

PENGEMBANGAN PEMASARAN KERAJINAN KERAJIN DESA SELAT KECAMATAN NARMADA KABUPATEN LOMBOK BARAT MELALUI PASAR DIGITAL

Sitti Latifah¹⁾, Dodi Alfayed¹⁾, Bq. Sulis Meilandri¹⁾, Nurul Hidayah¹⁾, Viorenza Aulia Shani¹⁾,
Muhammad Anwar Hadi¹⁾, Khairunnisa²⁾, Rizqon Hasanah²⁾, Sulistia Ningsih²⁾,
Siti Roslyana Oktari³⁾, Khana Azril Athariq³⁾, Farid Ma'ruf³⁾, Dea Rizqy Amalia⁴⁾,
Desi Lestari⁴⁾, Noer Alif Baslamin⁴⁾, Haykal Fikri⁴⁾, Lalu Muhammad Anggi Satriawan⁴⁾

¹⁾Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Mataram, NTB, Indonesia

²⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, NTB, Indonesia

³⁾Fakultas Teknik, Universitas Mataram, Mataram, NTB, Indonesia

⁴⁾Fakultas Hukum, Universitas Mataram, Mataram, NTB, Indonesia

Corresponding author : Sitti Latifah

E-mail : sittelatifah@unram.ac.id

Diterima 20 Februari 2023, Direvisi 03 Maret 2023, Disetujui 03 Maret 2023

ABSTRAK

Kerajinan kerai berbahan dasar bamboo atau pelepah aren merupakan salah satu industry kerajinan yang telah lama digeluti masyarakat dan menjadi mata pencaharian utama di Desa Selat. Harga jual yang sangat murah dan sangat tergantung pada tengkulak, proses pemasaran masih tradisional dan belum adanya branding yang menarik pasar diduga menjadi penyebab permasalahan lambatnya perkembangan industry kerajinan ini. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) bertujuan untuk mendorong peningkatan penjualan denan, (1). Memfasilitasi pembentukan cikal bakal pusat penjualan kerai dalam bentuk koperasi dan, (2). Memanfaatkan pasar digital (*Branding, Marketplace, Instagram*). Metode yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan. Mitra yang menjadi sasaran adalah kelompok kerajinan "Bajang Salut" beranggotakan 15 pemuda-pemuda yang memiliki kemampuan teknologi. Hasil yang dicapai melalui kegiatan PkM ini adalah: (1). Terbentuknya cikal bakal koperasi sebagai pusat penjualan kerai, (2). Terbentuknya pasar digital untuk kerai Desa Selat dengan *branding* "Kerai Senada" yang merupakan singkatan dari Kerai Selat Narmada. Selain itu, hasil nyata dari penjualan dalam kurun waktu 1 minggu menunjukkan terjadi peningkatan pada harga jual kerai bambu sebesar 65% dan pelepah aren 100%, jumlah produk yang terjual meningkat sebesar 58% dengan nilai penjualan meningkat sebesar 288%.

Kata kunci: kerajinan kerai; desa selat; kuliah kerja nyata (kkn)

ABSTRACT

The blinds handicraft made from bamboo or palm fronds is one of the handicraft industries that the community has been involved in for a long time and has become the main livelihood of the people in Selat Village. The selling price is very cheap and highly dependent on middlemen, the marketing process is still traditional and the absence of branding that attracts the market is suspected to be the cause of the problem of the slow development of this blind handicraft industry. Community Service Activities (PkM) aim to encourage increased sales by (1). Facilitating the formation of forerunner blind sales centers in the form of cooperatives and (2) Utilizing digital markets (*Branding, Marketplace, Instagram*). The method used is training and supervising. The target partners are "Bajang Salut Handicraft Groups consisting of 15 young people who have technological skills. The results achieved through this PkM activity are: (1). The formation of the forerunner of the cooperative as a blind sales center, (2). The establishment of a digital market for Desa Selat blinds with the branding "Kerai Senada" which stands for Kerai Selat Narmada. In addition, the real results of sales within 1 week showed an increase in the selling price of bamboo blinds by 65% and 100% of palm fronds, the number of products sold increased by 58% with sales value increasing by 288%.

Keywords: the blinds handicraft; selat village; community service program (kkn)

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif saat ini merupakan salah satu sector penyumbang Produk

Domestik Bruto (PDB) nasional yang cukup tinggi. Sebagaimana disampaikan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf)

(Hidayat, 2022), tahun 2022 ekonomi kreatif mampu menyumbang PDB sebesar 7,8%. Nilai ekonomi kreatif juga semakin meningkat selama 3 tahun terakhir 30%, dimana tahun 2020 bernilai 18,8 juta USD, 23.9 juta USD 2021 dan 2022 sebesar 25.14 juta USD. Adapun tiga sektor penyumbang terbesar adalah sektor kuliner, fashion dan kriya (kerajinan). Selain itu, disampaikan pula bahwa sektor ini mampu mendorong peningkatan kreativitas masyarakat Indonesia ditengah persaingan pasar yang sangat ketat, dimana pelaku usaha dituntut untuk terus dapat berinovasi serta beradaptasi dalam menghasilkan sebuah produk hingga memasarkan produk sesuai dengan kemajuan teknologi saat ini.

Usaha kerajinan merupakan salah satu sektor dari industri kreatif yang memiliki kontribusi terbesar bagi tumbuhnya masyarakat yang kreatif dan mampu mendorong kemampuan bisnis menjadi lebih baik. Adapun factor-faktor yang mampu mempengaruhi pengelolaan pertumbuhan industri kerajinan ini seperti factor produksi, tenaga kerja, pemasaran, permodalan, pengelolaan usaha, dan organisasi. Selain itu juga terdapat factor politik dan regulasi, factor teknologi, hingga factor social budaya termasuk dalam factor eksternal lingkungan yang mampu memberikan peluang dan tantangan untuk pertumbuhan industry kerajinan (Ernawati et al., 2021)

Bentuk usaha kreatif yang banyak digeluti masyarakat hingga saat ini salah satunya yaitu dari jenis produk Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) bamboo dan rotan. (INBAR, 2021) membagi produk bambu kedalam beberapa kategori diantaranya adalah bambu material mentah, woven bamboo product (tikar, layar, anyaman dan keranjang), Bamboo Furniture (tempat duduk dan meubel). Selain itu (Hanifah, 2022; Rahman, 2015) menyebutkan bahwa anyaman bambu dapat dibentuk kedalam berbagai kerajinan seperti kap lampu, tas, ornament, dekorasi, meja, kursi, pot tanaman, keranjang, jam dinding, kursi gantung, tampah, kotak tisu, dan kotak pensil. Sementara Bentuk Kerajinan dari rotan diantaranya adalah berbagai macam jenis ragak, pongki, sangkek, tudung saji, tikar rotan, kursi rotan, tas, kap lambpu, meja dan keranjang (Sakinah et al., 2019). Produk dari usaha bambu dan rotan memiliki peluang yang besar yang dibuktikan dengan nilai Ekspor rotan Indonesia mencapai USD 357,16 juta pada tahun 2022 adapun total ekspor produk bamboo Indonesia pada tahun 2020 sebesar USD 12,42 juta . Selain bambu dan rotan, terdapat juga masyarakat yang menjadikan pelepah aren menjadi bahan dasar dari

anyaman salah satunya kerai (Meliandri, 2022; Ningsih et al., 2023).

Kerai merupakan kerajinan berbahan dasar bambu atau pelepah aren yang dianyam sehingga berbentuk seperti tirai yang berfungsi untuk menghalau cahaya matahari hingga menambah nilai estetika. Nilai positif yang dapat diperoleh dari industri kerajinan kerai ini adalah menumbuh kembangkan kerajinan asli dari bambu yang pembuatannya masih bersifat manual sehingga mampu menghasilkan produk yang berkualitas tinggi yang dimana seperti kita ketahui produk ini sudah tidak banyak dilestarikan oleh masyarakat pada umumnya. Industri kerajinan khususnya produk kerai dari bambu dan pelepah aren ini sendiri memiliki daya pikat ditengah wisatawan asing yang tentunya menyukai produk tropikal atau Back to Nature.

Kerajinan anyaman di NTB khususnya Lombok memiliki peran yang penting dalam mendukung pariwisata NTB yang saat ini sedang menjadi prioritas utama pengembangan wisata nasional melalui adanya major projects 2020-2024. Pembangunan wilayah NTB dapat dicapai dengan delapan strategi salah satunya mendorong industri kreatif berbasis budaya sehingga membuka peluang yang besar bagi industri kreatif di NTB terutama di tingkat pemerintahan Desa (BAPPENAS, 2019). Kerai yang dahulunya hanya berfungsi sebagai alat penghalau sinar matahari, saat ini memberikan fungsi tambahan berupa nilai estetika pada rumah, bangunan ataupun hotel. Sehingga kualitas dan keindahan kerai serta jangkauan pemasaran yang semakin terbuka juga menjadi pertimbangan dalam pengembangan industri kreatif kerai.

Desa Selat merupakan desa yang dikenal sebagai pusat kerajinan kerai di Kabupaten Lombok Barat. Sudah lebih dari setengah abad sebagian masyarakatnya mampu memaksimalkan hasil bambu dan aren dengan mengolahnya menjadi kerajinan kerai guna menopang kondisi perekonomian keluarga. Selain keterampilan masyarakatnya dalam menganyam dan mengolah kerajinan kerai, desa ini memiliki kekayaan tanaman bambu dan aren yang berlimpah, sehingga keberlanjutan produksi kerai masih terjaga hingga kini. Secara teknis, proses pembuatan kerajinan kerai di Desa Selat masih terbilang tradisional karena dibuat dengan alat-alat rumah tangga sederhana, tanpa sentuhan teknologi yang dapat meningkatkan kualitas sehingga industri kerai belum bisa beranjak sebagai industri yang bernilai ekonomi tinggi, baru pada tahap pemenuhan kebutuhan ekonomi masyarakat sehari-hari. Padahal saat

ini pasar kerajinan kerai semakin inovatif dengan design yang menarik baik dengan penambahan motif hingga pengecatan untuk meningkatkan nilai jual produk. Saat ini terdapat lebih dari 100 orang pengrajin yang mengolah dan memasarkan kerajinan kerai ini secara individu dan secara tradisional dengan menjajakan secara keliling ataupun melalui pengumpul serta masih bersifat individu. Hal tersebut menyebabkan luas cakupan pemasaran menjadi sempit dan harga tidak dapat berkompetisi, padahal produk yang dihasilkan berlimpah, hal yang sama diungkapkan (Juhari et al., 2020) bahwa kegiatan pemasaran melalui pengepul tidak efektif karena harga yang dibayarkan sangat rendah tidak sebanding dengan harga jual kepada konsumen. Oleh karena itu pengabdian ini dilaksanakan untuk membantu pengembangan pemasaran usaha kerajinan kerai bambu dan pelepah aren melalui pasar digital sehingga pengerajin dapat mengembangkan bisnis dan memperluas jangkauan distribusi produk atau jasa (Sholikhatin et al., 2022).

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Selat, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat pada masa KKN Covid-19, yaitu Bulan Juni-Agustus 2021. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini melibatkan beberapa pihak, yaitu : (1). Dosen yang berperan dalam pembimbingan kelompok mahasiswa, sosialisasi dan pelatihan, (2). Mahasiswa KKN yang berperan dalam menyelenggarakan kegiatan pengabdian, survey, pelatihan dan pendampingan, (3). Kelompok "Bajang Salut" sebagai kelompok pengrajin sasaran, (4) Pemerintah Desa Selat dan (5). Lembaga Baznas yang membantu dalam memfasilitasi pelaksanaan kegiatan.

Adapun sasaran pengabdian ini adalah kelompok-kelompok pengrajin kerai yang berjumlah 100 orang yang berada di Desa Selat, dengan mitra utama pengembangan pasar digital adalah Kelompok "Bajang Salut" yang terdiri dari 15 orang anggotanya. Hal tersebut dikarenakan, untuk tahap pengenalan dicarikan kelompok secara purposive yang memiliki kemampuan menggunakan computer dan medsos.

Metode yang digunakan pada pengabdian ini adalah metode pelatihan dan praktek (Nugroho & Arrosyad, 2020). Cara ilmiah yang digunakan untuk tujuan memperoleh data dengan kegunaan tertentu disebut metode penelitian (Sugiyono, 2017)

Strategi yang kami gunakan pada pengabdian ini guna membantu pemasaran

produk kerai dari masyarakat yaitu dengan melakukan beberapa tahapan seperti tahap perencanaan (pra kegiatan), tahap sosialisasi, pelatihan dan pendampingan (pelaksanaan kegiatan), dan tahap evaluasi (Anggrayani et al., 2021). penjelasan dari setiap langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

(1). Pra Kegiatan

Pada tahap pra kegiatan ini, kegiatan yang dilaksanakan adalah perencanaan secara partisipatif bersama kelompok mitra untuk : (a). memetakan permasalahan yang dihadapi masyarakat terkait pengembangan keria bambu dan pelepah aren, dan (b) perumusan solusi terbaik yang akan digunakan untuk pemasaran produk kerai bambu dan pelepah aren. Selain metode FGD, dilakukan pula dengan metode wawancara terhadap para pengrajin untuk mendapatkan informasi terkait berbagai kendala yang mereka rasakan hingga harapan mereka untuk kemajuan kerajinan kerai di masa yang akan datang.

(2). Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelatihan dilaksanakan guna memberikan tambahan keterampilan kepada masyarakat agar produk yang dihasilkan mampu dipasarkan secara maksimal dan memiliki nilai jual yang tinggi. Sementara pendampingan ditujukan untuk memastikan bahwa dalam pengembangan pemasaran ini bisa sesuai standar. Tahapan pelaksanaan kegiatan ini dirincikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan	Waktu	Materi	Pemateri
Sosialisasi "Pentingnya Teknologi dalam Pemasaran Produk Kerai kepada Masyarakat "	Selasa, 29 Juni 2021 (09.00 WITA)	a. Penjelasan Pengembangan Program Pasar Digital b. Kekayaan Intelektual Komunal	Dr. Sitti Latifah (Dosen DPL) M. Ali, Ph.D (Ketua LPPM) Khairun Nisa & Desi Lestari (mahasiswa KKN)
Penguatan Pemasaran Produk Secara Manual	Kamis, 8 Juli 2021 (09.30 WITA)	Pengembangan an koperasi	Hawilah, SE (Baznas)
Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran online	Selasa, 13 Juli 2021	Pelatihan pembuatan branding Pendampingan pembuatan	Khana Azriel At-Tariq & Bq. Sulis Meilandri (mahasiswa KKN)

pasar digital pada platform instagram	Mahasiswa KKN
---	------------------

3. Evaluasi

Kegiatan evaluasi ini memberikan simpulan dan hasil akhir (Junaidi et al., 2020). Kegiatan Evaluasi ini juga dilakukan guna mengetahui sejauh apa pemahaman masyarakat terkait dengan pemasaran produk kerai dan untuk mengetahui tingkat keberhasilan pengimplementasian strategi pemasaran yang diterapkan. Kegiatan evaluasi ini dilaksanakan dalam 2 tahap, yaitu evaluasi pada proses pelaksanaan kegiatan melalui wawancara terhadap peserta sasaran dan evaluasi terhadap hasil penjualan yang dilaksanakan setelah kegiatan pengembangan pasar digital dilakukan.



Gambar 1. Bagan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Narmada merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Lombok Barat dan terletak 10 km dari Kota Mataram, yang merupakan Ibu Kota Provinsi Nusa Tenggara Barat. Selain julukan sebagai Kota Air karena kelimpahan sumberdaya air di wilayah ini, Kecamatan Narmada dikenal sebagai kota budaya, dikarenakan banyak warisan-warisan budaya yang ada sejak dahulu namun masih dapat kita lihat hingga saat ini. Salah satu keterampilan yang menjadi warisan budaya dan sumber mata pencaharian masyarakatnya yaitu kerajinan kerai/belat.

Salah satu kerajinan kerai yang sudah berkembang lama di Provinsi NTB adalah kerai

berbahan baku Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) bambu dan pelepah aren. Dusun Salut yang merupakan salah satu dusun di Desa Selat merupakan tempat asal mula kerajinan ini. Kerajinan ini telah ditekuni sejak tahun 1960-an, dimana pada awal kemunculannya pengrajin kerai ini hanya berjumlah 15 orang yang terdiri dari para orang tua desa dan salah satunya yaitu Amaq Sairin yang bisa dikatakan sebagai orang yang mempopulerkan kerajinan kerai di Dusun Salut. Hal tersebut disampaikan langsung oleh Bapak Sabudi (2021) selaku Kepala Desa Selat, Kecamatan Narmada.

Adapun hasil dari penerapan metodologi pengabdian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

(1). Pra Kegiatan

Pada tahap pra kegiatan ini tim pengabdian melakukan pemetaan permasalahan dalam pengembangan kerajinan kerai bambu dan pelepah aren dengan melakukan wawancara dengan hasil sebagai berikut :

1. Kelemahan
 - a. Masih minimnya pengetahuan masyarakat terkait teknologi dan pemasaran produk termasuk branding.
 - b. Tidak ada wadah pemasaran untuk menampung hasil kerajinan masyarakat yang membeludak setiap harinya.
 - c. Produk kerai masih dalam bentuk yang sangat sederhana, belum ada sentuhan teknologi baik design maupun pengawetan.
2. Kekuatan
 - a. Bahan baku pembuatan kerai selalu tersedia sepanjang tahun
 - b. Keterampilan menganyam kerai yang turun menurun
 - c. Produk selalu dapat diserap pasar.
3. Ancaman
 - a. Banyaknya pengumpul/distributor tidak bertanggung jawab yang menyebabkan para pengrajin tidak mendapatkan keuntungan sesuai dan membuat harga kerai menjadi sangat tidak stabil di pasaran.
 - b. Perkembangan kerajinan-kerajinan sejenis di berbagai tempat.
 - c. Masuknya kerajinan sejenis dengan design indah, pengawetan dan sudah difinishing dengan baik dari luar Provinsi NTB.
4. Peluang
 - a. Anggaran Dana Desa (ADD) untuk membantu produksi dan pemasaran tersedia.

- b. Adanya lembaga-lembaga baik pemerintahan maupun NGO yang dapat memfasilitasi pengembangan kerajinan ini, seperti : Baznas dalam penguatan kelembagaan pengrajin dan Dinas industri sebagai penyedia mesin.
- c. Pasar kerai masih terbuka luas.



Gambar 2. Wawancara dengan Pengerajin

Setelah proses wawancara dilakukan dan kemudian hasil wawancara dikelompokkan berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman). Setelah pemetaan permasalahan, Langkah selanjutnya adalah perumusan rencana dengan menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD).



Gambar 3. Focus Group Discussion

Hasil FGD berupa strategi bersama yang berfokus pada pengembangan pemasaran kerai, yaitu : (1). Memberikan pengetahuan mengenai pasar digital, (2). Penguatan kapasitas pengrajin dalam memperbaiki proses pemasaran tradisional, (3). Melatih dan mendampingi anggota pengrajin untuk membuat kelengkapan-kelengkapan untuk memasarkan kerai melalui pasar digital.

(2). Pelaksanaan Kegiatan

Berdasarkan strategi yang ditetapkan dalam proses perencanaan pada tahap pra kegiatan, berikut adalah hasil dari pelaksanaan kegiatan dalam rangka membantu mengembangkan pemasaran kerai Desa Selat :

1. Sosialisasi

Sosialisasi yang dilaksanakan mengambil tema “Pentingnya Teknologi dalam Pemasaran Produk Kerai kepada Masyarakat” dengan memberikan beberapa materi terkait pemasaran dan kekayaan intelektual terkait

branding. Sosialisasi ini dilakukan terhadap kelompok sasaran di rumah kepala dusun Salut. Pada sosialisasi tersebut kelompok pengrajin diberikan pemahaman terkait dengan pentingnya pemasaran sebuah produk dan penggunaan teknologi di dalamnya. Selain itu pada sosialisasi diberikan pula pemahaman terkait dengan pentingnya branding.



Gambar 4. Kegiatan Sosialisasi

Hasil dari sosialisasi ini adalah kelompok bersepakat bahwa untuk menunjang pemasaran produk kerai, seluruh produk kerai yang diproduksi di Dusun Salut akan diberikan merk “Senada”. Senada merupakan singkatan dari Selat Narmada. Sehingga diharapkan nama tersebut mampu memberikan identitas terhadap kerai yang dihasilkan dari Desa Selat Kecamatan Narmada. Selain itu setelah dilakukan sosialisasi, pemahaman dan kesadaran masyarakat akan pentingnya teknologi dalam proses pemasaran mulai meningkat.



Gambar 5. Branding “SENADA”

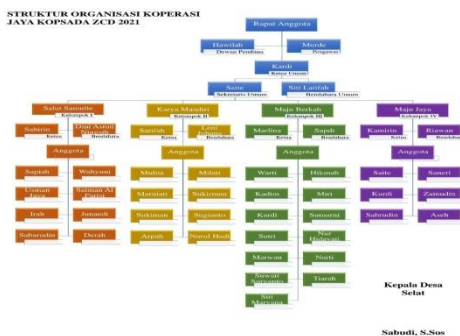
2. Penguatan kapasitas kelompok pengrajin Pemasaran Produk Secara Manual

Untuk mengatasi kendala masyarakat terkait banyaknya pengumpul/distributor tidak bertanggung jawab, langkah yang diterapkan dalam pemasaran produk secara tradisional ini yaitu dengan cara mendirikan sebuah koperasi. Fasilitasi pendirian dilakukan secara bersama antara mahasiswa KKN Universitas Mataram dengan Baznas dengan memberikan pelatihan serta pendampingan kepada masyarakat terkait dengan koperasi sehingga terbentuklah koperasi usaha yang kami beri nama “Kopsada ZCD”.



Gambar 6. Fasilitasi Pembentukan Koperasi

Kopsada ZCD ini terdiri dari 48 orang anggota yang merupakan para pengrajin dan diketuai oleh Bapak Murde selaku Kepala Dusun Salut. Dengan adanya koperasi ini masyarakat bisa memasarkan produk dengan satu pintu dan dengan harga yang seragam sesuai yang telah disepakati bersama sehingga mampu mengantisipasi adanya distributor yang membeli produk di pengrajin dengan harga yang tidak layak sehingga tidak memberikan keuntungan kepada pengrajin kerai. Hingga saat ini masyarakat masih menikmati manfaat dari berdirinya koperasi tersebut, bahkan uang kas yang dapat dikumpulkan selama kurang lebih satu tahun sudah mencapai kurang lebih Rp. 20.000.000,-. Berikut adalah struktur organisasi Kopsada ZCD :



Gambar 7. Kopsda ZCD

(3). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Produk Secara *Online*

Kehadiran Kehadiran *e-commerce* sangat penting saat ini, dimana pemasaran secara konvensional perlahan akan mulai berkurang terhadap produk-produk tertentu, terlebih lagi kondisi pandemi saat ini, mobilitas kegiatan semakin dibatasi (Rahayu et al., 2021). Salah satu contoh dari *e-commerce* yang diperkenalkan dalam kegiatan pengabdian adalah marketplace yaitu suatu metode transaksi jual-beli yang dilakukan melalui online, dimana penjual maupun pembeli tidak perlu bertatap muka langsung dalam bertransaksi hingga pengantaran barang (Meinarni et al., 2020).

Semenjak tahun 1975 pengrajin kerai merupakan profesi yang mulai banyak diminati, dimana ditunjukkan sebagian masyarakat

Dusun Salut memilih beralih profesi menjadi pengrajin kerai. Beralihnya sebagian profesi masyarakat Dusun Salut menjadi pengrajin disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya faktor ekonomi. Seiring berjalannya waktu semakin banyak pula warga yang memilih untuk berprofesi sebagai pengrajin, namun hal tersebut tidak diikuti dengan sistem pemasaran yang tepat sehingga produk yang dihasilkan belum dapat dikenal secara luas oleh masyarakat. Kondisi ini berjalan hingga saat ini, dimana pasar kerai terbuka luas, tetapi jangkauan penjualannya masih sangat terbatas.

Oleh karena itu untuk menanggulangi hal tersebut solusi yang ditawarkan adalah dengan melakukan beberapa langkah, yaitu : (1) branding untuk membangun identitas produk dan perusahaan serta membantu pelanggan untuk membedakan produk kerai senada dengan kompetitor, dan (2). pemasaran melalui pasar digital yaitu platform instagram untuk menyeimbangkan perkembangan produk dengan zaman yang ada. Akun Instagram penjualan kerai ini kami beri nama @keraiselat. Selain memperluas pasar, pemasaran digital ini juga dapat meningkatkan harga jual, sebagaimana diilustrasikan pada tabel 1 dibawah ini :

Tabel 2. Karakteristik Pemasaran dan Harga Jual Produk Kerai Bambu dan Aren

Aspek	Tradisional	Digital
Harga kerai bambu	Rp. 30.000,- /kerai	Rp. 100.000,- /kerai
Harga kerai pelepah aren	Rp. 20.000,- /kerai	Rp. 50.000,- /kerai
Karakteristik pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya bensin kendaraan • Konsumen tidak dikenakan minimal order. • Konsumen dapat datang langsung ke tempat penjual. • Penjual berkeliling atau menyeter ke pengumpul. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proses pemesanan Kerai Senada dapat langsung dilakukan melalui instagram, whatsapp, dan email yang tertera di laman instagram Kerai Senada. • Bebas biaya kirim dan langsung diantar ke tempat pemesanan atau diambil sendiri di outlet "SENADA" • Konsumen

dikenakan minimal order tergantung wilayah tempat tinggal konsumen

- Biaya pulsa
- Konsumen dapat langsung menghubungi penjual melalui *direct message/chat* untuk bertanya mengenai kerai yang dijual, melakukan persetujuan dan proses pengantaran.

2.575.000 sedangkan dengan metode digital didapatkan penjualan total sebanyak 150 kerai dengan penerimaan sebesar 10.000.000. Perbedaan penerimaannya sebesar Rp. 7.425.000 lebih banyak dengan metode digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemasaran melalui metode digital berhasil meningkatkan harga jual setiap kerai bambu sebesar 65% dan pelepah aren 100%, jumlah produk yang terjual sebesar 58% dengan nilai penjualan meningkat sebesar 288% dalam kurun waktu 1 minggu.

Hal tersebut menggambarkan pula bahwa minat konsumen terhadap metode penjualan melalui Instagram cukup tinggi dan lebih menguntungkan untuk para produsen dibandingkan dengan penjualan secara tradisional atau melalui tengkulak.

Berikut dokumentasi proses pembuatan kerai, perkembangan pemasaran yang sebelumnya manual hingga beralih menuju pasar digital melalui platform instagram.

Tahap Evaluasi

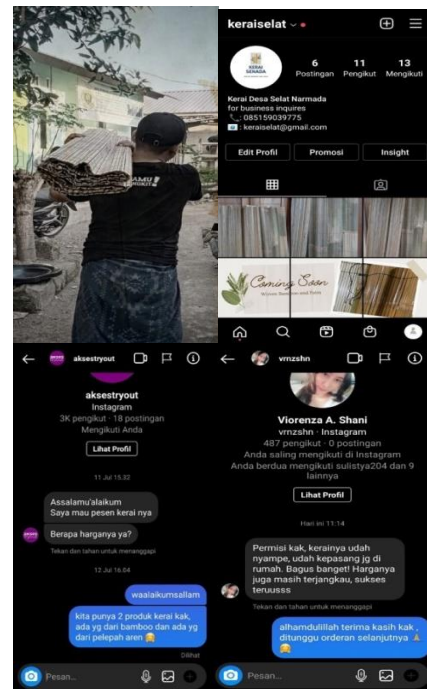
Evaluasi dilakukan bertujuan untuk dampak dari proses pengabdian. Evaluasi dilakukan dengan menanyakan peserta sasaran dan dari hasil penjualan produk kerai dengan hasil sebagai berikut :

- Masyarakat bahwa proses produksi hingga pemasaran yang mereka lakukan lebih teratur jika dibandingkan dengan pada saat proses pemasaran yang masih bergantung dengan tengkulak. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan peningkatan jumlah penjualan kerai saat dipasarkan secara *online*.
- Setelah platform digital untuk penjualan kerai Senada ini berjalan selama 1 minggu.

Tabel 3. Penerimaan Produk Kerai Bambu dan Aren dengan Pemasaran Tradisional dan Digital

Penerimaan	Tradisional	Digital
Kerai Bambu	20 unit x 35.000 = 700.000	50 unit x 100.000 = 5.000.000
Kerai Aren	75 unit x 25.000 = 1.875.000	100 unit x 50.000 = 5.000.000
Total Penerimaan	2.575.000	10.000.000

Berdasarkan tabel diatas, dalam waktu 1 minggu terdapat perbedaan penerimaan antara kerai yang dijual dengan metode tradisional dan digital untuk kelompok pengrajin Bajang Salut. Untuk total 95 unit kerai yang terjual melalui metode tradisional menerima Rp.



Gambar 8. Proses Pemasaran Kerai

SIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan pasar tradisional dan pasar digital untuk kerajinan kerai bambu dan pelepah aren di Desa Salut dilaksanakan dengan tahapan (1). Sosialisasi, (2). Pelatihan dan Pendampingan dan (3). Evaluasi. Berdasarkan hasil kegiatan tersebut terbentuklah : (1) Cikal bakal Koperasi dengan nama "KOPSADA ZCD" dan (2). Pasar digital produk kerai Desa Selat Narmada dengan branding "SENADA". Berdasarkan uji coba proses pemasaran tradisional melalui koperasi, didapatkan keuntungan bahwa harga tidak lagi 100% ditentukan oleh pengumpul/distributor

dan untuk pemasaran digital melalui platform didapat beberapa keuntungan : (1). Peningkatan jumlah dan harga jual produk dan (2). Kemudahan dalam proses pemesanan dan penjualan. Selain itu, hasil PkM ini telah mengedukasi masyarakat bahwa branding dalam pemasaran sangat penting dilakukan guna keberlangsungan proses perluasan pangsa pasar dan keberlanjutan, sehingga pada ujungnya dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian bagi para pengrajin dan masyarakat sekitar.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada LPPM Universitas Mataram yang telah memfasilitasi keberadaan mahasiswa KKN, Lembaga BAZISNAS yang menjadi mitra Desa Selat, Kelompok Pengrajin "Bajang Salut" yang selalu mejadi pembelajar dan sudah tentu Pemerintah Desa Selat yang memberi dukungan melalui Anggara Desanya.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggrayani, E., Desiria, F., Dwiana, H., Sagita, W., Nuraini, W., & Arrosyad, M. I. (2021). Pelatihan Pengembangan Potensi UMKM Dodol Singkong Desa Renggiang di Masa Pandemi Covid 19. *Journal of Community Service and Empowerment*, 2(1), 1–8.
- BAPPENAS. (2019). *Konreg Wilayah Nusa Tenggara: Pembangunan Nusa Tenggara 2020-2024 Difokuskan pada Penguatan Wisata Lombok dan Labuan Bajo*. <https://www.bappenas.go.id/index.php/berita/konreg-wilayah-nusa-tenggara-pembangunan-nusa-tenggara-2020-2024-difokuskan-pada-penguatan-wisata-lombok-dan-labuan-bajo>
- Ernawati, E., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(1), 27–40. <https://doi.org/10.21067/jem.v17i1.5215>
- Hanifah, P. (2022). 9 Kerajinan Anyaman Bambu Paling Unik dan Estetik. Retrieved from <https://www.rumah.com/panduan-properti/anyaman-bambu-61772>
- Hidayat, K. (2022). Kemenparekraf: Ekonomi Kreatif Menyumbang 7,8% PDB Nasional. Retrieved from <https://nasional.kontan.co.id/news/kemenparekraf-ekonomi-kreatif-menyumbang-78-pdb-nasional>
- INBAR. (2021). Trade Overview 2019: Bamboo and rattan commodities in the international market. International Bamboo and Rattan Organisation. Retrieved from [https://www.inbar.int/wp-](https://www.inbar.int/wp-content/uploads/2021/11/Trade-Overview-2019_INBAR-1.pdf)

[content/uploads/2021/11/Trade-Overview-2019_INBAR-1.pdf](https://www.inbar.int/wp-content/uploads/2021/11/Trade-Overview-2019_INBAR-1.pdf)

- Juhari, Widayat, R. M., & Mujiyana. (2020). Pengembangan kerajinan anyaman palitan, di dusun nglengkong, desa giripurwo, kecamatan girimulyo, kabupaten kulon progo. *SELAPARANG: Jurnal Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 479–485.
- Junaidi, J., Dinata, K. B., & Darwanto, D. (2020). Evaluation and Analysis of Baitul Arqam on the Morals and Performance of Lecturers and Employees of the University of Muhammadiyah Kotabumi. *Halaqa: Islamic Education Journal*, 4(2), 133–153. <https://doi.org/10.21070/halaqa.v4i2.1015>
- Meinarni, N. P. S., Iswara, I. B. A. I., Wijaya, I. N. S. W., & Willdahlia, A. G. (2020). *UMKM Goes Online: Regulasi E-Commerce*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Meliandri, B. S. (2022). Analisis Komparasi Pendapatan Pengerajin Kerai Bambu dan Kerai Pelepah Aren di Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat. Disertasi [Unpublished]. Universitas Mataram.
- Ningsih, R. V., Wulandari, F. T., Latifah, S., & Hidayati, E. (2023). Effect of Adhesive Content on Physical Properties Particleboard Made from Bamboo and Sugar Palm Waste (Arenga Pinnata (Wurmb.) Merr). *Jurnal Biologi Tropis*, 23(1), 133–139. <https://doi.org/10.29303/jbt.v23i1.4449>
- Nugroho, F., & Arrosyad, M. I. (2020). Impelementasi Pelatihan Hidroponik Untuk Peningkatan Kemampuan Pendidikan Karakter Di Desa Jelutung. *AbdiMuh: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 16–22. <https://doi.org/10.35438/abdimuh.v1i1.156>
- Rahayu, S., Muhairah, N. Al, & Nazipawati. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Masa Pandemi COVID-19. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2–8.
- Rahman, K. (2015). Pengembangan Desain Kerajinan Anyam Bambu Desa Kalinganyar Pulau Kangean. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, 03(03), 11–117.
- Sakinah, S., Afriyansyah, B., & Akbarini, D. (2019). Etnobotani Rotan Sebagai Bahan Kerajinan Anyaman Oleh Masyarakat Di Kabupaten Bangka Barat. *Al-Kauniah: Jurnal Biologi*, 12(1), 18–24. <https://doi.org/10.15408/kauniah.v12i1.6429>

Sholikhatin, S. A., Fitrianiingsih, W., & Fujiyanti, F. (2022). PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BAGI KOMUNITAS DIGITAL. SELAPARANG: Jurnal Masyarakat Berkemajuan, 6(3), 1323–1327.

Sugiyono. (2017). Metode Pengabdian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.