

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak memiliki keragaman seni dan kerajinan dari berbagai daerah. Kerajinan tangan daerah merupakan salah satu aset yang berharga bagi Indonesia yang memiliki peluang untuk dikembangkan. Kerajinan tangan daerah juga memiliki potensi yang besar untuk kemajuan industri di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan ekspor kerajinan yang selalu meningkat dan selalu ditunggu pembeli baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Industri ekonomi kreatif Indonesia dipercaya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi negara. Beragam kerajinan di Indonesia seperti kerajinan batik, ukir, tenun, anyam dan sebagainya. Kerajinan batik, ukir, tenun dan anyam Indonesia telah banyak dikenal di dalam negeri maupun di luar negeri.

Kerajinan anyam sudah dikenal sejak lama yang dimiliki masyarakat melayu zaman dahulu. Kerajinan menganyam merupakan proses menjalin bahan-bahan untuk dijadikan satu benda yang kuat, dapat digunakan dan memiliki nilai jual yang tinggi. Bahan dasar dari kerajinan anyaman dapat berupa bahan alami antara lain rotan, akar, bilah, dan beberapa tumbuhan-tumbuhan yang di keringkan seperti eceng gondok dan rumput purun. Anyaman eceng gondok dan rumput purun pun telah banyak di kreasikan menjadi berbagai macam kerajinan yang menarik dan bermanfaat seperti, tikar, topi, tas, dompet, sandal dan lain sebagainya.

Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir Sumatera Selatan merupakan salah satu penghasil kerajinan anyaman tikar yang berbahan dasar rumput purun yang merupakan salah satu sumber ekonomi di masyarakat Pedamaran. Rumput Purun merupakan sejenis rumput yang banyak tumbuh di rawa-rawa Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI). Masyarakat Pedamaran memanfaatkan Purun sebagai bahan dasar anyaman pembuat kerajinan anyaman tikar karena purun di anggap dapat bertahan lama. Seiring dengan perkembangan industri tikar purun pun dikreasikan dalam bentuk lain seperti tas, dompet, topi,

sandal dan lain sebagainya. Saat ini kerajinan tangan anyaman tikar purun Pedamaran sudah mulai dirangkul oleh dinas perindustrian daerah setempat baik promosi maupun penjualannya. Namun untuk memperlus jaringan pemasaran dari produk tersebut diperlukan media yang mendukung promosi penjualan.

Kerajinan anyam purun pedamaran merupakan salah satu usaha kecil menengah (UKM) bagi sebagian masyarakat Pedamaran namun kurangnya informasi kerajinan anyaman purun Pedamaran oleh banyak pihak membuat terbatasnya pemasaran dari produk kerajinan tikar purun ini. Sehingga itu diperlukan media yang sesuai untuk mendukung proses pemasaran dari hasil kerajinan tersebut. Promosi penjualan sebuah produk saat ini semakin maju dan mudah dilakukan semenjak populernya media sosial di kalangan masyarakat. Saat ini dapat disebut era digital dimana media online merupakan wadah yang populer untuk dimanfaatkan dalam mempromosikan sebuah produk. Media sosial merupakan salah satu media yang dapat mendukung proses pemasaran dari kerajinan anyaman purun Pedamaran.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini berkembang dengan sangat pesat sehingga setiap orang dapat mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan dimanapun dan kapanpun. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dalam setiap bidang ini tanpa sadar telah membawa siapapun ke dunia globalisasi. Saat ini kita sangat mudah mendapatkan informasi seperti, menemukan informasi dan mempromosikan tentang seni dan kerajinan yang ada di daerah-daerah tertentu melalui internet. Masyarakat saat ini dapat mendapatkan berbagai informasi seni dan kerajinan di daerah-daerah tertentu dimanapun dan kapanpun tanpa harus mengunjungi daerah-daerah tersebut hanya dengan berselancar di dunia internet. Jejaring sosial merupakan suatu bentuk dari media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di dunia untuk berinteraksi (Hartini;2016).

Media sosial saat ini mengalami perkembangan yang signifikan di kalangan masyarakat. Masyarakat banyak menggunakan media sosial sebagai salah satu media yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan orang lain yang memiliki jarak yang jauh. Media sosial yang sedang banyak digunakan

masyarakat untuk berinteraksi tersebut seperti *facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Twitter* dan banyak media sosial lainnya. Media sosial tidak hanya digunakan masyarakat untuk melakukan interaksi jarak jauh namun juga digunakan untuk memperoleh berbagai informasi seperti seni dan kerajinan dari daerah-daerah tertentu. Hanya dengan berselancar di dunia internet melalui media sosial kita dapat mengetahui seni dan kerajinan yang ada diberbagai daerah tanpa harus datang kedaerah tersebut.

Kerajinan anyam purun selama ini hanya di pasarkan oleh dinas-dinas terkait dan di pasarkan ketika Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) mengadakan ataupun mengikuti pameran-pameran. Hadirnya media sosial memungkinkan dapat berpotensi mendukung keberhasilan promosi produk UKM kerajinan anyaman purun Pedamaran dengan mudah dan cepat. Kegiatan promosi melalui media sosial akan lebih maksimal karena jangkauan penjualannya luas dan hampir tidak terbatas. Promosi penjualan media sosial dapat meliputi *facebook*, *instagram*, *website*, dan lainnya. Promosi penjualan anyaman purun melalui media sosial dapat memperngaruhi penjualan produk di karenakan saat ini sebagian besar msayarakat sudah banyak menggunakan media sosial untuk berinteraksi satu sama lain. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap **“Perancangan Promosi Penjualan Kerajinan Anyaman Purun Kecamatan Pedamaran Menggunakan Media Sosial”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah peran media promosi dalam meningkatkan promosi penjualan kerajinan anyam purun kecamatan Pedamaran?
2. Bagaimanakah promosi penjualan menggunakan media sosial Instagram dan website sebagai media promosi kerajinan anyaman purun kecamatan Pedamaran?

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Penelitian ini hanya mencangkup kerajinan anyam purun wilayah Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir dikarenakan keterbatasan waktu dan jarak penulis dalam melakukan penelitian ini. Penulis membatasi permasalahan agar penelitian ini hanya pada media sosial instagram dan situs (*website*) dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui strategi promosi penjualan kerajinan anyam purun di kecamatan Pedamaran.
2. Untuk menyusun strategi promosi penjualan menggunakan media sosial Instagram dan (*website*) sebagai media prosmosi kerajinan anyaman purun Kecamatan Pedamaran.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman bagi penulis mengenai strategi promosi penjualan suatu produk agar dapat dijadikan sebagai acuan untuk melakukan promosi penjualan suatu produk.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pengrajin anyaman purun di Kecamatan Pedamatan untuk meningkatkan strategi penjualan kerajinan anyam purun di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir.

1.5. Metode Penelitian

1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengrajin anyaman purun masyarakat Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir. Adapun ruang lingkup penelitian dari penelitian ini yaitu pada media promosi yang digunakan dari produk yang dihasilkan oleh pengrajin anyaman purun, dimana produk yang dihasilkan dari para pengrajin purun Kecamatan Pedamaran yaitu, tikar, tas, dompet, topi, kotak tisu dan sebagainya.

1.5.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan sekunder. Jenis dari sumber data yang digunakan yaitu:

1. Data Primer

Data Primer yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada informasi yang didapat langsung melalui hasil pengamatan dan wawancara seperti datang langsung ketempat penelitian untuk mengetahui jenis dan kualitas produk kerajinan anyam purun, melakukan wawancara kepada pengrajin, pengolah kerajinan, dan instansi yang menaungi para pengrajin anyam purun di Kecamatan Pedamaran Kabupaten OKI.

2. Data Sekunder

Data sekunder penelitian ini didapat dari Kelompok Pengrajin Purun “Mawar” di Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir mengenai jumlah Pengrajin Anyam Purun Pedamaran dan Jumlah produksi dari produk kerajinan anyam purun Kecamatan Pedamaran.

1.5.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam melakukan pengumpulan data dan informasi untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Riset Lapangan

Dalam Penelitian ini dilakukan riset lapangan menggunakan metode wawancara. Wawancara yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan cara tanya jawab langsung kepada beberapa pengrajin anyaman purun kecamatan pedamaran, kepada kepala dinas perindustrian Kabupaten OKI, kepada kepala dinas pariwisata Kabupaten OKI dan, kepada Kepala Desa yang membina pengrajin anyam purun. Informasi yang didapatkan dari wawancara tersebut mengenai produk kerajinan anyam purun Kecamatan Pedamaran, jumlah penjualan dan strategi promosi yang digunakan dalam mempromosikan produk kerajinan anyam purun.

b. Riset Kepustakaan

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca, mempelajari serta mengutip kalimat dan pendapat para ahli dari buku-buku literatur, jurnal, laporan akhir dan artikel yang dianggap penting dan berhubungan dengan judul yang diambil dalam pembuatan laporan akhir ini. Selain itu juga dapat digunakan sebagai landasan teori yang menjadi pedoman dan evaluasi dalam melakukan penelitian ini.

1.5.4. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penulisan penelitian ini yaitu metode analisis data kualitatif. Analisis data-data yang di peroleh mengenai produk dan strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk kerajinan anyam purun Kecamatan Pedamaran sehingga dapat dikaitan dengan sumber-sumber data lain yang berhubungan dengan hal-hal yang dibahas dalam penelitian ini. Melalui metode pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh data-data yang berasal dari berbagai sumber buku, jurnal dan artikel yang berhubungan dengan mata kuliah manajemen pemasaran serta literatur lainnya sebagai pelengkap data yang akan disajikan dalam penelitian ini.