

## **Empowering Kearifan Lokal: Sebuah Inovasi Pemanfaatan Teknologi dalam Pemasaran Kerajinan Purun Khas Desa Tanjung Atap**

Dwi Mirani<sup>1</sup>, Martina<sup>1</sup>, Aulia Utami Putri<sup>1\*</sup>, Junaidi<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya  
Corresponding author: auliautami@fisip.unsri.ac.id

**Abstrak:** Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan terhadap pelaku UMKM di Desa Tanjung Atap, Kabupaten Ogan Ilir dalam menghadapi turunnya minat untuk mengembangkan potensi dan kearifan lokal daerah. Dengan memberikan pengetahuan tentang teknologi, kreativitas, dan inovasi pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu: perencanaan kegiatan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Proses mengidentifikasi permasalahan, pengabdian ini melakukan metode observasi dan wawancara kepada aparatur desa dan masyarakat setempat yang menjadikan kerajinan dari tanaman purun tikus ini sebagai produk unggulan. Terdapat lima poin masalah yang dihadapi pengrajin Desa Tanjung Atap yaitu: Penjualan hanya fokus kepada wisatawan yang datang, tidak ada modifikasi produk yang lebih menarik, metode penjualan hanya menawarkan barang dagangan tanpa ada *selling skills*, Masih belum ada merek atau brand, dan belum ada penyaluran produk ke marketplace atau pasar swalayan. Oleh karena itu, pelatihan dilakukan dengan memberikan pengetahuan tentang POAC (*planning, organizing, actuating, dan controlling*). Sehingga hasil evaluasi yang didapatkan bahwa terdapat perbedaan pengetahuan mengenai cara kreatif mengembangkan UMKM tanpa menghilangkan kearifan lokal Desa Tanjung Atap.

**Kata Kunci :** kearifan lokal, kerajinan, potensi desa, teknologi, UMKM

*Abstract : This community service aims to provide knowledge to MSME actors in Tanjung Atap Village, Ogan Ilir Regency in the face of declining interest in developing local potential and wisdom. By providing knowledge about technology, creativity, and innovation, this service is carried out in several stages, namely: activity planning, training, mentoring, and evaluation. The process of identifying problems, this service conducts observation and interviews with village officials and local communities who make this craft from the purun rat plant a superior product. There are five points of problems faced by the craftsmen of Tanjung Atap Village, namely: Sales only focus on tourists who come, there is no modification of a more attractive product, the sales method only offers merchandise without any selling skills, There is still no brand or brand, and there is no distribution. products to the marketplace or supermarkets. Therefore, the training was conducted by providing knowledge about POAC (planning, organizing, actuating, and controlling). So that the results of the evaluation show that there are differences in knowledge about creative ways to develop MSMEs without losing the local wisdom of Tanjung Atap Village.*

*Keywords: crafts, local wisdom, village potential, technology, MSME*

### PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan yang tak akan pernah habis untuk

dieksploitasi dan dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari. Kekayaan tersebut dapat menjadi sumber nilai atau

mata pencaharian masyarakat setempat. Disamping kekayaan, *local wisdom* atau kearifan lokal dapat membuat nilai dikarenakan keunikan dari adat istiadat yang menarik dan berkaitan erat dengan tradisi-tradisi dari yang tercipta dari proses yang cukup panjang sehingga membentuk nilai luhur atau norma yang diterapkan oleh penduduk setempat (Syafrizal & Calam, 2019). Salah satu contoh daerah yang menjadi bahasan penulis ialah Provinsi Sumatera Selatan. Berdasarkan sejarah, daerah Sumatera Selatan merupakan tempat kerajaan Sriwijaya tumbuh dan berkembang dari masa abad ke-7 hingga 13 masehi. Kerajaan Sriwijaya lahir dan berkembang atas dasar kemampuan masyarakat dalam berdagang. Walaupun kerajaannya sudah punah namun, kemampuan berdagang yang dimiliki oleh masyarakat setempat masih ada (Suswandari et al., 2019). Hal yang menjadi perbedaan sekarang nama yang dipakai oleh masyarakat yaitu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Selain itu, UMKM ini sudah menjadi perhatian pemerintah pusat dikarenakan daerah harus mengelola potensi masing-masing karena pada faktanya UMKM diprediksi dapat menciptakan kemandirian pendapatan masyarakat serta dapat menaikkan pertumbuhan ekonomi secara mandiri dan bersaing dipasar global (Esti Prastika & Edi Purnomo, 2019)

Di Sumatera Selatan terdapat desa yang menarik, memiliki tingkat kearifan lokal yang tinggi, serta terdapat ciri khas dari daerah tersebut. Desa ini dinamakan Desa Tanjung Atap yang memiliki ciri khas

## METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan kegiatan yaitu: perencanaan kegiatan, pelatihan, dan pendampingan.

## PERENCANAAN KEGIATAN

Proses perencanaan dilakukan dengan diskusi terbuka bersama aparat pemerintah dan masyarakat Desa Tanjung Atap. Diskusi ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan dan potensi yang terdapat di desa tersebut. Berdasarkan hasil diskusi desa Tanjung Atap memiliki potensi yang cukup besar di bidang kerajinan yaitu purun tikus. Sayangnya, pengrajin desa tersebut hanya fokus pada wisatawan yang datang, susah memodifikasi produk, tidak ada *selling skills*, belum ada merek atau brand, serta tidak memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk tersebut.

berupa tanaman purun jenis tikus yang dapat menjadi kerajinan berbentuk tikar, tas, topi, dan sebagainya. Purun tikus adalah tanaman khas daerah rawa yang memiliki batang tegak, tidak bercabang, warna abu-abu atau hijau mengkilat yang memiliki panjang sekitar 50-200 cm, ketebalan 2-8 mm, daun mengecil sampai ke bagian basal, pelepah tipis seperti membran, ujungnya asimetris, dan bagian bawah berwarna coklat kemerahan (Sunardi & Istikowati, 2012). Sebagai tanaman liar dan tumbuh subur di Desa Tanjung Atap membuat tanaman ini menjadi sumber mata pencarian masyarakat setempat. Hal ini terbukti berdasarkan hasil observasi terdapat 18 kelompok pengrajin purun dengan menghasilkan 20-25 produk dalam satu kali produksi.

Namun, berdasarkan hasil observasi, terdapat permasalahan yang terjadi pada UMKM di desa tersebut. Seperti belum ada *segmenting, targeting, positioning* dalam penjualan; produk yang dihasilkan belum ada diferensiasi; *selling skills* belum diterapkan; tidak adanya strategi membangun *merk* atau *brand*; serta kurangnya mengembangkan saluran distribusi pemasaran. Dengan adanya masalah-masalah tersebut, Desa Tanjung Atap membutuhkan pendampingan mengenai Manajemen Pemasaran supaya memaksimalkan potensi kekayaan daerah sendiri. Hal inilah yang dilakukan oleh penulis dengan konsep pengabdian kepada masyarakat supaya UMKM Desa Tanjung Atap dapat bergerak maju dan menjawab tantangan global.

## PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN

Berdasarkan permasalahan di atas maka, pelatihan yang akan dilakukan yaitu menargetkan peserta dari Himpunan Pengusaha Mikro dan Kecil Indonesia DPC Ogan Ilir dan pengrajin purun desa Tanjung Atap. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 13 Agustus 2022 secara luring dengan total peserta sebanyak 25 orang. Kegiatan ini dimulai dengan sambutan dari Kepala Desa dan perwakilan tim Pengabdian Kepada Masyarakat untuk menjelaskan tujuan dan manfaat dan penyelenggaraan acara ini. Untuk materi yang disampaikan kepada peserta terdiri dari dua. Pertama, manajemen pemasaran kerajinan purun khas desa Tanjung Atap. Kedua yaitu Kreativitas, Inovasi, dan Digital Marketing dalam Berwirausaha.



Gambar 1. Pelatihan dan Pendampingan UMKM Desa Tanjung Atap

### EVALUASI

Kegiatan evaluasi dilakukan saat acara berlangsung dengan metode *eye breaking* memberikan pertanyaan sebelum dan sesudah pelatihan. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui pengetahuan peserta saat sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan.



Gambar 2. Evaluasi

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Tanjung Atap terletak di Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan. Desa Tanjung Atap memiliki luas wilayah 1.669 ha yang terletak pada ketinggian tempat 6-8 meter dari atas permukaan laut. Secara administratif, desa tanjung atap mempunyai batas wilayah dengan desa tanjung batu, tanjung batu seberang, tanjung atap barat, dan tanjung batu timur (Mulyana et al., 2017). Jumlah penduduk desa tanjung atap sebanyak 4.139 jiwa dengan mata pencaharian penduduk yang beragam dan akan dijelaskan pada Tabel 1, Tabel 1. Mata Pencaharian Masyarakat Desa Tanjung Atap

Jenis Mata Pencaharian	Jumlah (Orang)
------------------------	----------------

Petani	361
Kerajinan Kecil	44
Berdagang	190
PNS/TNI/POLRI/Pensiunan	98
Buruh/Sopir	175

Berdasarkan tabel di atas maka, masyarakat desa mayoritas bekerja sebagai petani dan berdagang. Kegiatan berdagang ini berkaitan erat dengan UMKM atau (Usaha Mikro Kecil Menengah). Sayangnya, telah sedikit masyarakat desa yang memanfaatkan potensi desa yaitu tanaman purun untuk menjadi mata pencaharian. Hal ini dikarenakan, metode penjualan dan produksi yang lakukan masih menggunakan cara yang tradisional sehingga dianggap untung yang didapatkan pun sedikit.

### GAMBARAN MASALAH YANG DIHADAPI PADA USAHA KERAJINAN PURUN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada masyarakat dan Aparatur Pemerintah Desa, daerah yang menjadi konsen penulis memiliki banyak sekali potensi usaha terutama bidang kerajinan purun. Namun, diketahui terdapat beberapa kendala dalam proses pelestarian dan berkembangnya suatu usaha. Contohnya yaitu UMKM kerajinan purun mengalami penurunan minat dikarenakan keuntungan yang didapatkan tidak sesuai dengan proses pembuatan Hal ini tentu menyebabkan masyarakat desa beralih profesi. Supaya lebih *detail*, permasalahan-permasalahan terkait penurunan minat mengembangkan kerajinan purun terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2. Permasalahan Manajemen Pemasaran Kerajinan Purun Desa Tanjung Atap

Permasalahan	Penjelasan
Belum ada <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> dalam penjualan	Penjualan hanya berfokus kepada wisatawan yang datang
Produk yang dihasilkan belum ada diferensiasi	Tidak ada modifikasi produk agar lebih menarik
Belum memiliki Selling Skills	Berjualan hanya menawarkan barang dagangan

	tanpa ada selling skills yang digunakan
Tidak mengetahui strategi membangun Merek atau Brand	Masih belum ada merek atau brand terhadap produk yang diproduksi
Kurang mengembangkan saluran distribusi pemasara	Belum ada penyaluran produk ke marketplace ataupun ke pasar swalayan dan sebagainya hanya melakukan penjualan di desa tersebut.

Berdasarkan masalah-masalah yang dihadapi oleh para pengrajin Desa Tanjung Atap, terlihat bahwa dari kerajinan tanaman purun sebenarnya desa tersebut memiliki potensi untuk berkembang. Namun, dengan rendahnya pengetahuan mengenai kewirausahaan membuat UMKM sulit untuk berkembang. Masalah yang paling utama yang dihadapi yaitu sulitnya masyarakat untuk membangun branding, merek, serta marketing secara digital sehingga nilai jual dari kerajinan tersebut meningkat. Dari permasalahan tersebut, pada intinya masyarakat desa sangat membutuhkan pendampingan dalam mengembangkan usaha kerajinan purun. Kegiatan pendampingan dapat dijadikan sebagai langkah atau upaya yang dapat mendukung kegiatan pengembangan UMKM untuk lebih maju sehingga tidak menutup kemungkinan dapat mempengaruhi ekonomi para pelaku UMKM (Bakhri dan Vuvut, 2020).

#### PENGABDIAN MASYARAKAT SEBAGAI BENTUK PENDAMPINGAN MANAJEMEN PEMASARAN

Pengabdian masyarakat dengan skema perkuliahan desa adalah sebuah pengabdian yang disetarakan dengan beban sks kuliah tertentu kurikulum program studi. Kegiatan ini memberikan ruang pada bapak-ibu dosen untuk memberikan mata kuliah yang sesuai dengan bidang keilmuannya dan juga yang relevan dengan kurikulum yang berlaku di program studi. Kemudian mahasiswa yang ikut serta dalam kegiatan pengabdian ini berperan sebagai anggota pembantu pelaksana yang nantinya juga akan mendapatkan pengakuan sks pada

mata kuliah yang relevan dengan pengabdian masyarakat ini.

Jika dilihat berdasarkan paparan analisis permasalahan di atas, kegiatan pengabdian ini berkaitan dengan mata kuliah kewirausahaan. Mata kuliah kewirausahaan merupakan mata kuliah yang mempelajari tentang bagaimana menjadi seorang wirausahawan yang memiliki gagasan serta dapat terus berinovasi mengikuti perubahan lingkungan yang kelak nantinya akan dapat membuka lapangan kerja bagi orang lain.



Gambar 3. Foto Bersama

Kegiatan pengabdian ini akan mengajak mahasiswa untuk melihat, membaca, serta menerapkan nilai-nilai kewirausahaan sehingga nantinya mahasiswa pengabdian masyarakat ini akan mampu untuk mempersiapkan diri menghadapi perkembangan ekonomi di Indonesia dengan langkah awal membantu memberikan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat Desa Tanjung Atap agar dapat berwirausaha yang mandiri sehingga UMKM akan mencapai tingkat kesejahteraan.

#### PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN MANAJEMEN PEMASARAN

Manajemen pemasaran merupakan proses manajerial yang didalamnya terdapat proses perencanaan, pengimplementasian, dan pengawasan atau monitoring dalam rangka mengendalikan kegiatan pemasaran pada suatu UMKM untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Aspek yang dibangun dalam mendukung kegiatan pemasaran:

#### KREATIVITAS

Kreativitas merupakan sebuah kemampuan untuk mengembangkan ide serta cara-cara baru untuk memecahkan suatu masalah. Dalam usaha pengembangan UMKM sikap kreatif merupakan sikap yang harus selalu ditanamkan dan dikembangkan oleh pelaku usaha sehingga usaha yang dijalani akan terus berkembang dan mendapatkan laba maksimal. Kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat pengrajin

purun Desa Tanjung Atap dapat dikatakan sudah mumpuni, hal ini dibuktikan dengan Gambar.1 yaitu tikar dan tas merupakan contoh produk kerajinan purun yang masing-masing memiliki nilai guna di kehidupan sehari-hari.



Gambar.1 Contoh Produk Kerajinan Purun Inovasi

Inovasi pada kegiatan pengembangan UMKM sangat penting untuk dilakukan demi bertahannya UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin maju. Pada dasarnya suatu inovasi dapat dilakukan dengan cara pengenalan atau perbaikan produk lama yang sudah ada menjadi produk yang lebih baik lagi sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Pada tahap ini, masyarakat pelaku UMKM kerajinan purun diberikan materi mengenai apa inovasi dan mengapa perlu dilakukannya inovasi baik dari segi jenis produk yang dihasilkan ataupun jenis pengemasan produk yang akan dipasarkan. Sehingga dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini, masyarakat pelaku UMKM kerajinan purun Desa Tanjung Atap dapat menginovasi produk yang dihasilkan tidak monoton dan dapat memenuhi kebutuhan pasar.

#### *DIGITAL MARKETING*

Di era kemajuan teknologi yang semakin pesat ini, kegiatan pemasaran dapat dilakukan secara digital atau melalui *e-commerce*. Pada kegiatan pelatihan dan pendampingan ini, masyarakat diajarkan dan dikenalkan dengan bagaimana cara mengembangkan usahanya melalui *e-commerce* seperti website, Shopee, Lazada dan lain sebagainya dengan tujuan agar jangkauan penjualan menjadi lebih luas dan hasil atau *omzet* akan yang lebih mudah untuk diukur. Berdasarkan hasil yang didapatkan di lapangan, masyarakat pengrajin purun Desa Tanjung Atap belum melakukan kegiatan pemasaran melalui *e-commerce*, dikarenakan minimnya pengetahuan mengenai digital marketing sehingga kegiatan pemasaran tidak terjangkau dengan luas.

#### EVALUASI KEGIATAN PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN MANAJEMEN PEMASARAN

Evaluasi ini dimaksudkan untuk menilai secara keseluruhan mengenai keberhasilan kegiatan pelatihan ini dengan cara melihat dari pemahaman dan antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan pelatihan ini. Cara yang dilakukan untuk mengukur pemahaman peserta pada materi yang telah disampaikan pada kegiatan pelatihan ini yaitu dengan memberikan *eye breaking*. *Eye Breaking* ini berlangsung di akhir acara dengan sistematis memberikan pertanyaan seputar materi kepelatihan ini kemudian peserta diberikan kebebasan untuk menilai apakah pernyataan tersebut benar atau salah.

Melihat jawaban dari para peserta kegiatan kepelatihan ini, dapat dikatakan bahwa lebih dari 80% peserta paham mengenai materi yang disampaikan pada kepelatihan ini, karena hampir semua peserta menjawab dengan benar atas pernyataan yang diberikan. Itu artinya telah terjadi peningkatan mengenai pengetahuan tentang manajemen pemasaran, kreativitas, inovasi, dan juga digital marketing.. Kemudian tingginya antusias peserta pada kegiatan tanya jawab juga menjadi salah satu bentuk keberhasilan dilakukannya kegiatan kepelatihan ini.

#### SOLUSI DARI PERMASALAHAN YANG DIHADAPI UMKM KERAJINAN PURUN DESA TANJUNG ATAP

Beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM Desa Tanjung Atap dalam usaha kerajinan purun yaitu belum adanya *segmenting, targeting, positioning* dalam penjualan artinya pada permasalahan ini penjualan hanya berfokus kepada wisatawan yang datang ke lokasi; kedua, produk yang dihasilkan belum ada diferensiasi artinya tidak ada modifikasi pada produk agar lebih menarik; ketiga, belum memiliki *selling skills* artinya selama ini sistem penjualan hanya menawarkan barang dagangan tanpa adanya *selling skills* yang digunakan; keempat, tidak mengetahui strategi dalam membangun *merek dan brand*, artinya produk yang dihasilkan tidak memiliki merek; dan yang kelima yaitu kurang mengembangkan saluran distribusi pemasaran, artinya pada UMKM ini belum ada penyaluran produk ke *marketplace* ataupun ke pasar swalayan dan sejenisnya. Berikut ini merupakan tabel permasalahan dan usulan solusi dari tim pengabdian pelatihan kepada UMKM di Desa Tanjung Atap:

#### RANCANGAN EVALUASI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dikatakan berhasil apabila pengrajin purun di Desa Tanjung Atap 80% peserta dalam kegiatan ini mengerti dan memahami tentang apa itu *segmenting, targeting, positioning*; membangun diferensiasi produk; *selling*

skills; strategi membangun merek/brand; memberikan pelayanan prima dan menangani keluhan pelanggan; dan distribusi pemasaran.

## KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengrajin purun tikus bidang manajemen pemasaran. Maka dari itu, pengabdian ini memberikan pelatihan kepada peserta melalui teknik dasar POAC atau *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*. Program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam beberapa tahap yaitu identifikasi permasalahan, perencanaan kegiatan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Proses identifikasi permasalahan dilakukan dengan teknik observasi dan wawancara para aparatur desa dan masyarakat setempat. Tim mendapatkan lima masalah utama yaitu penjual hanya fokus pada wisatawan yang datang, tidak ada modifikasi produk yang lebih menarik, berjualan tanpa *selling skills*, belum ada brand atau merek, serta belum terlaksana penyaluran produk ke marketplace atau ke pasar swalayan. Oleh karena itu, pelatihan dilakukan dengan memberikan materi tentang Manajemen Pemasaran berbasis POAC. Kemudian hasil evaluasi menunjukkan bahwa terdapat perbedaan hasil sebelum dan sesudah pelatihan sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan tentang manajemen pemasaran oleh peserta pelatihan di Desa Tanjung Atap.

## DAFTAR PUSTAKA

- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 73-85.  
<http://dx.doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- Mulyana, E., Purbiyanti, E., & Januarti, I. (2017). Analisis Pendapatan Petani Nanas di Desa Tanjung Atap Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir. *Jofsa*, 1(2), 56-99.  
<https://doi.org/10.25181/jofsa.v1i2.769>
- Solihin, D., Ahyani, Karolina, Pricilla, L., & Octaviani, I. S. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Umkm Di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *Jurnal Dedikasi PKM*, 2(3), 307-311.  
<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i3.10726>
- Sunardi, & Istikowati, W. T. (2012). Analisis Kandungan Kimia dan Sifat Serat Tnapan Purun Tikus (*Eleocharis dulcis*) Asal Kalimantan Selatan. *Jurnal Bioscientiae*, 9(2), 15-25.  
[10.20527/b.v9i2.3807](https://doi.org/10.20527/b.v9i2.3807)
- Suswandari, Absor, N. F., Tamimah, S., Faiz, Y., & Rahman, H. (2019). Menelisik Sejarah Perekonomian Kerajaan Sriwijaya Abad VII-XIII. *Jurnal Sejarah, Budaya, dan Pengajarannya*, 15(1), 91-97.  
[10.17977/um020v15i12021p91](https://doi.org/10.17977/um020v15i12021p91)
- Syafrizal, & Calam, A. (2019). Local Wisom: Eksistensi dan Degradasi Tinjauan Antropologi Sosial (Ekspolasi Kearifan Lokal Etnik Ocu di Kampar Riau). *Jurnal EduTech*, 5(2), 178-185.  
[10.30596/edutech.v5i2.3424](https://doi.org/10.30596/edutech.v5i2.3424)