

Penerapan Teknologi Produksi dan e-Commerce pada UKM Kerajinan Bambu di Lingkungan Paping, Banyuwangi



Ikhwanul Qiram¹, Charis Fathul Hadi², Hasyim As'ari³, Widie Nurmahmudy⁴

ikhwanul@unibabwi.ac.id¹, charis@unibabwi.ac.id², Hasyim.asari22@gmail.com³, widi.bfm@gmail.com⁴

Email Correspondence : ikhwanul@unibabwi.ac.id

¹Program Studi Teknik Mesin, Universitas PGRI Banyuwangi, jl. Ikan Tongkol 22 Kertosari, Banyuwangi, 68422, Indonesia

²Program Studi Teknik Elektro, Universitas PGRI Banyuwangi, jl. Ikan Tongkol 22 Kertosari, Banyuwangi, 68422, Indonesia

³Program Studi Biologi, Universitas PGRI Banyuwangi, jl. Ikan Tongkol 22 Kertosari, Banyuwangi, 68422, Indonesia

⁴Kampoeng Batara, Lingkungan Paping, RT 003, RW 002, Kelurahan Kalipuro, Banyuwangi

Abstract – Bamboo handicraft products are one of the leading tourism images for the Banyuwangi Regency Government. The application of production technology and marketing digitalization will have an impact on increasing the advantages of small and medium business units (SMEs). As one of the main centers for bamboo handicrafts in Banyuwangi Regency, Kampoeng Batara, Paping is an SME that has experienced the economic impact of the Covid-19 pandemic. This condition affects the sustainability of the partner's business. The identification results show that there is a decrease in market demand which makes partners experience a loss of turnover up to 80%. On the other hand, partners do not have market alternatives due to limited product types and knowledge of digital market management. The solutions implemented are increasing innovation and production efficiency through the application of production technology, and digital-based product marketing facilities. The method of implementing the community partnership program is in the form of applying lathe technology and the application of e-commerce web-based promotion and marketing technology. The results of the activity show that through lathe technology has added new product variations in the form of bowls, glasses, and crafts outside of the usual woven variations. Partners are also able to use e-commerce technology as a medium to introduce handicraft products and provide detailed information about the identity of SMEs which have an impact on increasing partner competitiveness.

Keyword: *Production technology, bamboo crafts, e-commerce, kampoeng batara*

1. PENDAHULUAN

Keberadaan industri kerajinan bambu di Kabupaten Banyuwangi memiliki potensi yang sangat besar. Ketersediaan tanaman bambu yang melimpah telah dimanfaatkan oleh para pengerajin menjadi produk serbaguna. Keahlian pengerajin bambu bagi sebagian masyarakat Banyuwangi telah ditekuni sejak lama dan warisan turun-temurun [1]. Produk kerajinan anyaman bambu di Kabupaten Banyuwangi tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan pasar domestik namun juga pasar internasional, seperti pasar Malaysia, Singapura, dan Brunai Darussalam [2]. Kerajinan bambu telah menjadi citra identitas dalam strategi promosi

wisata oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi [3]. Hal ini menunjukkan bahwa kerajinan bambu di Kabupaten Banyuwangi berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut.

UKM Kampung Paping, Kelurahan Kalipuro, merupakan salah satu dari 8 klaster utama industri kerajinan bambu di Kabupaten Banyuwangi. Nama Paping merupakan istilah yang berarti "Panggonane Pring" (tempatnya bambu). Lingkungan Paping berjarak 15 km dari kota Banyuwangi, serta memiliki topografi yang sedikit curam pada ketinggian 1000 m.dpl [4]. Keberadaan tanaman bambu telah menjadi sumber pendapatan utama masyarakat lingkungan Paping. Melalui

program pemberdayaan masyarakat bersama Perhutani KPH Banyuwangi Utara, masyarakat diberi keleluasaan untuk mengolah lahan seluas 2,8 Ha sebagai kawasan konservasi hutan bambu. Jenis tanaman bambu yang dikembangkan meliputi tanaman bambu batu, apus, petung, ampel, ori dan sebagainya. Tanaman bambu yang tersedia sangat mencukupi kebutuhan bahan produksi seperti anyaman besek, gedeg (dinding bambu), tas, topi hingga bahan material bangunan [5].

UKM Kampung Papring yang dirintis oleh Sdr. Widie Nurmahmudy didirikan pada tahun 2011 dengan keanggotaan sejumlah 20 orang. Tujuan pembentukan UKM ini selain sebagai upaya pemberdayaan juga untuk mempertahankan tradisi pembuatan anyaman yang telah ada sejak lama dan secara turun temurun telah menjadi aktifitas ekonomi warga Papring. Sasaran konsumen UKM ini adalah sektor industri dan pariwisata lokal. Sebelum pandemi Covid-19, tercatat produktifitas kerajinan anyaman bambu pada UKM ini mencapai 7.000-8.500 unit dengan omset rata-rata 30-35 juta/bln. Omset akan meningkat terutama di musim panen ikan dan kunjungan wisatawan saat libur sekolah. Setelah kebijakan pembatasan masyarakat di masa pandemi Covid-19 diterapkan, masyarakat pengerajin terpaksa harus membatasi produksi karena serapan pasar yang rendah. Sejumlah industri makanan dan tempat wisata yang menjadi konsumen utama terpaksa harus menghentikan pesanan karena aktifitas usaha yang harus ditutup selama pandemi. Kondisi ini menyebabkan sejumlah stok barang yang ada terpaksa harus ditumpuk digudang karena tidak ada distribusi. Saat yang sama kerugian terus meningkat karena faktor kerusakan produk akibat penyimpanan yang terlalu lama sehingga produk terpaksa dijual dengan harga dibawah rata-rata kondisi normal.

Masyarakat pengerajin bambu lingkungan Papring sebenarnya telah menerima beberapa program pelatihan yang diadakan oleh Pemerintah Daerah maupun swasta. Akan tetapi pelatihan yang diberikan masih terbatas pada kreasi anyaman bambu. Sedangkan untuk membuat satu kerajinan anyaman saja membutuhkan waktu relatif lama serta harus melewati proses perlakuan yang cukup panjang. Kondisi ini sangat berpengaruh terhadap kemampuan daya produksi dan peminatan konsumen. Sementara itu tuntutan pasar selalu menginginkan adanya kreatifitas produk yang terus berkembang baik dari segi desain maupun

diversifikasi produk [6]. Tercatat tidak lebih dari 20% pengerajin bambu pada UKM Kampung Papring yang mampu membuat kreasi produk kerajinan seperti tempat tisu, tas, kop lampu dan produk kerajinan lainnya. Minimnya peralatan dan modal usaha menjadi faktor penyebab utama inovasi dan keratifitas produk UKM sulit untuk berkembang.

Selain aspek teknologi produksi, pola pemasaran produk yang dijalankan mitra sebagian besar hanya didasari atas pesanan dan promosi dari toko ke- toko dan mulut-ke-mulut. Cakupan area pemasaran produk masih terbatas di wilayah Banyuwangi dan sekitarnya, sementara potensi pasar masih sangat terbuka. Rendahnya pendidikan masyarakat dan tidak tersedianya teknologi penunjang menjadi kendala untuk mengembangkan pemasaran melalui jaringan media sosial ataupun platform digital dan web e-commerce. Disisi lain dengan penerapan strategi pemasaran dengan melalui *e-commerce* mampu menopang strategi diseminasi produk yang berdampak pada kesempatan pasar yang lebih luas baik pada pasar domestik maupun ekspor [7][8]. Teknologi *e-commerce* juga mampu menekan biaya promosi karena produsen dan pelanggan dapat berkomunikasi dan melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun.

Pengembangan inovasi dan kreatifitas produk UKM Kampung Papring dapat dilakukan melalui pengembangan TTG penunjang produksi berupa mesin bubut. Pada prinsipnya, mesin bubut bambu berfungsi sebagai mesin penyayat yang juga dapat dikombinasikan sebagai fungsi *drilling* dan *Boring* [9]. Penggunaan mesin bubut akan menunjang terhadap daya kreatifitas pengerajin dalam menciptakan jenis produk baru. Beberapa produk kerajinan seperti peralatan makan berupa gelas, tumbler, mangkuk dan sebagainya akan membutuhkan waktu yang cukup lama jika menggunakan peralatan manual. Dengan pemanfaatan teknologi mesin bubut tentunya waktu produksi dapat lebih singkat dengan jumlah produk yang dikreasikan jauh lebih banyak dari sekedar anyaman. Disisi lain peluang permintaan produk seperti peralatan makan sedang menjadi tren yang diminati dipasaran. Selain itu strategi inovasi produk ini selaras dengan konsep *green material*, dimana hampir seluruh *resort*, hotel dan restoran di Banyuwangi, pulau Bali atau daerah lainnya menjadikan produk berbahan alam sebagai bagian

strategi promosi pariwisata. Kegiatan ini tentunya dapat menjadi peluang dalam meningkatkan keunggulan bersaing mitra dalam pengembangan dan pemasaran produknya di masa yang akan datang [10],[11],[12].

2. ANALISIS SITUASI

Berdasarkan hasil identifikasi pra-pengabdian [13], dapat dijelaskan secara singkat analisis situasi UKM Pengerajin Bambu tersebut, dapat dipetakan bersama mitra bahwa masalah yang menjadi prioritas antara lain aspek teknologi produksi dan aspek teknologi pemasaran. Aspek permasalahan yang dialami mitra dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Proses produksi masih dilakukan secara manual menggunakan peralatan sederhana. Mitra hanya memiliki 1 mesin irat bambu. Hal ini berpengaruh pada daya keratifitas produk hanya terbatas pada kerajinan anyaman saja. Disisi lain proses produksi anyaman juga membutuhkan waktu relatif lama dan menjadi permasalahan ketika menerima pesanan dalam jumlah banyak.
2. Sistem pemasaran yang dilakukan selama ini masih secara tradisional melalui toko atau dari mulut-ke-mulut sehingga mitra mengalami kesulitan mengenalkan produk lebih luas. Disamping itu mitra juga tidak mendapatkan *feedback* terhadap produk yang mereka jual apakah sudah sesuai dengan selera serta kebutuhan konsumen.

3. SOLUSI DAN LUARAN

Adapun gambaran prioritas pemmasalahan dan solusi yang ditawarkan kepada mitra adalah sebagai berikut.

Dari deskripsi di atas maka luaran yang diharapkan dari masing-masing solusi yang diberikan pada mitra dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 1. Prioritas permasalahan dan solusi yang ditawarkan pada mitra.

Prioritas Pemasalahan	Solusi
Aspek teknologi	1. Pengembangan teknologi penunjang produksi berupa

penunjang produksi mesin bubut bambu untuk meningkatkan kreatifitas pengerajin

2. Pelatihan inovasi produk meliputi pembuatan peralatan makan dan rumah tangga. Pemberian materi dan praktik didampingi oleh instruktur yang telah berpengalaman.

Teknologi pemasaran Pengembangan media promosi dan pemasaran berbasis web e-commerce.

4. METODE KEGIATAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat UKM Kampoeng Batara papring mengikuti tahapan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahap pelaksanaan program pengabdian

Pihak mitra yang terlibat dalam kegiatan program kemitraan masyarakat (PKM) ini diantaranya UKM Kampung Paping yang diketuai oleh Sdr. Widie beserta 20 anggota kelompoknya. Tim dosen pelaksana dan mahasiswa dengan keilmuan yang mendukung program PKM yang terdiri dari Program Studi Teknik Mesin, Biologi dan Teknik elektro. Kegiatan juga didukung tim ahli dan pembantu lapang untuk mendukung pelaksanaan program yang dilakukan bersama mitra.

Selain membuat perancangan kebutuhan teknologi, kegiatan pengabdian juga ditunjang dengan pelatihan keterampilan penggunaan teknologi. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada bulan Juli 2022 yang berlokasi di auditorium rumah bambu lingkungan Paping. Kegiatan di ikuti 15 orang pengerajin yang berasal dari lingkungan Paping dan terdaftar sebagai keanggotaan UKM.

Pelatihan didampingi oleh narasumber yang berpengalaman dalam penggunaan alat dengan mengacu pada kurikulum pembelajaran yang dituangkan dalam gambar sebagai berikut.



Gambar 2. Komponen materi pelatihan kerajinan bambu UKM Kampoeng Batara

5. KESIMPULAN

Hasil kegiatan telah memberikan dampak terhadap peningkatan keterampilan dan kreatifitas penciptaan produk kerajinan mitra. Penambahan produk telah mendorong UKM untuk memiliki daya saing terhadap pasar *offline* maupun online. Dengan teknologi *e-commerce*, mitra mampu memonitoring tingkat kunjungan dan berkomunikasi langsung dengan konsumen. Penerapan teknologi produksi dan *web e-commerce* secara langsung berdampak pada omset dan kesejahteraan bagi masyarakat adat pengerajin bambu lingkungan Papring, Banyuwangi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kemdikbudristek program PKM-K T.A 2022 yang telah mendukung kegiatan pemberdayaan ini. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada LPPM Universitas PGRI Banyuwangi atas fasilitas dan perannya untuk mensukseskan program pengabdian ini. Selanjutnya juga disampaikan terima kasih kepada segenap Masyarakat Kampoeng Batara yang telah terlibat dan mendukung kegiatan ini sepenuhnya.

REFERENSI

- [1] S. Munawaroh, "Profil Etos Kerja Pengrajin Bambu Di Desa Gintangan Banyuwangi," *Walasuji J. Sej. dan Budaya*, vol. 7, no. 1, pp. 211–228, 2020, doi: 10.36869/wjsb.v7i1.97.
- [2] Bappeda Kab. Banyuwangi, "Kluster Industri," Banyuwangi, 2017. [Online]. Available: [https://bappeda.banyuwangikab.go.id/assets/file_doc/doc/Kluster Industri.pdf](https://bappeda.banyuwangikab.go.id/assets/file_doc/doc/Kluster%20Industri.pdf)
- [3] C. Betari Avinda, I. N. Sudiarta, and N. M. Oka Karini, "Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata)," *J. IPTA*, vol. 4, no. 1, p. 55, 2016, doi: 10.24843/ipta.2016.v04.i01.p10.
- [4] J. C. A. W. Putu Ngurah Rusmawan, Auda Nuril Zazilah, "Bimbingan Teknis Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Promosi Rumah Kreatif untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan," *J. Abdidas*, vol. 2, no. 2, pp. 273–279, 2021, [Online]. Available: <http://abdidas.org/index.php/abdidas>
- [5] Ratna Wijayanti Daniar Paramita, *Manajemen Industri Kreatif: Bahan Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa*. Lumajang: Widya Gama Press, 2021.
- [6] D. Hermanuadi and R. Putra, "Implementation Of Financial And Production Technology In," *J. Pengabd. Masy. J-DINAMIKA*, vol. 5, no. 2, pp. 149–157, 2020.
- [7] M. A. Prasnowo and K. Hidayat, "Kajian Pemberdayaan Masyarakat Dengan Teknologi Tepat Guna (Produksi Olahan Bambu)," *Semin. Nas. Ind. Madura*, no. March, 2017, doi: 10.31219/osf.io/kcj6f.
- [8] S. Susilo, M. S. Kistiyanto, R. Hartono, and N. Insani, "Kedampul Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang," *J. Praksis dan Dedik. Sos. [JPDS]*, vol. 2, no. 1, pp. 36–46, 2019, [Online]. Available: file:///C:/Users/ASUS/AppData/Local/Temp/Pendampingan_Industri_Lokal_Anyaman_Bambu_Untuk_Me.pdf
- [9] Imam Romdoni Nawawi, "Perencanaan Dan Pembuatan Mesin Bubut Kayu Dalam Mempercepat Proses Produksi," Ponorogo, 1375. [Online]. Available: <eprints.umpo.ac.id/2840/8/ARTIKEL.pdf>

- [10] A. Wardhana, “Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia,” in *In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV*, 2015, no. April 2015, pp. 327–337.
- [11] D. Agustine, V. S. Windyasari, and F. Rismaningsih, “Pelatihan Pemasaran Online Kerajinan Anyaman Bambu Desa Rancagong,” *J. Pengabd. Masy. Tek.*, vol. Volume, 3, pp. 63–64, 2021, doi: 10.24853/jpmt.3.2.57-64.
- [12] I. P. D. Lesmana, B. Widiawan, and D. R. Hartadi, “Pengembangan Pemasaran Online Kerajinan Anyaman Bambu Antirogo Jember Melalui Media Internet,” *J. Bakti Masy. Indones.*, vol. 1, no. 1, pp. 17–24, 2018.
- [13] I. Qiram, “Identification and Implementation Strategy for Strengthening Bamboo Craft Industry in Papring Village Identification and Implementation Strategy for Strengthening Bamboo Craft Industry in Papring Village, Banyuwangi,” vol. 3, no. 2, pp. 491–500, 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.36526/gandrung.v3i2.1949>