



PENGRAJIN ANYAMAN KETAK PASCA PANDEMI COVID-19
DI DESA SIGERONGAN KECAMATAN LINGSAR
KABUPATEN LOMBOK BARAT

Oleh

Mahsun¹, Primus Gadu², Fathurrahim³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

E-mail: ¹mahsun.akpar@gmail.com, ²primusgadu201@gmail.com

³fathurrahim1102@gmail.com,

Abstrak

Program Penerapan Iptek internal Dana Penelitian dan Pengabdian Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram Tahun 2022 ini menyasar kelompok produktif secara ekonomi kategori usaha kecil pengrajin anyaman Ketak (Mitra) di Desa Sigerongan, kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat. Program ini bertujuan untuk mewujudkan masyarakat mandiri secara ekonomi. Sehingga, program ini dilaksanakan karena mendasar pada permasalahan yaitu rendahnya kemampuan mitra untuk beradaptasi dengan aplikasi pemasaran dan penjualan berbasis *online/digital* pasca Covid-19. Fakta bahwa sampai saat ini mitra di desa Segerongan, kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat masih menggunakan system pemasaran dan penjualan *off-line* (dunia nyata) atau secara konvensional. Lagi pula, adanya keterbatasan pengetahuan, belum terbentuknya sikap, mental dan keterampilan wirausaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*), Merujuk pada permasalahan-permasalahan itu maka menjadi sangat penting ditindaklanjuti program penyemaian dan penguatan pengetahuan, sikap, mental dan keterampilan wirausaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*) serta kemampuan memanfaatkan aplikasi pemasaran berbasis *online/digital* sebagai solusi. Dengan demikian, target luaran terlaksananya program ini yaitu terwujudnya sikap, mental dan keterampilan wirausaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*) mitra dan diseminasinya program ini pada artikel ilmiah pada jurnal terakreditasi.

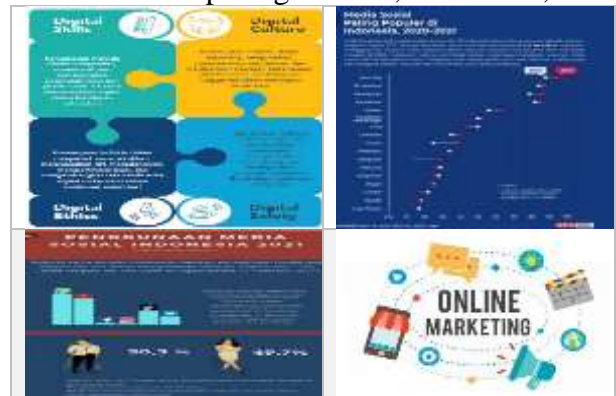
Kata Kunci: Pandemi Covid-19, Anyaman Ketak, Pengrajin, *Digital/Online Marketing*.

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Di era revolusi 4.0 media online banyak diminati masyarakat mulai dari anak-anak, remaja dan orang tua. Merujuk pada data Internetworldstats, indonesia masuk dalam peringkat ke tiga terbanyak di Asia pengguna internet dengan jumlah pengguna per bulan Maret 2021 mencapai 212,35 juta jiwa dan peringkat ke empat di dunia yaitu 73,7% dari total populasi atau berjumlah sekitar 202,7 juta pengguna. Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia menunjukkan ketahanan pertumbuhan sektor informasi dan komunikasi (Kominfo,<https://www.suara.com>tekn>inter>

net. November 2021). Jadi potret pengguna internet dilihat pada gambar 1, berikut ini,



Gambar 1. Pengguna Internet Indonesia 2021



Internet merupakan media pertukaran informasi secara eletronik sekarang ini mengalami perkembangan signifikan digunakan oleh pebisnis/pengusaha serta penjual dengan memasukan aplikasi bisnis seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Melalui internet saat ini kita dapat memasarkan produk dan pelayanan menjadi proses yang interaktif.

Penelitian Yuliana, 2020, terdapat perubahan fungsi penggunaan internet dalam bisnis yaitu mulanya internet berfungsi sebagai media pertukaran informasi secara elektronik kemudian difungsikan sebagai alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran melalui internet tidak memiliki aturan-aturan standar dan dapat menembus batas tanpa ada sekat dan rintangan. Kemudian Yulita R. 2020, memfokuskan kajiannya pada bisnis melalui internet pada sektor produksi dan pemasaran serta promosi barang di masa penyebaran wabah covid-19. Hasil temuannya bahwa sekarang ini terdapat model baru pemasaran/penjualan dan promosi barang yaitu penggunaan aplikasi pemasaran berbasis *digital/online*. Dengan model baru ini setiap orang harus mampu beradaptasi dengan menggunakan teknologi pemasaran tersebut. Fakta bahwa bergesernya aktivitas dan interaksi manusia ketika memasarkan dan menjual serta mempromosikan produk dari sebelumnya dilakukan di dunia nyata beralih ke dunia maya (*virtual*). Jadi, pemanfaatan media pemasaran *online* (*market place*, shopee, toko pedia, buka lapak) dan media sosial: youtube, instgram, whatsApp, tiktok) sebagai kanal paling efektif berkomunikasi menyampaikan pesan dan informasi kepada pembeli atau pelanggan.

Fakta bahwa, penyebaran pandemi Covid-19 berdampak sangat luar biasa terhadap produksi dan pemasaran. Demikian halnya dengan kelompok pedagang perempuan anyaman Ketak (Mitra) di Desa Sigerongan Lombok Barat. Ketak (*Lygodium Circinatum*) yaitu semacam tumbuhan paku yang merambat

dan banyak ditemukan di pulau Lombok. Kerajinan tangan rumahan (*home made insdutry*) berbahan Ketak seperti tas, tempat tissue, tempat menyimpan perhiasan, alas piring makan, dan lain-lain. Ketak dijadikan souvenir/cenderamata favorit para wisatawan.

Program Pengabdian STP Mataram tahun 2022 dilaksanakan di Desa Sigerongan kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat dengan mitra sasaran kelompok penggerak ekonomi kreatif dan produktif pedagang anyaman Ketak khas Lombok. Untuk mendapatkan gambaran awal tim PIM STP Mataram melakukan survey lokasi tanggal 17 September 2022. Tim bertemu dan berdiskusi dengan 3 orang aparat desa dan 5 orang perwakilan kelompok mitra. Ketika itu juga mendapatkan gambaran awal mengenai kepengurusan kelompok mitra dan terlihat pada gambar berikut ini.



Gambar 01. Ragam Cenderamata anyaman Ketak khas Lombok

Sumber: Kelompok Usaha Anyaman Ketak Di Desa Sigerongan

Anyaman Ketak merupakan *handmade souvenir* produk lokal Lombok. Produk ini banyak diminati oleh wisatawan domestik dan mancanegara. Jenis produk ini beragam ada berupa tas, tempat tissue, tempat perhiasan, alas makan, dan lain sebagainya. Ketika wabah pandemi Covid-19 terjadi dampak yang signifikan terhadap pemasaran dan penjualan produk kerajinan tangan Ketak.



Konsekuensinya omzet penjualan mengalami penurunan drastis. Pola pemasaran produk Ketak yang sebelumnya dilakukan di dunia nyata atau transaksi langsung (*off line*) kemudian harus diadaptasikan ke dunia maya (*online*). Fakta bahwa sekarang ini dominasi penawaran dan penjualan produk dan aktifitas transaksi bisnis lainnya harus berbasis online karena hanya itu satu-satunya kanal paling efektif menyampaikan pesan dan informasi kepada pembeli dan calon pembeli. Sehingga, banyak aplikasi pemasaran *online seperti: market place, shopee, toko pedia, buka lapak*) dan media sosial: youtube, instragram, whatsApp, tiktok) ditawarkan sebagai alternatif solusi penjualan dan penawaran produk.

Mendasar pada analisis situasi di atas maka permasalahan utama yang dihadapi kelompok mitra di Desa Sigerongan Lingsar Lombok Barat yaitu mitra dihadapkan dengan kesulitan kesulitan menggunakan dan memanfaatkan aplikasi pemasaran produk berbasis online seperti *market place, shopee, toko pedia, buka lapak*) dan media sosial: youtube, instragram, whatsApp, tiktok), belum terbentuknya sikap dan mental wirausaha disebabkan karena belum memiliki *entrepreneur soft skill and technical skill*.

Tawaran Solusi

Untuk menjawab setiap permasalahan yang dihadapi, Tim STP Mataram bersama mitra berdiskusi merumuskan langkah-langkah strategis sebagai solusi. Jadi tawaran solusi yaitu melalui penyemaian pengetahuan, sikap dan mental wirausaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*) dengan penguatan pemahaman pemasaran berbasis *online/digital market place, shopee, toko pedia, buka lapak*) dan media sosial: youtube, instragram, whatsApp, tiktok).

METODE PELAKSANAAN

Tim Pelaksana dari Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram mendisain langkah-langkah pelaksanaan kegiatan dengan tawaran solusi sebagai berikut.



Selanjutnya, tim menguraikan langkah-langkah pelaksanaan program sebagai berikut:

- (a) **Pemilihan Sasaran.** Diawali dengan survey lokasi mitra. Tujuannya untuk mengenali kondisi fisik, sosial budaya dan ekonomi, melakukan komunikasi awal tim dengan mitra di Desa Sigerongan kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat sekaligus memastikan kesiapan mitra, kemudian mitra bersama tim membahas tindak lanjut program. Maka disepakati manajemen pemasaran terfokus pada *online/digital marketing* menjadi program prioritas.
- (b) **Mengidentifikasi Masalah.** Tim menemukan permasalahan yaitu, kesulitan mitra menggunakan aplikasi pemasaran online, belum memiliki pengetahuan, sikap dan mental wirausaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*).
- (c) **Tawaran Solusi.** Tim memberikan solusi yaitu penguatan pemahaman, sikap dan mental wirausaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*) melalui bimbingan teknis terkait aplikasi berbasis online serta cara-cara memanfaatkan aplikasi pemasaran online: *market place, shopee, toko pedia, buka lapak*) dan media sosial: youtube, instragram, whatsApp, tiktok), serta pendampingan tentang cara membuat membuat web/blog.
- (d) **Partisipasi Mitra.** Program ini terselenggara karena kerjasama dan partisipasi aktif mitra dengan tim. Mitra dalam hal ini pengrajin anyaman Ketak khas Lombok di desa Sigerongan kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Mitra juga berkontribusi mencari dan menyediakan tempat pelaksanaan kegiatan,



menentukan waktu pelaksanaan, mempersiapkan kebutuhan konsumsi kegiatan, menyediakan alat dan bahan pelatihan, dan kesiapan mengikuti seluruh rangkaian kegiatan sesuai jadwal.

(f)Evaluasi program. Evaluasi Program meliputi: (a) evaluasi persiapan, rencana koordinasi dan surat menyurat dengan pihak terkait, kesiapan peserta pelatihan, kesiapan fasilitas dan tempat pelatihan, (b) evaluasi pelaksanaan, pemantapan kesepakatan waktu para peserta pelatihan, penggandaan materi pelatihan, dan persiapan fasilitas pendukung pelatihan, dan (c) evaluasi akhir, keberhasilan program dari dimensi *output* dan *outcomes*.

(g)Tim pelaksana Program. Untuk memastikan pelaksanaan program terlaksana dengan baik maka beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu: (a) pemilihan topik-topik relevan, metode pelatihan yang *proper*, rumusan tujuan dan luaran program dengan baik, (b) sinkronisasi jadwal kegiatan waktu, dan tempat pelaksanaan disepakati bersama, komunikasi atau koordinasi dengan instruktur pakar juga menjadi perhatian, harmonisasi agihan tugas ketua tim dan anggota penting diperhatikan. Program ini dikomandani oleh Ketua tim: Drs. H. Mahsun, MM dengan tugas yaitu: Bertanggung jawab atas kelancaran kegiatan secara keseluruhan (Perencanaan-Pelaksanaan-Monitoring-Evaluasi), menyiapkan desain umum dalam bentuk *Terms of Reference* (TOR), Sebagai koordinator lapangan, menjalin komunikasi dengan mitra, memantau dan mengevaluasi kerja tim. Anggota 1. Primus Gadu, M.Hum. Menyiapkan pelaksanaan pelatihan dan menyusun materi pelatihan. Anggota 2. Dr. H. Fathurrahim, M.Si. Menganalisis materi pelatihan, menyiapkan laporan akhir dan membuat draft artikel ilmiah untuk publikasi. Sedangkan keberlanjutan program ini yaitu memberi manfaat tidak saja bagi kelompok pengrajin anyaman Ketak khas

Lombok di desa Sigerongan kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat tetapi juga pada kelompok-kelompok pengrajin lain yang bergerak pada industri rumahan (*home industry*) seperti pengrajin tenun ikat tradisional, kelompok pedagang asong, kuliner khas Lombok dan kelompok lainnya. Oleh karena itu, sinergitas akademisi dan pemerintah serta pemerhati pariwisata sangat diperlukan.

Pelaksanaan Kegiatan Lokasi Mitra



Akses menuju lokasi mitra dari STP Mataram dapat ditempuh dengan kendaraan roda empat yaitu kearah Timur melewati jalan Sriwijaya terus jalan Brawijaya, Kearah Utara Jalan Gora 2 melewati Ketak Artshop. Menuju lokasi ditempuh hanya 46 menit. Lokasi Mitra berjarak 22 km.

Pelaksanaan Kegiatan

(a) Mitra

Profil usaha kelompok pengrajin anyaman Ketak di Desa Sigerongan kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat. Berikut nama-nama Pengrajin Ketak di Desa Sigerongan kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat.

No	Nama	Alamat	Telepon	Waktu
1
2
3
4
5
6
7
8

Dok. Pengrajin anyaman Ketak Perempuan di Desa Sigerongan kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat

(b) Waktu Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan selama 1 hari yaitu Sabtu, 12 November 2022 bertempat di



desa Sigerongan kecamatan Lingsar Lombok Barat.

(c) Materi dan Instruktur Pelatihan

Rumusan materi pada pogram ini tersusun dengan baik didasarkan pada kesepakatan mitra bersama tim. Disepakati materi tentang sikap dan mental *wirausaha (entrepreneur soft skill and technical skill)* melalui penguatan pemahaman pemasaran berbasis online serta cara-cara memanfaatkan aplikasi pemasaran *online/digital* sangat relevan. Dan selanjutnya, penentuan instruktur yang kompeten menjadi pertimbangan. Tim pelaksana menyepakati dosen pengampu mata kuliah kewirausahaan STP Mataram, Drs. H. Mahsun sebagai instruktur. Pelaksanaan kegiatan sebagai berikut.

Materi yang disajikan	Waktu Pelaksanaan	Metode	Instruktur
1) Sikap dan mental <i>wirausaha</i> 2) Pengenalan aplikasi pemasaran berbasis online/digital	09.00-11.30	Ceramah, Diskusi, dan simulasi	H. Mahsun

(d) Foto Dokumentasi Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan hari Sabtu, 12 November 2022 di desa Sigerongan Lingsar Lombok Barat telah terselanggara dan terdokumentasi dengan baik. Berikut beberapa foto dokumentasi pelaksanaan kegiatan.



Dok. Kegiatan diskusi dan ceramah, Sabtu, 12 November 2022 di Desa Sigerongan Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat

Tujuan dan Manfaat Kegiatan

Berikut merupakan tujuan dan manfaat kegiatan yang hendak dicapai yaitu:

- (a) Tujuan. Pelatihan dilaksanakan dengan tujuan memberikan penguatan pemahaman sikap dan mental *wirausaha (entrepreneur soft skill and technical skill)* melalui bimbingan teknis terkait aplikasi berbasis online serta cara-cara memanfaatkan aplikasi pemasaran *online/digital*.
- (b) Manfaat. Melalui program ini yaitu adanya penghematan biaya dan waktu untuk mewujudkan harapan peserta dalam peningkatan kemampuan menggunakan aplikasi berbasis *digital/online*.

Strategi Evaluasi Kegiatan

- 1) Keberhasilan pelaksanaan program (*successful indicators of program*) terlihat pada beberapa indikator yaitu: (a) tahap perencanaan. Dilaksanakan untuk memantapkan rencana kegiatan yang dilakukan. Indikator penilaiannya adalah: Kesiapan administrasi (rencana koordinasi dan surat menyurat dengan pihak terkait) dan kesiapan mitra pelatihan yang direkrut, (b) tahap persiapan. Terkait dengan Kesiapan fasilitas, yaitu tempat pelatihan. Evaluasi tahap persiapan dilakukan untuk pemantapan kesepakatan waktu para mitra, penggandaan materi pelatihan, dan fasilitas pendukung pelatihan. (c) tahap pelaksanaan. Sinkronisasi Waktu, tempat, dan instuktur dan (d) Akhir kegiatan. Pada akhir kegiatan dilakukan evaluasi dan umpan balik dalam proses pelaksanaan kegiatan untuk perbaikan program, yaitu mengkaji bagaimana, respon, motivasi dan kedisiplinan mitra, dan kelancaran penyajian materi.

Sedangkan keberhasilan pelaksanaan program diuraikan dengan dua indikator sebagai berikut, yaitu:

- (a)Dimensi output: Pengukuran dapat didasarkan pada (a) penyajian materi telah mencapai dengan target yang ideal 85%, (b) penguasaan atau penyerapan materi



yang dicapai oleh peserta target ideal 80%,
(c) aspek kemampuan praktis peserta pelatihan.

- (b) Dimensi outcomes yaitu peserta memiliki kepraktisan/agresivitas atau inisiatif aktif peserta menggunakan ungkapan-ungkapan sopan ketika berkomunikasi.

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini terlaksana karena beberapa faktor pendukung yaitu:

- (1) Mitra sangat aktif ikut dalam program ini, bahkan meminta kepada tim untuk menyelenggarakan pelatihan yang sama dengan jangka waktu yang lama dan terjadwal.
- (2) Adanya support finansial dari LP2M STP Mataram sehingga terselenggaranya kegiatan pengabdian ini.
- (3) Ketersediaan narasumber yang kompeten.

Meski program ini terselenggara dengan baik namun ada beberapa temuan beberapa kendala/hambatan yang penting disikapi yaitu:

- (a) Sinkronisasi waktu (hari dan tanggal) pelaksanaan pelatihan. Hal ini mengalami kesulitan karena aktivitas rutin mitra sebagai ibu rumah tangga sekaligus petani pengrajin Ketak.
- (b) Menyesuaikan waktu dengan narasumber. Tim pelaksana memilih waktu sesuai dengan kesediaan narasumber itu sendiri kemudian dikomunikasikan dengan peserta;

Dari data hasil capaian kegiatan di atas dapat dijelaskan bahwa ternyata dari sisi dimensi output, tampak bahwa motivasi dan partisipasi mitra sangat signifikan positif.

Rekomendasi

Program ini terselenggara dengan tujuan memberikan penguatan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan sikap (*attitude*) mitra. Sehingga untuk mewujudkan tujuan tersebut diperlukan pelatihan dan pendampingan berkelanjutan dari akademisi, pemerintah dan pemerhati pariwisata. Dengan

memperhatikan kondisi geografis Desa Sigerongan Lingsar Lombok Barat dan permasalahan mendasar yang dihadapi mitra maka program penguatan Sumber Daya Manusia pariwisata untuk selanjutnya tidak saja menasar kelompok pengrajin Ketak tetapi juga pada kelompok-kelompok pengrajin lain yang bergerak pada industri rumahan (*home industry*) seperti pengrajin tenun ikat tradisional, kelompok pedagang asong, kuliner khas Lombok dan kelompok lainnya. Program Kemudian mitra menghaspkan ada program berkelanjutan dengan menasar pada hospitality/keramahtamahan melayani pelanggan (aspek psikologi pelayanan), penguatan kebahasaan (aspek komunikasi dan interaksi), penguatan sikap dan jiwa usaha mandiri.

PENUTUP

Berdasarkan paparan hasil kegiatan dan pembahasannya maka dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

- (a) Mitra termotivasi dengan pelaksanaan program ini. Terbukti dengan keseriusan, keaktifan, dan kerjasama serta tingkat capaian pemahaman materi "BAIK". Materi terkait tips dan trik sikap dan mental wirausaha menjadi motivasi bagi mitra. Selanjutnya bimtek aplikasi pemasaran berbasis online/digital dianggap sangat bermanfaat karena bagi mitra program ini mampu meningkatkan omzet penjualan.
- (b) Capaian hasil kegiatan sangat baik dengan merujuk dimensi output dan outcomes.
- (c) Mitra memberikan beberapa catatan penting terkait pelaksanaan program yaitu penting adanya keberlanjutan program untuk memastikan pencapaian dan keberhasilan terlaksananya program.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Gadu, Mahsun, Jumail. 2017. Kemampuan Berbahasa Inggris Praktis dan Hospitality Pedagang Asong dan Souvenir Kawasan Pariwisata Pantai



- Kuta dan Selong Belanak Lombok Tengah. Media Bina Ilmiah. I ISSN. 2615-3505 <http://www.lpsdimataram.com>.
- [2] Kominfo. 2021. Indonesia Penggunaan Internet terbesar ke 4 di dunia <https://www.Suara.com>tecno>internet>. Downloaded and cited on Friday 14 Januari 2022 at 09.30 am
- [3] Mahsun, Bagiastra, Gadu. 2019. Bimtek Manajemen Keuangan Pedagang Cenderamata Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kuta Lombok Tengah. Hospitality 87. Vol.8 No.2. <http://stp-mataram> ejournal.
- [4] Yuliana, Yenti. 0.2000. Penggunaan teknologi Internet dalam Bisnis. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 2 No.1, Mei 2000, hal. 36-52
- [5] Widaswara, Yulita R. 2020. Framing Analysis of Covid-19 News on Social Media Instagram Lombok. Media Bina Ilmiah. Vol.15 No.1 Agustus 2020. ISSN 2615-3505. <http://www.lpsdimataram.com>. http://www.kompasiana.com/maizulackbar/keramah-tamahan-dan-sopan-santun-adalah-jati-diri-bangsa-indonesia-paling-indonesia_5500bfc9a333114e75511bc2 Downloaded and cited on Monday, 14th Januari 2022 at 11. 30a.m



HALAMAN IN SENGAJA DIKOSONGKAN