

Volume 9 Nomor 3 Desember 2024

E-ISSN 2541-0938 P-ISSN 2657-1528

JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI
JURKAMI

JURKAMI

**VOLUME 9
NOMOR 3**

**SINTANG
DESEMBER
2024**

**DOI
10.31932**

**E-ISSN
2541-0938
P-ISSN
2657-1528**

**STRATEGI PEMASARAN ANYAMAN LIDI BERBASIS KEARIFAN LOKAL
UNTUK PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DESA TAPANG
SEMADA**

Avelius Dominggus Sore[✉], Yopinus Bobi²

Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia¹²

✉ Corresponding Author Email: avelius12@gmail.com

Author Email: yopinusbobi@gmail.com

Article History:

Received: August 2024

Revision: November 2024

Accepted: November 2024

Published: December 2024

Keywords:

Local wisdom,

Marketing,

Strategy,

Economic empowerment.

Abstract:

This research aims to analyze the marketing strategy for woven sticks based on local wisdom as an effort to empower the community economy in Tapang Semada Village. Stick weaving, which is a traditional craft product typical of this village, has great economic potential but has not been maximized in wider marketing. The local wisdom approach is the basis for marketing strategies to maintain the uniqueness and cultural values contained in products, as well as strengthening local identity amidst modern market competition. The research methods used include participant observation, in-depth interviews with craftsmen. The research results show that by utilizing local wisdom such as traditional motifs and the use of natural materials, as well as expanding the marketing network through digital media and collaboration with external parties, woven stick products can have higher competitiveness. The implementation of this strategy is expected to improve the economic welfare of the Tapang Semada Village community through the development of creative industries based on traditional crafts

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran anyaman lidi berbasis kearifan lokal sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Tapang Semada. Anyaman lidi, yang merupakan produk kerajinan tradisional khas desa ini, memiliki potensi ekonomi yang besar namun belum dimaksimalkan dalam pemasaran yang lebih luas. Pendekatan kearifan lokal menjadi landasan dalam strategi pemasaran guna menjaga keunikan dan nilai budaya yang terkandung dalam produk, serta memperkuat identitas lokal di tengah persaingan pasar modern. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan pengrajin, untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan kearifan lokal seperti motif tradisional dan penggunaan bahan alami, serta memperluas jaringan pemasaran melalui media digital dan kolaborasi dengan pihak eksternal, produk anyaman lidi dapat memiliki daya saing yang lebih tinggi. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Tapang Semada melalui pengembangan industri kreatif berbasis kerajinan tradisional.

Sejarah Artikel

Diterima: Agustus 2024

Direvisi: November 2024

Disetujui: November 2024

Diterbitkan: Desember 2024

Kata kunci:

Kearifan lokal,

Strategi,

Pemasaran, Pemberdayaan ekonomi.



How to Cite: Avelius Dominggus Sore, Yopinus Bobi. 2024. *Strategi Pemasaran Anyaman Lidi Berbasis Kearifan Lokal untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Tapang Semada*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 9 (3) DOI : 10.31932/jpe.v9i3.3790



PENDAHULUAN

Negeri yang kaya dengan sumber daya alam, tidak secara otomatis memberikan kemakmuran bagi warga masyarakatnya, apabila tidak diimbangi dengan kemampuan sumber daya manusia (SDM), serta tidak memiliki keterampilan (*skill*) dalam rangka memanfaatkan sumber daya alam yang terbatas. (Huda *et al.*, (2015).

Berkaitan dengan kondisi tersebut, pemberdayaan ekonomi masyarakat mengenai strategi pemasaran dinilai dapat menjadi salah satu pendekatan yang sesuai untuk mengatasi masalah sosial, terutama kemiskinan. Permasalahan kemiskinan membutuhkan perhatian semua pihak, baik pemerintah maupun masyarakat itu sendiri secara bersama dan berkordinasi. Salah satu faktor penyebab kemiskinan di Indonesia adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM).

Hal itu dibuktikan dengan banyaknya potensi sumber daya alam (SDA) yang ada di Indonesia, namun tidak dioptimalkan dengan baik karena tidak adanya wawasan keilmuan dan kurangnya keterampilan dalam mengolah sumber daya menjadi suatu yang bernilai ekonomis.

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan keragaman budaya dan kearifan lokal, termasuk di dalamnya beragam kerajinan tradisional. Salah satu kerajinan yang memiliki potensi ekonomi besar namun belum banyak dikembangkan secara optimal adalah anyaman lidi. Anyaman lidi yang berasal dari lidi pohon kelapa, merupakan salah satu produk kerajinan tradisional yang tidak hanya memiliki nilai seni tinggi tetapi juga mencerminkan kearifan lokal masyarakat setempat. Namun, dalam persaingan global dan modernisasi, keberlangsungan industri anyaman lidi memerlukan inovasi terutama dalam hal

strategi pemasaran yang mampu mendongkrak daya saing produk di pasar domestik maupun internasional.

Kearifan lokal dalam pembuatan anyaman lidi mencakup teknik pembuatan yang diwariskan turun-temurun, penggunaan bahan alami yang ramah lingkungan, serta desain yang memiliki makna budaya. Meskipun produk ini memiliki potensi tinggi, keterbatasan pengetahuan dan akses pasar sering kali menjadi hambatan bagi para perajin lokal untuk mengembangkan usaha mereka. Hal ini berdampak pada perekonomian masyarakat desa yang mayoritas masih tergantung pada sektor pertanian dan kerajinan sebagai sumber penghidupan.

Desa Tapang Semada, Kecamatan Sekadau Hilir memiliki Sumber Daya Alam yang melimpah dan salah satunya adalah perkebunan kelapa sawit. Dari kelapa sawit inilah, lidi dapat dimanfaatkan untuk peningkatan nilai ekonomis. Banyak masyarakat yang menyepelihkan lidi kelapa sawit dan tidak memanfaatkannya untuk nilai ekonomis, padahal kalau dimanfaatkan dengan baik lidi kelapa sawit dapat menambah pendapatan perkapita masyarakat lokal.

Implementasi ekonomi kreatif adalah solusi cerdas dalam mempertahankan keberlanjutan pembangunan ekonomi dan pengembangan bisnis di era persaingan global. Membangun pencitraan melalui pengembangan ekonomi kreatif, dapat melalui berbagai cara, diantaranya adalah: pertama, melestarikan budaya lokal disertai penyesuaian terhadap perkembangan terbaru yang lebih modern agar lebih menarik minat generasi muda dan pasar internasional. Kedua, melestarikan nilai-nilai budaya untuk meningkatkan reputasi Indonesia melalui proteksi warisan



budaya. Ketiga, membangun perilaku dan semangat kreatif masyarakat yang berbasis budaya secara konsisten yang secara tercermin disegala dimensi sosila kemasyarakatan. Keempat, meningkatkan rasa memiliki budaya yang diwariskan oleh leluhur guna menumbuhkan perilaku kebanggaan atas budaya lokal dan kebanggaan memakai produk produksi dalam negeri yang dapat mendukung pencitraan negara. Kelima, meningkatkan konektivitas melalui kemajuan teknologi yang disinergikan dengan nilai-nilai simbolik suatu produk agar bisa membawa suatu negara yang berkarakter spesifik. Pembangunan sektor industri pada dasarnya merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan taraf hidup serta kesejahteraan masyarakat, pembangunan sektor industri kecil adalah kegiatan yang diarahkan untuk mengembangkan industri dengan mengembangkan industri dengan dengan memperbesar nilai tambah dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Industri dan kerajinan yang sebagian besar berada dipedesaan, juga telah mengambil tempat penting dalam masalah kesempatan kerja dan tenaga kerja. Hal ini terbukti dari industri kecil atau usaha kerajinan tangan di pedesaan bersifat padat karya, yaitu membutuhkan banyak tenaga baik dewasa maupun remaja yang memiliki keterampilan. Tenaga kerja dalam proses produksi berasal dari lingkungan keluarga, masyarakat sekitar, ataupun masyarakat luar daerah, maka perlunya suatu strategi yang dapat memperdayakan masyarakat.

Strategi merupakan upaya menggerakkan sumber daya untuk mengembangkan potensi rakyat yang akan meningkatkan produktivitas rakyat, baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam (Mubaroq, H., & Astutik, M. P. (2022).

Penerapan strategi pemasaran berbasis kearifan lokal merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Strategi ini tidak hanya fokus pada penjualan produk, tetapi juga mempertimbangkan keunikan budaya dan nilai-nilai tradisional yang melekat pada produk anyaman lidi. Dengan mengangkat kearifan lokal sebagai nilai jual, produk ini dapat memperoleh daya tarik lebih di mata konsumen, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Selain itu, pemasaran berbasis kearifan lokal dapat memberikan dampak signifikan terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat. Ketika perajin diberdayakan melalui pelatihan keterampilan dan pengetahuan pemasaran, mereka tidak hanya dapat meningkatkan kualitas dan daya saing produk, tetapi juga memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Dengan demikian, strategi pemasaran yang berbasis pada kearifan lokal ini dapat menjadi salah satu motor penggerak dalam menciptakan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di wilayah pedesaan.

Industri pengrajin anyaman lidi kelapa memiliki prospek depan yang baik karena memiliki potensi alam yang melimpah dan mempunyai tujuan untuk memandirikan masyarakat. Dapat dibentuk kelompok UMKM untuk melakukan pemasaran yang baik dan menjadikan ini sebagai peluang usaha. Sebelumnya peneliti mendapatkan informasi mengenai kerajinan anyaman lidi kelapa yang ada di Desa Tapang Semadak yang sebelumnya tidak mempunyai nilai ekonomis dan ternyata sekarang produk tersebut memiliki nilai ekonomis yang dipasarkan secara baik oleh pelaku UMKM.

Masyarakat yang ada di Desa Tapang Semadak memanfaatkan potensi lokal yang dapat dikembangkan yaitu dengan kerajinan anyaman lidi kelapa, maka dengan itu



kelompok kerajinan anyaman lidi kelapa, dapat memberdayakan masyarakat dengan berbagai kegiatan sehingga mendapat respon dan dapat menerima stimulus dari kelompok kerajinan anyaman lidi kelapa, ketua kelompok juga memberikan sebuah pemahaman tentang strategi pemasaran kepada masyarakat khususnya anggota kelompok yang belum berdaya artinya masyarakat diberikan stimulus sehingga masyarakat dapat menerima pesan (efek) dari kelompok pengrajin anyaman lidi kelapa. Masyarakat menerima respon terkait pada kegiatan pelatihan diberikan dengan melalui materi edukasi dan motivasi sehingga masyarakat dapat berkembang dan mandiri, respon yang diterima oleh masyarakat sangat baik dan berdampak positif bagi kesejahteraan hidup masyarakat.

Di Desa Tapang Semada merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Sekadau Hilir. Desa ini terkenal dengan sentra kerajinan tangan anyaman lidi kelapa. Penduduk disini berusaha memanfaatkan limbah lidi kelapa menjadi suatu barang pengrajin anyaman lidi kelapa melalui pengembangan pengetahuan tentang strategi pemasaran.

Kondisi perekonomian di desa Tapang Semada memang sebelum adanya potensi lokal saat ini, masyarakat hanya bekerja sebagai buruh tani, karena sebagian masyarakat hanya pendidikan rendah sehingga masyarakat sulit untuk mencari pekerjaan. Masyarakat hanya bekerja sebagai buruh tani untuk memenuhi kebutuhan sehari dengan adanya kegiatan pengrajin anyaman lidi kelapa ini, masyarakat dapat menunjang pengembangan ekonominya dengan memanfaatkan potensi yang ada, sehingga masyarakat dapat berkembang baik dari kapasitas masyarakatnya maupun dengan keterampilannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, studi tentang Pemasaran Anyaman Lidi Berbasis Kearifan Lokal Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Tapang Semada Kecamatan Sekadau Hilir Kabupaten Sekadau, bahwa indikator dalam meningkatkan produktifitas ini adalah masyarakat memahami tentang strategi pemasaran anyaman lidi kelapa untuk meningkatkan perekonomian masyarakat secara umum dan anggota kelompok secara khusus.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan strategi pemasaran anyaman lidi berbasis kearifan lokal sebagai langkah pemberdayaan ekonomi masyarakat. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi potensi pasar, tantangan yang dihadapi, serta solusi inovatif yang dapat diimplementasikan untuk memperkuat ekonomi lokal melalui kerajinan tradisional ini.

Masyarakat yang belum memahami strategi pemasaran anyaman lidi kelapa sebelumnya bekerja hanya bekerja sebagai ibu rumah tangga yang hanya mengandalkan uang dari suami mereka dan memasarkan anyaman lidi secara tradisional. Akan tetapi sekarang masyarakat sudah mulai memahami dan melakukan pemasaran anyaman lidi dengan menggunakan strategi pemasaran yang lebih modern yang sesuai dengan perkembangan zaman. sehingga target pasar dan omset penjualan pun semakin baik.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian ini mempergunakan data yang dinyatakan secara verbal dan kualifikasinya bersifat teoritis. Pengolahan data dan pengujian hipotesis tidak berdasarkan statistik, melainkan dengan



pola hukum tertentu menurut hukum logika (Nasution, M. K. (2017).

Penelitian kualitatif memanfaatkan data dilapangan untuk verifikasi teori yang timbul dilapangan dan terus menerus secara disempurnakan selama proses penelitian langsung yang dilakukan secara berulang-ulang. Selain itu penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah yang bermaksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan yang telah dilakukan dengan jalan yang melibatkan berbagai metode yang ada (Tohardi, A. (2019).

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya yaitu untuk membuat diskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Bentuk penelitian ini merupakan lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dan mendalam dengan mengangkat data dilapangan.

Penelitian ini dilakukan di Desa Tapang Semadak Kecamatan Sekadau Hilir Kabupaten Sekadau ini juga melibatkan masyarakat dengan memanfaatkan limbah kelapa menjadi anyaman lidi kelapa yang bernilai ekonomis.

Partisipan adalah orang yang dapat memberikan informasi yang diperlukan. Pemilihan partisipan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu.

Metode pengumpulan data yang dianggap sesuai dengan rumusan masalah yang akan diteliti adalah metode observasi, metode interview, dan metode dokumentasi.

Observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk mrelanjutkan suatu penelitian.

Dalam menggunakan metode observasi ini, peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala/fenomena yang diselidiki (Cholid Narbuko, A. A., & Ab Achmad, H. (2015). Dalam hal ini, pastinya peneliti perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati secara langsung kegiatan memanfaatkan limbah kelapa dengan beberapa metode yang ada di lapangan. Penelitian menggunakan observasi partisipan yang mana observasi dilakukan pada saat berlangsungnya suatu peristiwa yang akan diselidiki.

Metode *interview* atau wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan tujuan penelitian (Nasution, M. K. (2017). Metode interview ini merupakan metode yang utama yang penulis gunakan dalam pengumpulan data dalam wawancara, (peneliti dapat melakukan *face to face* interview wawancara berhadap-hadapan) dengan partisipan, mewawancarai mereka yang terlibat di dalam penelitian ini yang terdiri orang partisipan. Wawancara-wawancara seperti itu tentu saja memerlukan pertanyaan-pertanyaan yang secara umum tidak terstruktur dan bersifat terbuka yang dirancang untuk memunculkan pandangan dan opini dari paratisipan.

Dalam pelaksanaan *interview* menggunakan *interview* bebas terpimpin yaitu dengan cara mengajukan pertanyaan



bebas kepada *interviewer*. Jadi yang dimaksud adalah pedoman (*interview guide*) yang menjadi catatan-catatan pokok yang telah diarahkan kepada persoalan. Sehingga diharapkan wawancara yang dilakukan lebih luwes dan data yang diungkap lebih mendalam.

Peneliti melakukan *interview* kepada partisipan untuk menggali data yang akurat. Interview yang peneliti lakukan kepada anggota masyarakat dan pelatih dalam kegiatan anyaman lidi yang bernilai ekonomis Cholid Nabuko, A. A., & Ab Achmad, H. (2015).

Metode dokumentasi merupakan metode dengan teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data tentang kegiatan membedakan anyaman sapu lidi dengan berbagai metode. Data ini dibutuhkan guna melengkapi data lapangan yang peneliti dapatkan, maka penulis melengkapinya dengan metode dokumentasi yang berbentuk tulisan dan catatan yang mendukung dalam memperoleh suatu data di Desa Tapang Semadak Kecamatan Sekadau Hilir Kabupaten Sekadau baik itu seperti sejarah berdirinya, struktur, program-program yang dibuat serta pelaksanaan kegiatan lainnya.

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan dan materi-materi yang lainnya yang telah dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman mengenai materi tersebut dan untuk memungkinkan peneliti menyajikan yang sudah peneliti temukan kepada orang lain.

Menurut Miles dan Huberman sebagaimana dikutip oleh Emzir mengemukakan terdapat 3 langkah dalam analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data (Rukin, S. P. (2019).

Uji keabsahan data dalam penelitian ini meliputi uji kredibilitas data, uji transferability, uji dependability, dan uji confirmability. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji kredibilitas untuk menguji keabsahan data. Uji kredibilitas data dilakukan dengan triangulasi.

Triangulasi data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Terdapat 3 triangulasi dalam keabsahan data, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah menguji keabsahan data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi sumber akan dilakukan anggota kelompok masyarakat dalam mengolah limbah kelapa menjadi anyaman lidi kelapa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian dan kajian terhadap strategi pemasaran anyaman lidi berbasis kearifan lokal di Desa Tapang Semada, didapatkan beberapa poin penting yang menjadi fondasi pengembangan usaha ini, yang melibatkan kekuatan budaya lokal serta peluang pasar.

1. **Penguatan Identitas Produk,** Produk anyaman lidi di Desa Tapang Semada diproduksi dengan mengedepankan keunikan desain yang berbasis kearifan lokal, yaitu motif tradisional yang menjadi simbol budaya masyarakat setempat. Penguatan identitas produk ini memberikan daya tarik tersendiri bagi pasar lokal maupun internasional yang menyukai produk dengan unsur budaya dan seni lokal (Antari, N. N. W., & Wulandari, R. (2019). Masih



menurut Antari & Wulandari (2019), produk dengan basis kearifan lokal memiliki nilai tambah yang unik karena menawarkan elemen budaya yang tidak dapat ditemukan di tempat lain. Keunikan ini memberikan produk keunggulan kompetitif yang signifikan, terutama di pasar global. Porter menyatakan bahwa diferensiasi adalah salah satu strategi utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan mengedepankan desain berbasis budaya lokal, anyaman lidi dari Desa Tapang Semada berhasil menciptakan diferensiasi yang signifikan dibandingkan produk serupa. Penguatan identitas produk anyaman lidi di Desa Tapang Semada melalui penerapan desain berbasis kearifan lokal dan motif tradisional memberikan nilai tambah baik di pasar lokal maupun nasional. Strategi ini tidak hanya meningkatkan daya saing produk, tetapi juga menjadi bentuk pelestarian budaya dan simbol kebanggaan masyarakat setempat. Dengan dukungan strategi *branding* dan pemasaran yang tepat, produk ini memiliki potensi besar untuk menjadi unggulan di pasar global.

2. **Strategi Pemasaran Berbasis Digital**, Penggunaan media sosial dan *e-commerce* mulai diterapkan oleh kelompok pengrajin. Dengan memanfaatkan *platform* seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *marketplace* lokal, produk anyaman lidi ini mampu menjangkau konsumen yang lebih luas. Hal ini juga sejalan dengan *tren* digitalisasi yang semakin mendominasi strategi pemasaran. Sejalan dengan penelitian Antari dan Wulandari (2019) menyebutkan bahwa produk berbasis budaya yang

dipasarkan secara digital memiliki potensi besar untuk diterima pasar global. Hal ini didukung oleh meningkatnya minat konsumen terhadap produk otentik yang memiliki nilai seni dan budaya tinggi. Desa Tapang Semada dapat mengikuti tren ini dengan terus mengoptimalkan strategi digital. Strategi pemasaran berbasis digital memberikan peluang besar bagi produk anyaman lidi Desa Tapang Semada untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Dengan memanfaatkan media sosial, *marketplace*, dan *e-commerce*, produk ini tidak hanya dapat dikenal lebih luas, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian budaya lokal dalam skala global.

3. **Kolaborasi dengan Pemerintah dan Lembaga Lokal**,

Pemerintah desa dan lembaga terkait turut mendukung pengembangan produk anyaman lidi melalui berbagai dukungan finansial. Bantuan berupa modal serta dukungan dalam promosi turut memperluas jaringan pasar. Selain itu, ada dukungan untuk ikut serta dalam pameran produk lokal di tingkat regional dan nasional.

4. **Penggunaan Bahan Baku Ramah Lingkungan**, Anyaman lidi di Desa Tapang Semada diproduksi dari bahan baku yang berkelanjutan, yakni lidi yang diambil dari pohon kelapa. Hal ini tidak hanya menjaga keberlanjutan alam, tetapi juga menarik perhatian konsumen yang peduli terhadap lingkungan. Penggunaan bahan alami tanpa bahan kimia menjadi nilai jual yang tinggi bagi konsumen di pasar modern. Anyaman lidi di Desa Tapang Semada diproduksi dengan menggunakan bahan baku yang ramah



lingkungan dan berkelanjutan, yaitu lidi yang diambil dari pohon kelapa. Pohon kelapa tumbuh secara alami dan dapat dipanen tanpa merusak ekosistem, menjadikannya sumber daya yang berkelanjutan. Proses pengambilan lidi dari pohon kelapa tidak memerlukan penggunaan bahan kimia berbahaya, sehingga menjamin bahwa produk yang dihasilkan aman untuk konsumen dan ramah terhadap alam. Penggunaan bahan alami ini tidak hanya menjaga keberlanjutan alam, tetapi juga menarik perhatian konsumen yang semakin peduli terhadap masalah lingkungan. Dalam pasar modern, produk yang menggunakan bahan baku alami tanpa bahan kimia memiliki nilai jual yang lebih tinggi, karena konsumen kini lebih memperhatikan dampak lingkungan dari barang yang mereka konsumsi. Hal ini menjadikan produk anyaman lidi dari Desa Tapang Semada sebagai pilihan yang menarik dan penuh potensi di pasar global

5. **Diversifikasi Produk,** Produk anyaman lidi tidak hanya terbatas pada hiasan rumah tangga, tetapi juga berkembang menjadi produk fungsional seperti tas, tempat penyimpanan, hingga perabotan rumah tangga. Diversifikasi produk ini memungkinkan pengrajin menjangkau berbagai segmen pasar, baik lokal maupun nasional (Syukron, S., Zarkasih, A., Nasution, S. L. A., Siregar, M. R., & Munthe, R. S. (2022). Strategi pemasaran anyaman lidi berbasis kearifan lokal di Desa Tapang Semada sangat erat kaitannya dengan pemberdayaan masyarakat dan pelestarian budaya. Adanya produk yang mengusung nilai lokal

menjadi sebuah diferensiasi yang kuat di tengah pasar yang semakin kompetitif. Produk anyaman lidi, yang awalnya hanya terbatas pada hiasan rumah tangga, kini telah mengalami perkembangan signifikan menjadi produk fungsional lainnya, seperti tas, tempat penyimpanan, hingga perabotan rumah tangga. Diversifikasi produk ini bukan hanya memberikan peluang pasar yang lebih luas, tetapi juga meningkatkan daya saing pengrajin di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, diversifikasi ini memungkinkan pengrajin untuk menjangkau berbagai segmen pasar, baik lokal maupun nasional. Sebagai contoh, produk anyaman lidi yang mengusung nilai lokal dan kearifan budaya masyarakat setempat semakin diminati. Produk-produk yang memiliki sentuhan tradisional ini menawarkan diferensiasi yang kuat, terutama bagi konsumen yang mencari barang dengan nilai budaya yang kental. Hal ini tercermin dalam penelitian Syukron, S., Zarkasih, A., Nasution, S. L. A., Siregar, M. R., & Munthe, R. S. (2022), yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran anyaman lidi berbasis kearifan lokal di Desa Tapang Semada sangat erat kaitannya dengan pemberdayaan masyarakat dan pelestarian budaya. Produk-produk anyaman lidi ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen dekoratif, tetapi juga sebagai simbol pelestarian budaya yang memberikan nilai tambah yang berbeda di pasar.

6. **Kearifan Lokal sebagai Daya Saing Utama,** Kearifan lokal dalam bentuk motif, desain, dan cara produksi tradisional menjadi keunggulan



kompetitif. Banyak konsumen saat ini menghargai produk yang memiliki cerita budaya dan latar belakang tradisi. Dengan demikian, produk anyaman lidi yang membawa unsur-unsur tersebut mampu menarik perhatian konsumen premium yang menghargai nilai-nilai budaya. Dengan memanfaatkan motif, desain, dan cara produksi tradisional, produk seperti anyaman lidi dapat menjadi daya saing yang kuat. Keunikan budaya dan kualitas yang dihasilkan dari proses tradisional ini semakin dihargai oleh konsumen, terutama di kalangan pasar premium yang menghargai cerita budaya dan keberlanjutan. Penelitian ini sejalan dengan Tanuwijaya, L., & Manullang, R. (2017) menjelaskan bagaimana anyaman lidi dapat dijadikan produk unggulan yang memiliki keunggulan kompetitif melalui teknik tradisional dan penggunaan bahan alami yang ramah lingkungan.

- 7. Pemanfaatan Teknologi untuk Pemasaran,** Di era digital, penggunaan teknologi informasi sangat penting dalam memasarkan produk. Desa Tapang Semada sudah mulai memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, untuk lebih optimal, dibutuhkan strategi konten yang menarik serta kerjasama dengan influencer lokal yang dapat mempromosikan produk ini. Di era digital saat ini, penggunaan teknologi informasi sangat penting untuk memasarkan produk secara efektif. Di Desa Tapang Semada, masyarakat mulai memanfaatkan platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan situs web untuk menjangkau pasar

yang lebih luas. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dapat membantu meningkatkan visibilitas produk secara signifikan. Namun, untuk lebih optimal, dibutuhkan strategi konten yang menarik dan relevan dengan audiens target. Ini bisa meliputi pembuatan video yang menggambarkan proses pembuatan produk, testimoni pelanggan, serta konten edukatif yang mengedukasi masyarakat tentang manfaat produk tersebut. Selain itu, kolaborasi dengan influencer lokal yang memiliki pengikut setia dapat menjadi strategi yang efektif. Influencer lokal dapat membantu mempromosikan produk dengan cara yang lebih personal dan menarik perhatian konsumen yang lebih luas. Influencer yang memahami pasar lokal juga dapat memberikan sentuhan autentik pada kampanye pemasaran. Strategi konten yang menarik dan kerjasama dengan influencer lokal ini dapat mendorong peningkatan penjualan serta memperluas jangkauan pasar Desa Tapang Semada.

- 8. Pemberdayaan Masyarakat dalam Ekonomi Kreatif,** Melibatkan masyarakat dalam proses produksi secara langsung membawa dampak ekonomi yang signifikan. Dengan meningkatnya permintaan, masyarakat mendapatkan pendapatan tambahan yang mendorong perbaikan kesejahteraan. Selain itu, keterlibatan perempuan dalam proses ini juga mendukung kesetaraan gender di tingkat desa. Pemberdayaan masyarakat dalam ekonomi kreatif memberikan kesempatan bagi anggota masyarakat untuk terlibat langsung



dalam proses produksi barang atau jasa kreatif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan mereka. Dalam banyak kasus, keterlibatan ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada peningkatan kualitas hidup secara keseluruhan. Salah satu manfaat utama pemberdayaan dalam ekonomi kreatif adalah peningkatan pendapatan bagi masyarakat lokal, yang meningkatkan kesejahteraan mereka, terutama di daerah-daerah yang memiliki potensi kreatif tinggi namun terbatas dari segi sumber daya ekonomi. Dengan meningkatnya permintaan terhadap produk kreatif, masyarakat yang terlibat dalam produksi mendapatkan pendapatan tambahan. Pendapatan yang lebih tinggi memungkinkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka, berinvestasi dalam pendidikan anak-anak, dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Pendekatan ini juga mendukung penciptaan lapangan pekerjaan baru di sektor kreatif, yang penting dalam memperkuat ekonomi lokal.

9. **Promosi melalui Event dan Pameran**, Promosi melalui partisipasi dalam pameran produk kerajinan tangan di tingkat regional dan nasional memberikan exposure yang besar. Selain itu, promosi melalui event-event budaya lokal yang melibatkan turis juga menjadi salah satu cara efektif untuk mengenalkan produk anyaman lidi Lestari, L., Handayani, E., & Yanti, R. (2024). Sejalan dengan itu Duan, W., & Zhang, L. (2021) menegaskan bahwa kolaborasi antara merek dan influencer di event atau pameran dapat memberikan

keuntungan ganda, baik dalam hal peningkatan kesadaran merek maupun dalam memperluas jaringan audiens melalui media sosial.

10. **Keberlanjutan dan Produk Ramah Lingkungan**. Kepedulian terhadap lingkungan menjadi tren yang semakin kuat dalam preferensi konsumen. Produk anyaman lidi yang berbasis bahan alami dan ramah lingkungan menjadi daya tarik tambahan. Strategi ini dapat dikembangkan lebih jauh dengan memasukkan label "*eco-friendly*" atau "*sustainable product*" sebagai bagian dari *branding*. Produk anyaman lidi yang terbuat dari bahan alami memiliki keunggulan dalam keberlanjutan, karena bahan bakunya dapat terbarukan dan tidak membutuhkan proses industri yang merusak lingkungan. Anyaman lidi, sebagai produk lokal, menonjol dalam hal dampak lingkungan yang rendah, memberikan pilihan produk yang lebih hijau. Menerapkan label "*eco-friendly*" atau "*sustainable product*" pada produk anyaman lidi dapat meningkatkan daya tariknya di pasar. Label ini tidak hanya menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan, tetapi juga memperkuat pesan bahwa produk tersebut dibuat dengan perhatian terhadap dampak lingkungan. Mengintegrasikan sertifikasi atau rujukan yang mendukung klaim tersebut (misalnya, sertifikasi organik atau keberlanjutan bahan baku) dapat memperkuat posisi produk di pasar yang semakin mengutamakan kesadaran lingkungan
11. **Tantangan dan Peluang Pengembangan Pasar Nasional**, Produk kerajinan tangan dari bahan



alami memiliki potensi besar untuk memasuki pasar nasional. Namun, ada beberapa tantangan yang perlu dihadapi dalam proses pengembangannya. Salah satu tantangan utama adalah standar kualitas yang harus dipenuhi oleh produk kerajinan. Konsumen di pasar nasional semakin mengutamakan kualitas, yang mencakup daya tahan, tampilan, serta aspek keselamatan produk. Oleh karena itu, produsen kerajinan tangan perlu memastikan produk mereka memenuhi standar kualitas yang diinginkan agar dapat bersaing dengan produk serupa. Persaingan dengan produk serupa juga menjadi tantangan besar. Produk kerajinan tangan dari bahan alami sering kali bersaing dengan produk massal yang lebih terjangkau, atau produk impor yang memiliki kualitas dan desain yang mungkin lebih unggul. Untuk itu, inovasi desain dan peningkatan kualitas menjadi hal yang sangat penting. Dengan menciptakan desain yang unik, menarik, dan sesuai dengan selera pasar, produk kerajinan tangan dapat membedakan dirinya dari pesaing lain. Namun, di balik tantangan ini, terdapat peluang besar untuk berkembang. Salah satunya adalah dengan menjalin kerjasama dengan eksportir lokal yang sudah memiliki jaringan luas di pasar global. Hal ini dapat membuka peluang bagi produk kerajinan tangan untuk menembus pasar internasional, dengan syarat kualitas dan desain produk memenuhi standar yang ditetapkan. Selain itu, peningkatan akses ke platform digital juga dapat membantu memperluas jangkauan pasar nasional, dengan

memungkinkan penjualan online dan mempromosikan produk kepada audiens yang lebih luas. Secara keseluruhan, meskipun tantangan dalam pengembangan pasar nasional cukup besar, peluang untuk memperkenalkan produk kerajinan tangan dari bahan alami tetap menjanjikan, terutama dengan strategi yang tepat seperti peningkatan kualitas, inovasi desain, dan kolaborasi yang kuat dengan mitra lokal.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai *Strategi Pemasaran Anyaman Lidi Berbasis Kearifan Lokal untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Tapang Semada*, dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi pemasaran berbasis kearifan lokal memberikan dampak positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat desa. Kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun, seperti teknik anyaman lidi yang unik dan nilai-nilai budaya yang melekat, menjadi kekuatan utama dalam menciptakan produk yang berbeda dan menarik di pasar.

Penggunaan strategi pemasaran berbasis kearifan lokal, seperti Kearifan Lokal sebagai Daya Saing Utama dalam bentuk motif, desain, dan cara produksi tradisional menjadi keunggulan kompetitif. Pemanfaatan Teknologi untuk Pemasaran, Di era digital, penggunaan teknologi informasi sangat penting dalam memasarkan produk. Pemberdayaan Masyarakat dalam Ekonomi Kreatif, Melibatkan masyarakat dalam proses produksi secara langsung membawa dampak ekonomi yang signifikan. Promosi melalui Event dan Pameran, Promosi melalui partisipasi dalam pameran produk



kerajinan tangan di tingkat regional dan nasional memberikan exposure yang besar. Keberlanjutan dan Produk Ramah Lingkungan, Kepedulian terhadap lingkungan menjadi tren yang semakin kuat dalam preferensi konsumen. Tantangan dan Peluang Pengembangan Pasar Nasional, Produk kerajinan tangan dari bahan alami memiliki potensi besar untuk memasuki pasar nasional. Namun, tantangannya adalah standar kualitas yang harus dipenuhi serta persaingan dengan produk serupa dari pesaing lain. Oleh karena itu, peningkatan kualitas, inovasi desain, serta kerjasama dengan eksportir lokal menjadi langkah strategis untuk masuk ke pasar global. Pemasaran melalui cerita budaya dan nilai tradisi, serta pendekatan *community-based marketing*, mampu meningkatkan kesadaran dan permintaan konsumen terhadap produk anyaman lidi. Selain itu, melalui strategi pemasaran digital yang disesuaikan dengan potensi lokal, produk anyaman lidi berhasil menjangkau pasar yang lebih luas, baik secara lokal maupun nasional.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengembangan industri anyaman lidi juga terlihat signifikan. Adanya peningkatan pendapatan masyarakat, keterlibatan lebih banyak anggota masyarakat dalam produksi, serta peningkatan keterampilan dan pengetahuan dalam mengelola usaha kecil menengah (UKM), menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis kearifan lokal memiliki potensi yang besar dalam mendorong perekonomian desa.

DAFTAR PUSTAKA

Antari, N. N. W., & Wulandari, R. (2019). Pemberdayaan produk berbasis kearifan lokal melalui digitalisasi pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Tradisional*, 12(3), 45-55.

- Antari, N. N. W., & Wulandari, R. (2019). Penguatan identitas melalui branding kemasan dan diversifikasi produk usaha comel. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 3(01), 5-12.
- Cholid Narbuko, A. A., & Ab Achmad, H. (2015). Metodologi Penelitian. *Jakarta: Bumi Aksara*.
- Duan, W., & Zhang, L. (2021). "Leveraging Influencer Marketing at Events." *Journal of Digital Marketing*.
- Huda, N. dkk. (2015). Ekonomi Pembangunan Islam. *Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama*.
- Lestari, L., Handayani, E., & Yanti, R. (2024). Strategi Promosi Rumah Tenun Kampung Bandar Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya di Kota Pekanbaru. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 3815-3826.
- Mubarq, H., & Astutik, M. P. (2022). Inovasi Kebijakan Program Santri Milineal Centre (SiMaC) dalam Upaya Pendukung Ekonomi Rakyat di Kota Probolinggo. *Jurnal Pendidikan Dasar dan Sosial Humaniora*, 1(3), 371-378.
- Nasution, M. K. (2017). Metodologi riset. *Desain Riset*, 4.
- Rukin, S. P. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Suparwi, S., & Cahya, B. T. (2019). Implementasi Teori Michael Porter Strategic Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kawasan Wisata Kuliner Di Kabupaten Pati. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 7(1), 97-111.
- Syukron, S., Zarkasih, A., Nasution, S. L. A., Siregar, M. R., & Munthe, R. S. (2022). Strategi Pemasaran Produk Di Era Digital Pada UMKM. *COMSEP*:



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2), 159-164.

Tanuwijaya, L., & Manullang, R. (2017). Anyaman Lidi: Keunggulan Kompetitif Berbasis Kearifan Lokal dan Keberlanjutan. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 10(1), 102-115.

Tohardi, A. (2019). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial+ Plus*. Tanjungpura University Press.

