



SEMINAR NASIONAL HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT

Kerajinan Anyaman sebagai Potensi Ekonomi Lokal: Peningkatan Kualitas Produk dan Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing

Endang Syarif ¹, Dyah Ciptaning
LSW ², Hendi Sobari ³, Jajang Saeful
Zaman ⁴, Hj. Erna Rusmiwati
Sukandar ⁵, Siti Amirah Makarim ⁶

¹²³⁴⁵⁶) STIE Latifah Mubarokiyah

*Corresponding author

Email :

ciptaningwardhani@gmail.com

Abstrak

Rajapolah menjadi basis pengrajin pandan sejak zaman Belanda, turun temurun, kreativitas para leluhur mengalir sampai sekarang. Khususnya di daerah kami sebagai sentra kerajinan anyaman pandan yaitu Desa Sukaruas, Sukaraja, Rajapolah, Tasikmalaya. Produk buatan tangan asli Rajapolah dikenal luas di pasar dalam negeri. Kerajinan Rajapolah memiliki berbagai macam kerajinan tangan. CV. Disha Crafindo merupakan UMKM kerajinan anyaman pandan yang fokus menjual topi dengan berbagai macam bentuk topi. Selain topi, ada beberapa jenis kerajinan anyaman seperti tas anyaman, kotak tisu, dan kotak payung. Adapun kendala yang dihadapi adalah manajemen produksi, pemasaran, dan tenaga kerja dalam memproduksi dan pemahaman dalam peningkatan kualitas produk dan pemasaran. Pemasaran kerajinan anyaman pandan selama ini masih mengandalkan toko retail dalam memasarkan hasil produksi kerajinan anyaman pandan baik di dalam negeri maupun luar negeri, pangsa pasar CV. Disha Crafindo tidak hanya di Jawa Barat, tetapi sudah masuk ke pasar luar negeri seperti Jepang. Target luaran dalam pengabdian ini tersampaikan informasi produk dan pemasaran melalui media sosial (facebook, Instagram dan GoogleMyBusiness), E-commerce (Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Shopee), *Social video marketing* (youtube), *Social messenger* (Whatsapp) dan media cetak online.

Kata kunci: Kerajinan anyaman, kualitas produk, daya saing, ekonomi lokal, pemasaran.

Abstract

Rajapolah has been a base for pandan craftsmen since the Dutch era, passed down from generation to generation, the creativity of the ancestors flows to the present day. Especially in our area as a center for woven pandan crafts, namely Sukaruas Village, Sukaraja, Rajapolah, Tasikmalaya. Rajapolah's original handmade products are widely known in the domestic market. Rajapolah Crafts has various kinds of handicrafts. CV. Disha Crafindo is a pandan woven craft MSME that focuses on selling hats in various hat shapes. Apart from hats, there are several types of woven crafts such as woven bags, tissue boxes and umbrella boxes. The obstacles faced are production management, marketing and labor in producing and understanding in improving product quality and marketing. Marketing of woven pandan crafts so far still relies on retail stores in marketing the production of woven pandan crafts both domestically and abroad, CV's market share. Disha Crafindo is not only in West Java, but has entered foreign markets such as Japan. The output target in this service is conveying product and marketing information through social media (Facebook, Instagram and GoogleMyBusiness), E-commerce (Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Shopee), *Social video marketing* (YouTube), *Social Messenger* (Whatsapp) and online print media.

Keywords: Woven crafts, product quality, competitiveness, local economy, marketing, Isi

© 2023 Penerbit PKN STAN Press. All rights reserved