikan terutama dari segi memberi dampak bagi peningkatan ekonomi masyarakat. Berikut hambatan yang dialami oleh para perempuan penganyam bambu di Desa Suka Maju.

Kurangnya inovasi produk

Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan adanya perkembangan dan inovasi dalam suatu produk mempunyai dampak dalam meningkatkan nilai produk sehingga nilai suatu produk tersebut menjadi tinggi, upaya yang dilakukan beragam dalam meningkatkan inovasi suatu produk mulai dari

bentuk, ukuran dan warna hingga pemasaran. Inovasi produk juga dapat dilakukan pada anyaman bambu, menurut (Rusdi et al., 2020) anyaman merupakan ketrampilan tangan dalam menjalin bahan yang dilakukan dengan silang menyilang dan kuat-menguatkan antara satu dengan yang lain. Hasil penelitian yang dilakukan terhadap para penganyam bambu di Desa Suka Maju menunjukkan adanya kendala yaitu dalam inovasi produk hal ini dipengaruhi oleh pola pikir masyarakat dan kurangnya pembinaan bagi para penganyam Bambu tersebut, adanya kebiasaan masyarakat setempat lebih senang membeli anyaman langsung daripada memproduksi, hal ini juga berkaitan dengan keterbatasan keterampilan yang dimiliki dalam menganyam, selain itu produksi anyaman bambu juga jauh dari inovasi terlihat anyaman masih sangat sederhana, masyarakat yang menganyam bambu juga mudah merasa puas jika produknya sudah laku dan hasilnya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, bahkan menganyam juga menjadi salah satu rutinitas bagi mereka yang tidak mampu beraktifitas berat seperti ke sawah atau ke ladang kegiatan ini biasanya dilakukan oleh para perempuan untuk mengisi waktu senggang mereka. Keterlibatan generasi muda juga dinilai kurang dalam kegiatan menganyam sehingga banyak generasi muda tidak mengetahui teknik menganyam anyaman bambu.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan anyaman bambu yang dihasilkan oleh para penganyam masih terlihat sederhana dan masih bersifat tradisional karena mereka menggunakan peralatan seadanya dan bersifat handmade. Tingkat kesulitan dalam membuat anyaman cukup rumit, namun tidak membuat perempuan-perempuan di Desa Suka Maju menyerah dalam memproduksi anyaman tersebut. Walaupun hasilnya tidak terlalu rapi dan sederhana, masih banyak masyarakat yang tetap setia menggunakan produk anyaman tersebut, terutama masyarakat di Desa Suka Maju sendiri, namun sewaktu-waktu ada yang menjual di luar desa. Produk anyaman yang dihasilkan berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat. keberagaman produk anyaman yang dihasilkan serta motif dari anyaman tersebut menjadikan harga produk pun bervariasi dan mengikuti kerumitan yang dihasilkan oleh para penganyam, kemudian beberapa produk digunakan untuk momen-momen tertentu dan memiliki makna bagi masyarakat setempat. Proses anyaman bambu memerlukan ketelitian dan kesabaran dalam membuatnya oleh karena itu biasanya diperlukan ketelitian karena jika tidak teliti maka anyaman bisa saja rusak dan gagal. Oleh karena itu mereka yang terbiasa menganyam adalah para perempuan (Patria & Mutmainah, 2016). Mereka yang sudah berusia senja, kegiatan tersebut biasanya mereka lakukan pada saat waktu luang, secara ekonomi hasil anyaman mereka manfaatkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat setempat. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa produk yang dihasilkan oleh penganyam masih terlihat sederhana dan tradisional.

Inovasi diperlukan untuk kemajuan suatu usaha dan berlaku pula dalam meningkatkan pembangunan nasional, inovasi diperlukan untuk mengoptimalkan berbagai potensi yang dimiliki dan menjadi sumber baru. Sumber daya manusia memiliki pengaruh besar dalam menciptakan inovasi dan nilai tambah, ketika inovasi tercipta melalui kreativitas maka akan tercipta suatu sumber daya terbarukan yang tidak akan habisnya (Made, 2018). Selain itu suatu usaha juga dituntut untuk melakukan inovasi hal ini dilakukan untuk menyesuaikan perkembangan zaman yang semakin modern yang didukung dengan tingkat perkembangan teknologi yang semakin maju sehingga para pelaku usaha juga harus kreatif dan inovatif dalam menciptakan inovasi produk sehingga produk mempunyai daya tarik bagi konsumen, dengan begitu produk tersebut berpengaruh pada keputusan pembeli.

Inovasi dalam suatu usaha menyangkut **inovasi yang tinggi baik** dalam **inovasi proses** produk **maupun inovasi produk**, dimana **kemampuan** suatu usaha dalam **menciptakan produk berkualitas**. Dengan **kualitas produk yang tinggi** tentunya **akan** berpengaruh pada peningkatan **keunggulan bersaing** dalam suatu usaha dan memberikan dampak pada kinerja usaha tersebut.

Pemasaran produk

Pemasaran merupakan bagian yang paling penting dalam perkembangan suatu produk, agar produk dapat dikenal oleh orang banyak dan memiliki nilai maka pemasaran produk menjadi bagian

terpenting, tak kalah pentingnya lagi pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai sarana dengan memanfaatkan teknologi. Berdasarkan hasil penelitian pemasaran anyaman bambu yang dihasilkan oleh para wanita di Desa Suka Maju masih menggunakan cara tradisional yaitu dengan pemasaran dari mulut kemulut, pemasaran cara ini dilakukan dengan berinteraksi secara langsung dengan konsumen sehingga konsumen dapat langsung melakukan transaksi, dengan melakukan transaksi secara langsung, penganyam mengetahui minat dan selera dari konsumen tersebut namun kelemahannya adalah jangkauan konsumen juga terbatas sehingga produk kurang dikenal. Selain itu pemasaran yang dilakukan langsung dari tempat produksi, konsumen dengan mudah melihat proses pembuatan serta mengetahui bentuk dan model secara langsung, serta menentukan harga dari produk yang diinginkan berdasarkan tingkat kerumitan yang dihasilkan. namun pada pada moment-moment tertentu anyaman bambu misalnya pada saat pameran yang dilaksanakan oleh pemerintah setempat tingkat Kabupaten.

Produk yang dipamerkan sebagai salah satu cara untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Suka Maju. Walaupun dipamerkan ditingkat kabupaten anyaman-anyaman bambu tersebut belum memiliki nilai ekonomis yang memadai dan penjualan hanya seputar kota Bengkayang saja. Seperti yang kita ketahui bahwa dalam memasarkan suatu produk kita dapat melakukannya secara online maupun offline, dengan cara online saat ini kita bisa memanfaatkan teknologi yang dapat mempertemukan pembeli dan penjualan secara langsung, menurut (Lesmana et al., 2018) kunci sukses pemasaran secara online terletak dari kemampuan pelaku usaha untuk menarik minat pembeli dengan sentuhan produk dan promosi yang berbeda dengan pelaku usaha lain.

Anyaman bambu merupakan produk yang unik sehingga tidak semua orang bisa membuat atau memproduksi anyaman bambu terlebih masyarakat luar negeri, Bengkayang sendiri sebagai daerah yang berdekatan langsung dengan malaysia memiliki potensi untuk dapat memasarkan produk anyaman bambu langsung kepada masyarakat luar negeri. Seperti yang disampaikan oleh (Sulistiawati, 2020) pemasaran memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selain itu dalam pemasaran hal yang paling penting adalah bagaimana menguasai strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi melalui sosial media. Seperti yang disampaikan oleh (Nuriyanti, 2019) bahwa sosial media mempunyai manfaat bagi pemasar suatu produk karena sosial media dapat menentukan personal branding yang diinginkan, dengan mencari lingkungan yang tepat, kesempatan dalam berinteraksi lebih dekat dengan konsumen, sosial media memberikan sarana dengan membentuk suatu komunitas online sehingga menjadi salah satu strategi dalam memasarkan produk yang kita jual dan merupakan bagian dari e-marketing strategy yang menghubungkan konsumen dengan sosial media lainnya.

Hal yang tidak kalah penting dalam pemasaran adalah strategi pemasaran, menurut (Netrawati; S.A. 2019) strategi pemasaran adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan sasaran, maksud dan tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk penciptaan tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dicapai oleh perusahaan. Dalam strategi pemasaran ada terdapat beberapa variabel yang saling berkaitan dan menjadi variabel terkontrol diantaranya market segmentasion, market budget, timing dan marketing mix. Marketing mix yang sering digunakan adalah 4P dimana ada place, price, promotion, product, dalam suatu usaha product merupakan salah satu poin utama dalam pemasaran, semua sarana yang digunakan untuk memasarkan produk, namun perlu diperhatikan dalam pemasaran, sebaik apapun pemasaran, distribusi dan harga yang ditentukan, jika suatu produk tidak memiliki kualitas dan tidak disenangi oleh konsumen maka kegiatan marketing mix tidak akan berhasil.

Yang selanjutnya adalah price, price menjadi salah satu faktor penunjang yang paling penting dalam marketing mix karena menjadi salah satu poin dalam menunjang keberhasilan pemasaran, dalam menentukan harga banyak faktor yang harus diperhatikan diantaranya faktor kualitas barang, daya beli masyarakat, pesaing dan faktor lainnya yang dapat mempengaruhi harga. Selanjutnya adalah place, place menjadi hal yang paling penting dalam saluran distribusi, perantara merupakan hal yang paling penting karena perantara memiliki peranan dalam mempertemukan

konsumen dan produsen, untuk itu hal yang paling penting adalah bagaimana menemukan distributor yang jujur dan mau bekerjasama, karena dalam suatu bisnis banyak kemungkinan dan resiko yang ditemui. Untuk itu strategi yang mendorong agar penjualan terjadi dalam saluran distribusi adalah dengan memberikan diskon ataupun bonus.

Variabel lainnya adalah promotion, promotion dan produk merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dan saling berkaitan, contoh dari promosi adalah advertising, personal selling, promosi penjualan, publicity yang tentunya bermanfaat untuk meningkatkan penjualan. Seperti dijelaskan diatas marketing mix merupakan strategi yang dilakukan dengan menggabungkan elemen-elemen diatas sehingga kegiatan pemasaran dapat berjalan dengan baik dan tujuannya adalah produk yang dihasilkan dapat dikenal oleh konsumen.

Kurangnya jaringan usaha

Pentingnya jaringan usaha agar usaha yang kita geluti dapat berjalan dengan baik dan tepat sasaran maka diperlukan kekuatan jaringan dapat membantu kita mengembangkan usaha (Giawa Charlan, P.M Romindo, 2021), adanya jaringan usaha yang baik tentunya akan berdampak pada pencapaian target pasarnya dengan begitu maka akan mudah usaha tersebut berkembang. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan masih kurangnya jaringan usaha pada usaha anyaman bambu yang digeluti oleh para perempuan di Desa Suka Maju sehingga pengerajin biasanya memenuhi kebutuhan berdasarkan kebutuhan sendiri sementara jika suatu usaha memiliki jaringan maka informasi yang diperlukan oleh konsumen akan lebih cepat diperoleh sehingga kebutuhan-kebutuhan konsumen dapat terpenuhi, selain itu pentingnya jaringan bisnis dikembangkan juga agar tercipta produktivitas dan tercipta daya saing yang tinggi. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa para penganyam tidak menggunakan jaringan usaha untuk mengenalkan bisnis mereka karena berkaitan dengan kurangnya informasi yang mereka peroleh. Penganyam di Desa Suka Maju masih memanfaatkan cara tradisional dalam menjangkau konsumennya. Seperti yang kita ketahui bahwa jaringan usaha adalah salah satu faktor yang mempunyai peranan penting dalam suatu usaha yaitu dapat meningkatkan skala ekonomi usaha, dari segi pengelolaan juga akan berjalan efektif dan efisien selain itu mempunyai peranan dalam memperluas jangkauan konsumen, seperti yang kita ketahui bahwa dengan adanya jaringan usaha yang luas tentunya menjadi modal dalam bersaing. Saat ini tidak kita pungkiri bahwa perkembangan teknologi sangat cepat dan tak terkendali, para peneliti berlomba-lomba menciptakan teknologi dalam mengembangkan teknologi untuk membantu mengatasi masalah manusia begitu pula para pengusaha saat ini tidak membuang kesempatan dengan memanfaatkan teknologi yang ada agar usaha yang mereka usahkan tetap eksis dan berjalan dengan lancar, para pengusaha saat ini menjangkau bisnis mereka dengan memanfaatkan internet untuk menemukan jaringan-jaringan bisnis yang membutuhkan usaha mereka dan bisa diajak untuk bekerjasama, seperti yang kita ketahui menurut (Kominfo, 2021) di tahun 2021 pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 11% dari tahun 2020, yaitu sebesar 175,4 juta menjadi 202,6 juta pengguna. Hal ini tentunya banyak dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk lebih aktif memanfaatkan momen ini untuk memperluas jaringan usahanya. menurut (Yuliana, 2000) Internet bagi para pengusaha digunakan bukan hanya sebagai sarana untuk mendapatkan informasi, memasarkan produk, media surat elektronik saja namun juga digunakan sebagai sarana untuk bertukar pikiran, berkonsultasi, dengan konsumen ataupun mitra sehingga kita dapat langsung melibatkan mereka dalam merencanakan, mengembangkan, memasarkan, bahkan menjual produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Anyaman bambu merupakan produk lokal yang dihasilkan dari tangan-tangan terampil sehingga menghasilkan produk yang unik dan memiliki nilai ekonomis, produk anyaman bambu sudah tidak asing lagi bagi kita terutama bagi masyarakat yang berasal dari desa Suka Maju, dengan

adanya potensi anyaman bambu di desa ini tentunya akan memberikan dampak bagi kehidupan masyarakat disekitar namun keberadaan anyaman bambu di desa tersebut belum mendapatkan perhatian yang lebih karena terdapat beberapa hambatan dalam perkembangannya diantaranya 1. Kurangnya inovasi produk, tidak dapat dipungkiri bahwa inovasi menjadi bagian yang terpenting dalam perkembangan suatu usaha, kurangnya inovasi pada produk yang dihasilkan memberikan dampak pada jangkauan konsumen, produk yang dihasilkan oleh para penganyam masih sederhana, bentuk anyaman dan pola anyaman yang mereka terapkan berasal dari nenek moyang yang diwariskan turun temurun. 2. Pemasaran produk merupakan bagian yang paling penting dalam perkembangan suatu produk, agar produk dapat dikenal oleh orang banyak dan memiliki nilai maka pemasaran produk menjadi bagian terpenting, para perempuan di Desa Suka Maju menggunakan sarana tradisional dalam memasarkan produknya yaitu dengan memasarkan dari mulut ke mulut sehingga produk yang mereka pasarkan dapat sampai kepada konsumen. 3. Kurangnya jaringan usaha adanya jaringan usaha yang baik tentunya akan berdampak pada pencapaian target pasarnya dengan begitu maka akan mudah usaha tersebut berkembang. Para pengerajin di Desa Suka Maju belum memanfaatkan jaringan usaha dalam mengembangkan anyaman bambunya, jika dilihat dari letak strategis Bengkayang merupakan daerah perbatasan langsung dengan malaysia sehingga memiliki potensi yang baik dalam memasarkan produk lokal sehingga produk lokal ini dapat dikenal oleh masyarakat luar.

Saran

Perlunya pendampingan bagi penganyam bambu terutama dalam menginovasikan produk anyaman sehingga produk anyaman yang dihasilkan lebih bervariasi lagi, adanya keterlibatan pemerintah desa dalam mendukung para penganyam bambu dengan mencari pengepul anyaman bambu sehingga produk yang ada dapat dieksplor keluar sehingga mereka lebih bersemangat dalam menghasilkan produk anyaman bambu. Anyaman bambu sebagai warisan nenek moyang perlu dilestarikan bagi kaum muda melalui kegiatan budaya sehingga anyaman bambu tidak hanya menjadi suatu cerita namun dapat dijadikan sebagai salah satu kearifan lokal yang dimiliki masyarakat desa Suka Maju. Pemasaran produk anyaman bambu juga dapat dilakukan melalui pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. N. F. Y. (2018). Jenis Bambu Di Hutan Tembawang Desa Suka Maju Kecamatan Sungai Betung Kabupaten Bengkayang. *Jurnal Hutan Lestari*, 6(3), 637–646.
- Bekraf. (2015). *Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif 2015-2019*.
- Bonnie Soeherman. (2019). *Fun Research Penelitian Kualitatif dengan Design Thinking*. PT. Elex Media Komputindo.
- BPS Kab. Bengkayang. (2020). *Badan Pusat Statistik*. <https://doi.org/10.1055/s-2008-1040325>
- Ewid, A., & Vuspitasari, B. K. (2020). *Single mother Dalam Membangun Ekonomi Keluarga*. 11(2), 83–91.
- Giawa Charlan, P.M Romindo, P. D. . H. (2021). KINERJA USAHA SEBAGAI MODERASI JARINGAN USAHA TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA (STUDI MITRA BINAAN PEGADAIAN MEDAN). *Journal Of Economics and Business*, 02(02), 1–17.
- 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*

- and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1), 81. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v1i1.5063>
- Husni, T. (2013). Kearifan Lokal dalam Pelestarian Lingkungan (The Lokal Wisdom in Environmental Sustainable). *Kutubkhanah*, 16(1), 46–59.
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif*. (2009). 1–56.
- Kememparekraf. (2021). *Indonesia Menjadi Inisiator Tahun Internasional Ekonomi Kreatif Dunia*. <https://Kememparekraf.Go.Id/Ragam-Ekonomi-Kreatif/Indonesia-Menjadi-Inisiator-Tahun-Internasional-Ekonomi-Kreatif-Dunia>.
- Kominfo. (2021). Warganet Meningkat, Indonesia Perlu Tingkatkan Nilai Budaya di Internet. <https://Aptika.Kominfo.Go.Id/2021/09/Warganet-Meningkat-Indonesia-Perlu-Tingkatkan-Nilai-Budaya-Di-Internet/>.
- Kompas. (2021). *Bangga, Indonesia Jadi Inisiator Tahun Internasional Ekonomi Kreatif Dunia*. <https://Parekraf.Kompas.Com/Read/2021/04/06/160148227/Bangga-Indonesia-Jadi-Inisiator-Tahun-Internasional-Ekonomi-Kreatif-Dunia>.
- Lesmana, I. P. D., Widiawan, B., & Hartadi, D. R. (2018). Pengembangan Pemasaran Online Kerajinan Anyaman Bambu Antirogo Jember Melalui Media Internet. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 17–24.
- Made, A. M. Y. V. (2018). Keragaman Budaya Indonesia Sumber Inovasi Industri Kreatif. *Senada*, 1, 292–301.
- Netrawati; S.A. (2019). Hambatan dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Lombok Tengah (Studi Kasus pada perajin kain tenun tradisional Dusun Sade). *Binawakya*, 14(4), 2337–2350.
- Nuriyanti, W. (2019). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF. *Sosio E-Kons*, 11(2), 101–107.
- Patria, A. S., & Mutmainah, S. (2016). Kerajinan Anyam Sebagai Pelestarian Kearifan Lokal. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 12(1), 1–10.
- Prima, P. G. I., & Kearifan. (2013). Bidai: Seni Kriya Menembus Pasar Malaysia. In *Kearifan Lokal dan Lingkungan*. PT GADING INTI PRIMA dan Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebudayaan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, 2013.
- Rusdi, L. H., Soeprayogi, H., & Mesra, M. (2020). Kerajinan Anyaman Bambu Di Sanggar Kreatif “Bunga Matahari” Kelurahan Rambung Barat Kecamatan Binjai Selatan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(1), 133–140. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i1.216>

Sulistiawati, V. (2020). Strategi Dan Teknik Pemberdayaan Masyarakat Pada Usaha Anyaman Rotan Sintetis. *Lembaran Masyarakat: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 6(2), 191. <https://doi.org/10.32678/lbrmasy.v6i2.4247>

Yuliana, O. Y. (2000). Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 36-52. <https://doi.org/10.9744/jak.2.1.pp.36-52>

Hambatan Kearifan Lokal Anyaman Bambu Sebagai Potensi Ekonomi Kreatif Bagi Perempuan Di Desa Suka Maju

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

15%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

8%

★ repository.ub.ac.id

Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches < 15 words

Exclude bibliography On