

**NILAI EKONOMI KERAJINAN ANYAMAN BAMBU DESA
PAKEM GEBANG DAN PROSPEK PEMASARAN**



**Disusun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Strata I
pada Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

Oleh :
FIRSTY PRESGANACHYA
A210170031

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

**NILAI EKONOMI KERAJINAN ANYAMAN BAMBU DESA PAKEM
GEBANG DAN PROSPEK PEMASARAN**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :
FIRSTY PRESKANACHYA
A210170031

Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji oleh:

Surakarta, 18 Januari 2022
Dosen Pembimbing



Dr. Djalal Fuadi, M.M.
NIDN. 0630108301




HALAMAN PENGESAHAN

**NILAI EKONOMI KERAJINAN ANYAMAN BAMBU DESA PAKEM GEBANG DAN
PROSPEK PEMASARAN**

OLEH
FIRSTY PRSGANACHYA
A210170031

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Selasa, 18 Januari 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.


Dewan Penguji :

1. Dr. Djalal, M.M
(Ketua Dewan Penguji) 
2. Dr. Suyatmini, S.E., M.Si
(Anggota I Dewan Penguji) 
3. Titik Ulfatun, S.Pd., M.Ed
(Anggota II Dewan Penguji) 

Surakarta, 18 Januari 2022
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan,




Prof. Dr. Sutama, M.Pd.
NIDN. 0007016002

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 18 Januari 2022
Yang membuat pernyataan,



Firsty Presganachya
NIM. A210170031

NILAI EKONOMI KERAJINAN ANYAMAN BAMBU DESA PAKEM GEBANG DAN PROSPEK PEMASARAN

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan nilai dan prospek pemasaran kerajinan anyaman bambu dari Desa Pakem Gebang dalam meningkatkan kreatifitas anyaman bambu agar daya jual lebih bersaing. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Subyek penelitiannya adalah pengrajin dan pengepul anyaman bambu di Desa Pakem Gebang. Objek penelitiannya adalah nilai ekonomi dan prospek pemasaran kerajinan anyaman bambu Desa Pakem Gebang. Teknik pengumpulan data di lakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengrajin kerajinan bambu di Desa Pakem Gebang rata-rata adalah seorang Ibu Rumah Tangga. Meskipun sebagai penghasilan sampingan, namun memiliki efek positif dalam mencukupi kebutuhan ekonomi keluarga. Satu orang pengrajin di Desa Pakem Gebang, mampu memproduksi besek sebanyak 10.920 pasang dalam setahun, hal tersebut berarti kapasitas produksi pengrajin Desa Pakem Gebang cukup tinggi dan dapat bersaing dengan wilayah lain di Indonesia. Pemasaran produk kerajinan besek di Desa Pakem Gebang dilakukan langsung oleh pengepul. Pengepul secara langsung mengambil produk besek dari para pengrajin setiap seminggu sekali. Sistem tersebut lebih efektif daripada pengrajin menjual langsung ke pasar. Pengepul mengambil semua besek dari pengrajin dengan harga yang sama, dikarenakan kualitas produk yang dihasilkan sama bagusnya. Untuk beberapa produk besek yang ditemukan memiliki kualitas dibawah standar atau ada cacat produk maka akan dihargai lebih rendah dari harga biasanya. Prospek pemasaran kerajinan anyaman bambu Desa Pakem Gebang dapat ditingkatkan melalui *digital marketing* (website, media sosial, *marketplace*) agar penjualan meningkat, dimana pemasaran sebelumnya hanya dilakukan oleh pengepul saja dengan cara promosi, iklan dan pembuatan logo yang menarik.

Kata kunci : Nilai Ekonomi, Kerajinan Anyaman Bambu, Prospek Pemasaran

Abstract

This study aims to describe the value and marketing prospects of woven bamboo handicrafts from Pakem Gebang Village in increasing the creativity of woven bamboo so that their selling power is more competitive. The type of research used is qualitative with a descriptive approach. The research subjects are woven bamboo craftsmen and collectors in Pakem Gebang Village. The object of the research is the economic value and marketing prospects of woven bamboo handicrafts in Pakem Gebang Village. Data collection techniques are interviews, observations, and documentation. To ensure the validity of the data, the researcher

used triangulation technique. The data analysis technique uses data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions or verification. The results of this study indicate that the average bamboo craftsman in Pakem Gebang Village is a housewife. Even though it is a side income, it has a positive effect in meeting the economic needs of the family. One craftsman in Pakem Gebang Village, is able to produce 10,920 pairs of besek in a year, this means that the production capacity of Pakem Gebang Village craftsmen is quite high and can compete with other regions in Indonesia. Marketing of besek handicraft products in Pakem Gebang Village is carried out directly by collectors. Collectors directly take besek products from the craftsmen once a week. The system is more effective than craftsmen selling directly to the market. The collectors take all the besek from the craftsmen at the same price, because the quality of the products produced is equally good. For some besek products that are found to have substandard quality or there are product defects, they will be priced lower than the usual price. Marketing prospects for woven bamboo handicrafts in Pakem Gebang Village can be increased through digital marketing (website, social media, marketplace) so that sales increase, where previously marketing was only done by collectors by means of promotions, advertisements and making attractive logos.

Keywords: Economic Value, Bamboo Woven Crafts, Marketing Prospects

1. PENDAHULUAN

Desa Pakem mempunyai potensi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat yaitu kerajinan anyaman. Kerajinan anyaman yang ada di Desa Pakem merupakan wujud budaya yang ditinggalkan secara turun-temurun. Kerajinan anyaman ini berbahan dasar dari bambu yang diubah menjadi sebuah karya tangan dengan nilai estetika yang ternilai harganya di tangan orang-orang yang terampil dan kreatif. Kerajinan tangan anyaman bambu ini adalah hasil olahan dari bambu yang sudah kering kemudian diolah menjadi benda yang memiliki nilai jual. Kerajinan tangan anyaman bambu ini merupakan kegiatan wirausaha dari UMKM masyarakat Desa Pakem.

Bambu merupakan salah satu hasil hutan bukan kayu (HHBK) yang sangat penting, perlu dikembangkan, dan berpotensi untuk berbagai kegunaan dan sumber pendapatan masyarakat. Bambu tidak hanya diperlukan untuk kerajinan tangan, tetapi juga untuk kebutuhan rumah tangga, seperti bahan makanan (rebung atau rebung), bahan industri, dan bahan bangunan. Sumber daya bambu yang melimpah di Indonesia dapat mendorong kemungkinan pemanfaatan bambu untuk menggantikan bahan baku tradisional (dalam hal ini kayu), yang saat ini sedang

menurun (Iqbal *et al.*, 2014). Kerajinan anyaman dari bambu antara lain keranjang ikan, tikar dan tali rafia.

Pada bidang produksi, cara kerja kerajinan tradisional kurang kompetitif dibandingkan dengan teknik produksi industri modern yang lebih cepat, akurat dan terstandarisasi. Dari segi produk, produk kerajinan tradisional tersingkir oleh produk industri modern, sedangkan produk industri modern dianggap lebih murah dan lebih higienis. Dalam bidang distribusi dan konsumsi, pendistribusian hasil kerajinan tradisional dilakukan oleh pengrajin sendiri dalam lingkungan yang terbatas, dan konsumen seringkali menganggap kerajinan tangan sebagai produk kuno. Seni kerajinan tradisional yang bisa berkembang dinamis di tengah masifnya industri modern adalah seni kerajinan yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan peka terhadap selera zaman (I Wayan Sudana & Sang Putu Sumardika, 2020).

Sebaliknya, seni kerajinan yang tidak adaptif terhadap perkembangan teknologi terancam punah dan sebagian lainnya hanya mampu bertahan karena memiliki potensi dan keunggulan tertentu. Menurut Fibriyanti *et al.*, (2020) Kerajinan anyaman bambu banyak digunakan sebagai alat rumah tangga sehari-hari. Umumnya proses menganyam bambu diolah dengan alat-alat sederhana seperti pisau potong, pisau penipis, tang dan tang berbutir bulat, yang membutuhkan kreativitas, pemikiran, perasaan, pemikiran, dan pengerjaan yang tinggi.

Oleh karena itu, jika kita melihat proses menganyam bambu dari segi ekonomi, tujuannya adalah untuk mensejahterakan manusia dalam arti semakin meningkatnya martabat kehidupan manusia. Untuk mempermudah, dari segi ekonomi, beberapa penyederhanaan telah dilakukan agar peningkatan kesejahteraan dari segi materi (uang) dapat diukur. Jika menilai keekonomian kerajinan anyaman bambu, artinya nilai ekonomis adalah kriteria atau prinsip, dan tolak ukur setiap permasalahan dalam kehidupan. Dalam praktiknya, sulit untuk memperoleh nilai ekonomi yang pasti, dan nilai ekonomi tersebut dapat diperkirakan melalui berbagai cara. Kemudian gunakan metode harga ini untuk

memperkirakan jumlah permintaan, pendapatan, atau surplus konsumen (Azwar dalam Bahari, 2014).

Masih terdapat berbagai kendala dalam pengembangan industri bambu di Desa Pakham, sehingga dari sisi permintaan pasar, tingkat keberlanjutan industri bambu setiap tahunnya tidak mengalami peningkatan. Pengrajin tidak terorganisir, dan seringkali sulit bagi mereka untuk mendapatkan suntikan modal ketika pesanan meningkat dan/ atau pasar yang lebih luas akan diperluas. Oleh karena itu, pemasaran dilakukan secara tradisional dan personal. Pemasarannya masih terkonsentrasi di pasar sekitar, dan belum merambah pasokan barang di daerah luar.

Pemasaran berbasis jaringan adalah pangsa pasar target lintas regional dari produk-produk terbaru. Dengan menggunakan berbagai media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter dan media lainnya. Pelatihan inovasi bambu bertujuan untuk melatih pengrajin berinovasi dengan membuat produk keluaran yang tidak hanya monoton. Tapi mereka juga bisa membuat produk berkualitas yang lebih kreatif dan praktis, seperti keranjang buah, tas, vas, bahkan furnitur. Hal ini tidak terlepas dari peran aktif pemerintah dalam memberdayakan industri kerajinan bambu melalui rencananya (Malihah & Achiria, 2019).

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2016:9) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang bersifat alamiah, dan hasil penelitiannya lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi. Metode kualitatif dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna yaitu data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang nampak.

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan *focus group discussion*, pendekatan deskriptif merupakan metode dasar dalam penelitian kualitatif. Ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena yang ada baik yang bersifat alamiah maupun bersifat rekayasa. Peneliti mengambil jenis

penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, karena penelitian ini berupaya untuk memperoleh deskriptif mengenai nilai ekonomi dan prospek pemasaran kerajinan anyaman bambu Desa Pakem Gebang.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Pakem Kecamatan Gebang, Purworejo, Jawa Tengah. Alasan pemilihan lokasi penelitian Desa Pakem Kecamatan Gebang, Purworejo, Jawa Tengah dikarenakan banyaknya potensi kerajinan anyaman bambu yang memiliki nilai jual tinggi dan lokasi penelitian berdekatan dengan domisili peneliti. Sedangkan untuk waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Mei 2021 sampai dengan selesai.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif, data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka (Sugiyono, 2016). Beberapa aspek yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu, meliputi : letak geografis objek, visi misi, struktur organisasi, keadaan objek penelitian, keadaan pengrajin anyaman bambu, sarana dan prasarana pengrajin anyaman bambu serta pelaksanaan pemasaran produk anyaman bambu di Desa Pakem Gebang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan kondisi lapangan serta kebutuhan dalam pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu: wawancara dan dokumentasi. Pengujian keabsahan data hasil penelitian dilakukan melalui pengecekan, pemeriksaan, hal ini sebagaimana dikemukakan oleh (Moleong, 2013) “merupakan tahapan pemeriksaan keabsahan data hasil penelitian untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut“. Keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik Triangulasi, adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau pembanding terhadap data tersebut. Cara triangulasi yang dilakukan peneliti, adalah triangulasi sumber.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif non statistik, dimana komponen reduksi data, dan sajian data dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data setelah data terkumpul maka, tiga komponen analisis (reduksi

data, sajian data, penarikan kesimpulan) berinteraksi. Ini untuk menjawab permasalahan pertama dari penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara dilakukan dengan 3 orang responden selaku pengrajin dan seorang responden sebagai pengepul. Wawancara untuk pengrajin dilakukan pada tanggal 04 November 2021 sedangkan wawancara pengepul dilakukan pada tanggal 08 November 2021.

3.1 Nilai Ekonomi Kerajinan Bambu Desa Pakem Gebang

Hasil produksi besek dari kerajinan bambu dijual dengan harga yang bervariasi tergantung ukuran besek yang dihasilkan. Besek yang diproduksi mengikuti ukuran standar besek yang dijual di pasaran, dari ukuran paling kecil 10 x 10 cm dan yang paling besar berukuran 25 x 25 cm. Berdasarkan hasil wawancara harga jual besek berbanding lurus dengan ukuran besek. Semakin besar ukuran besek maka harga jualnya ke tengkulak juga akan semakin tinggi. Terdapat 4 jenis ukuran besek yang dijual kepada tengkulak. Perhitungan harga besek dihitung per pasang karena setiap penggunaan besek nantinya terdiri dari dua pcs besek (satu pcs besek untuk bagian bawah dan satu pcs lainnya untuk bagian atas atau sebagai tutup). Penggunaan bahan baku dari satu batang bambu menghasilkan jumlah produksi yang berbeda, tergantung ukuran yang dihasilkan. Ukuran besek terkecil 10 x 10 cm memerlukan satu batang bambu untuk menghasilkan 80 pasang besek. Sedangkan ukuran terbesar 25 x 25 cm memerlukan satu batang bambu untuk menghasilkan 20 pasang besek.

Tabel 1. Perhitungan Nilai Ekonomi (NE) Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK)

Jenis Besek	Total Pengambilan Bambu Setahun	Hasil Produksi Besek Per Batang	Harga Besek Per Pasang	Nilai Ekonomi HHBK (Rupiah)
Pakan 4	336	80	1.000 / pasang	26.880.000
Pakan 6		60	1.400 / pasang	28.224.000
Pakan 8		40	2.000 / pasang	26.880.000
Pakan 10		20	2.500 / pasang	16.800.000

Nilai Ekonomi produk besek (NE) HHBK di Desa Pakem Gebang untuk seorang pengrajin berkisar antara Rp. 16.800.000 – Rp. 26.880.000 tergantung ukuran dari besek yang dibuat. Semakin besar diameter besek yang dibuat oleh pengrajin tidak bisa menjadi acuan nilai HHBKnya semakin besar. NE HHBK tertinggi terdapat pada jenis besek pakan 6 (diameter 15 x 15 cm), sedangkan NE HHBK terendah terdapat pada jenis pakan 10 (diameter 25 x 25 cm). Sehingga dapat disimpulkan bahwa NE HHBK optimal terdapat pada ukuran pakan 6, selain pembuatannya yang tidak memerlukan waktu lama, jenis tersebut dapat digunakan untuk membuat lebih banyak besek dari bahan berupda satub batang bambu. Pendekatan NE secara langsung terhadap semua komponen yang dibutuhkan untuk produksi kerajinan yang diambil dari sumber daya alam bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang peranan positif dari sumber daya alam untuk masyarakat sekitar. Selain itu sumber daya alam memberikan manfaat secara nyata untuk meningkatkan ekonomi atau taraf hidup masyarakat (Sihombing, 2011). Bambu yang diambil merupakan hasil dari perkebunan masing-masing sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya untuk membeli bahan baku.

Apabila dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iqbal *et al* (2014) terkait kerajinan bambu di Kecamatan Sajira, Kabupaten Lebak yang memiliki jumlah produksi tampah sebesar 20.730 unit dalam setahun untuk sekelompok pengrajin di wilayah tersebut. Sedangkan di Desa Pakem Gebang, untuk satu orang pengrajin saja mampu memproduksi besek sebanyak 10.920 pasang dalam setahun, hal tersebut berarti kapasitas produksi pengrajin Desa Pakem Gebang cukup tinggi dan dapat bersaing dengan wilayah lain di Indonesia.

3.2 Prospek Pemasaran Kerajinan Bambu Desa Pakem Gebang

Pemasaran produk kerajinan besek di Desa Pakem Gebang dilakukan langsung oleh pengepul. Pengepul secara langsung mengambil produk besek dari para pengrajin setiap seminggu sekali. Sistem tersebut lebih efektif daripada pengrajin menjual langsung ke pasar. Pengepul mengambil semua besek dari pengrajin dengan harga yang sama, dikarenakan kualitas produk yang dihasilkan sama bagusnya. Untuk beberapa produk besek yang ditemukan memiliki kualitas

dibawah standar atau ada cacat produk maka akan dihargai lebih rendah dari harga biasanya. Berikut merupakan tabel yang menampilkan list harga produk besek yang dibeli oleh pengepul:

Tabel 2. Harga Beli dan Harga Jual dari Pengepul

No	Nama Jenis Besek	Ukuran (Cm)	Harga Beli (Rupiah)	Harga Jual (Rupiah)
1	Pakan 4	10 x 10	1.000 / pasang	1.200 / pasang
2	Pakan 6	15 x 15	1.400 / pasang	1.600 / pasang
3	Pakan 8	20 x 20	2.000 / pasang	2.200 / pasang
4	Pakan 10	25 x 25	2.500 / pasang	2.700 / pasang

Berdasarkan hasil wawancara, setiap minggunya pengepul mampu mendistribusikan 2.000 – 2.500 pasang besek yang terdiri dari semua ukuran, mulai dari jenis pakan 4 – 10. Hal tersebut berarti dalam sebulan pengepul mampu mendistribusikan sekitar 8.000 – 10.000 pasang besek. Besek dari pengrajin sudah dikemas secara rapi dan diikat menggunakan serat bambu yang dipotong tipis, sehingga pengepul tinggal mengambil ke pengrajin dan siap mendistribusikan besek ke pengepul atau tengkulak yang lebih besar. Dari hasil penjualan besek, setiap minggunya pengepul berhasil meraup profit / untung bersih sekitar Rp. 400.000 – Rp. 500.000 tergantung dari jumlah besek yang dihasilkan pengrajin. Hal tersebut berarti dalam sebulan pengepul bisa meraup untung penjualan besek sebesar Rp. 1.600.000 – Rp. 2.000.000 dari pengrajin di Desa Pakem Gebang.

Strategi pemasaran yang dilakukan saat ini sudah cukup baik, namun perlu ditingkatkan lagi metode dan strategi lain supaya mendapatkan orderan besek dengan jumlah yang lebih besar. Sistem pemasaran saat ini masih terkendala dengan belum adanya produksi dari pengrajin dengan jumlah yang lebih besar. Ketika permintaan pasar meningkat, pengepul harus bilang terlebih dahulu kepada pengrajin untuk membuat produk lebih banyak lagi dalam waktu yang ditentukan, karena saat ini belum ada stok besek untuk keperluan penjualan. Hal tersebut terjadi karena besek yang diproduksi secara terbatas kemudian dibeli oleh pengepul, langsung diborong habis oleh pengebul yang lebih besar. Pemasaran yang dinilai cukup efektif dan efisien di era serba modern ini adalah dengan memanfaatkan *digital marketing*. *Digital marketing* secara sederhana dapat

diartikan dengan sistem penjualan produk yang sebelumnya *offline* dialihkan menjadi *online* dengan memanfaatkan internet (Pradiani, 2018).

3.3 Prospek Kerajinan Bambu Desa Pakem Gebang

Kerajinan bambu Desa Pakem Gebang saat ini hanya dapat menghasilkan produk besek, belum ada pengembangan atau inovasi untuk membuat produk lain. Keterbatasan tersebut disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya adalah beberapa pengrajin belum memiliki keahlian spesifik untuk membuat produk anyaman lain dan pengrajin terkendala dalam hal pemasaran produk inovasi kerajinan karena belum adanya wadah atau program pemerintah yang menaunginya.

Menurut penelitian Khikmah *et al* (2017) produk inovasi dari kerajinan bambu yang mudah untuk dibuat dan menjawab kebutuhan pasar adalah keranjang pindang, keranjang buah, tempat tissue kecil dan piring makan. Perlu diadakan pelatihan oleh instansi tertentu atau lembaga pemerintahan yang mencakup ketrampilan dan edukasi terhadap pembuatan produk kerajinan inovasi. Pelatihan pembuatan kerajinan inovasi dapat dilakukan dengan sosialisasi lalu dilanjutkan dengan pelatihan terpadu. Pelatihan pembuatan produk dilakukan secara rutin dan berkelanjutan supaya hasil yang diperoleh menjadi maksimal. Setelah mampu membuat produk inovasi dengan baik, langkah selanjutnya adalah pelatihan pembukuan dan pemasaran. Pentingnya peran pembukuan adalah pemasukan dan pengeluaran produk yang dihasilkan dapat dihitung secara rinci dan detail. Sedangkan untuk pemasaran memiliki peran yang sangat vital karena usaha akan berjalan apabila produk yang dihasilkan dapat dijual dengan baik (Susanti *et al*, 2020). Pelatihan dapat dilakukan oleh berbagai pihak, seperti Program Pengabdian Masyarakat oleh mahasiswa, Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) setempat atau bisa dari Kementerian Koperasi dan UKM.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, temuan penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti di atas, maka dapat diambil kesimpulan yaitu pengrajin Desa Pakem Gebang memiliki tingkat produktivitas yang tinggi, rata-rata dalam seminggu pengrajin menghasilkan sekitar 210 pasang besek. Sehingga dalam

setahun seorang pengrajin dapat menghasilkan 10.920 pasang besek. Prospek pemasaran kerajinan anyaman bambu Desa Pakem Gebang dapat ditingkatkan melalui *digital marketing* (website, media sosial, *marketplace*) agar penjualan meningkat, dimana pemasaran sebelumnya hanya dilakukan oleh pengepul saja dengan cara promosi, iklan dan pembuatan logo yang menarik. Pentingnya pemasaran melalui *digital marketing* menjadi sangat vital untuk kemajuan industri kerajinan Desa Pakem Gebang.

Pemasaran produk yang lebih optimal melalui *digital marketing* dapat meningkatkan penjualan kerajinan Desa Pakem Gebang sekaligus meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat. Selain itu adanya inovasi terkait produk kerajinan bambu dapat meningkatkan penjualan kerajinan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmita, N. (2017). Prospek Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan di Pekanbaru. *Jurnal Al-Amwal*, 6(2), 13–14.
- Bahari, E. (2014). Analisis Strategic Peningkatan Nilai Ekonomi Sawit Di Provinsi Lampung. *Proseding Seminar Bisnis & Teknologi ISSN : 2407-6171*, 15–16.
- Fibriyanti, Y. V., & Zulyanti, N. R. (2020). Pengembangan UMKM Kerajinan Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Sumberjo Kecamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan. *Karya Abdi*, 4, 441–445.
- I Wayan Sudana & Sang Putu Sumardika. (2020). Kebertahanan Seni Kerajinan Anyaman Bambu Di Desa Tri Rukun Kabupaten Boalemo Provinsi Gorontalo. *Jambura: Jurnal Seni Dan Desain*, 1(1), 1–13.
- Iqbal, M., Intan, E., & Putri, K. (2014). NILAI EKONOMI TOTAL SUMBERDAYA BAMBU (*Bambuseae sp .*) DI KECAMATAN SAJIRA , KABUPATEN LEBAK , BANTEN. *Penelitian Sosial Dan Ekonomi Kehutanan*, 11(2), 91–105.
- Khikmah, Siti Noor, Dan Marlina Kurnia. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Desa Ngendrosari Kecamatan Kajoran Kabupaten Magelang Melalui Inovasi Kerajinan Bambu. *Jurnal Dianmas Vol 6, Nomor 1*, hlm.41
- Malihah, N., & Achiria, S. (2019). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Industri Kerajinan Bambu. *Maqdis : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(1), 69. <https://doi.org/10.15548/maqdis.v4i1.212>

- Moleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sihombing J.A. (2011). *Pemanfaatan Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) Oleh Masyarakat Desa Sekitar Hutan Di IUPHHK-HA PT. Ratah Timber Samarinda, Kalimantan Timur*. Skripsi. Bogor : Departemen Manajemen Hutan Fakultas Kehutanan, Institut Pertanian Bogor.
- Sugiyono. (2016a). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2016b). *METODOLOGI PENELITIAN*. Remaja Rosdakarya Offset.
- Susanti, S., Rachmaniar, R. and Koswara, I. (2020) “Pelatihan Daring Aplikasi Media Sosial dalam Pemasaran Produk Kerajinan Bambu di Selaawi, Garut, Jawa Barat”, *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(4), pp. 943-953.