

UPAYA PENGRAJIN SASIRANGAN KHAS TAPIN DALAM
MENGEMBANGKAN PRODUK DIKALANGAN MASYARAKAT TAPIN
(Studi Kasus Pada Desa Timbaan Tapin)

MARIYATUL IKRIMAH

Mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
Banjarmasin
Fakultas Ekonomi

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui upaya pengrajin sasirangan khas tapin dalam mengembangkan produk dikalangan masyarakat Tapin dan Untuk mengetahui kendala yang dihadapi pengrajin sasirangan khas tapin dalam mengembangkan produknya

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, Penelitian dilakukan dan dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam upaya pengembangan produk Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin harus memaksimalkan produk hingga pemasarannya seperti terus melakukan inovasi dalam membuat produknya, mempelajari analisa bisnis dengan lebih banyak membaca artikel bisnis dan mengikuti pelatihan serta membuat kemasan semanarik mungkin dan yang menjadi kendala saat ini adalah karena Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin beranggapan industri Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin hanya usaha rumahan dan banyak dikerjakan oleh ibu ibu mantan ibu rumah tangga sehingga pengalaman berwirausaha masih kurang dan tidak ada usaha memperluas pemasarannya hingga keluar daerah.

Kata kunci : *Pengembangan Produk sasirangan*

The purpose of this study was to study the tapin sasirangan craftsmen's experiments in developing products among the Tapin community and to find out the developments that required the typical tapin sasirangan craftsmen in developing their products

The method used is descriptive qualitative, research conducted and carried out for 3 (three) months.

Typical Sasirangan Craftsmen Tapin Timbaan Village Tapin must improve products to marketing such as continuing to innovate in making its products, looking for business analysts by reading more business articles and helping to make packaging as exciting as possible and that makes the needs of the moment is because Sasirangan Typical Craftsmen Tapin Desa Timbaan Tapin assume the industry of Sasirangan Typical Tapin Craftsmen Timbaan Tapin Village is only a home-based business and is mostly done by housewives and women who live there.

Keywords: *Product Development sasirangan*

PENDAHULUAN

Saat ini masyarakat Kalimantan Selatan khususnya masyarakat Tapin sudah banyak mengenal yang namanya kain sasirangan, kain sasirangan merupakan kain yang diolah dengan proses dilukis, dijelujur, disisit dan diwarna, saat ini sudah menjad isebuah mode fashion bukan hanya sebatas kain semata, awal mulanya dulu orang-orang menggunakan kain sasirangan untuk alat pengobatan yang bernama “Pamitaan” yang artinya merupakan permintaan dalam bahasa banjar. Kain sasirangan merupakan salah satu produk daerah Kalimantan Selatan yang telah digunakan turun temurun di daerah Kalimantan Selatan .Kain sasirangan ini mempunyai keunikan motif tradisional dan cara pembuatannya dipertahankan secara turun temurun. Terdapat lebihdari 15 (limabelas) motif tradisional yang dimiliki oleh kain sasirangan contohnya gigi haruan, bintang, naga, balimbur, daun, jeruji, gegetas, rumah banjar dan lain sebagainya.

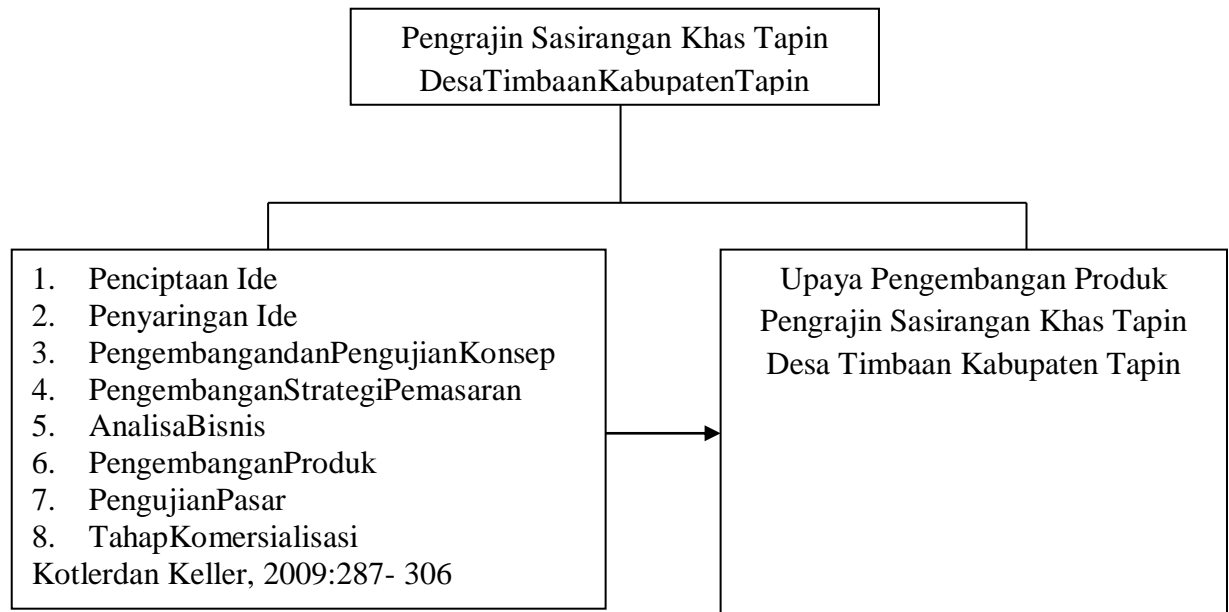
Seiring berjalannya waktu perkembangan kain sasirangan sudah merambah kekabupaten-kabupaten yang ada di Kalimantan Selatan takterkecuali Kabupaten Tapin yang masyarakatnya juga ikut melakukan pengembangan kain Sasiranganya itu dengan nama sasirangan tapin. Sasirangan tapin pun juga mempunyai motif-motif khas tersendiri dengan berdasarkan adat dan budaya yang dimiliki orang-orang Tapin serta modifikasi motif oleh pengrajin kain sasirangan tersebut, misalnya motif haling menyaung yang merupakan motif yang dimiliki oleh suku dayak di daerah Tapin, begitu juga dengan motif naga balahendang yang juga merupakan legenda yang ada di tapin dan masih banyak motif yang lainnya beserta synopsis dari motif itu sendiri.

Meski sasriangan tapin telah memiliki cirri khas yang unik dan menarik kain sasirangan ini juga mengalami fase pasang surut dalam perjalanannya hingga sekarang permasalahan yang sering terjadi dikalangan pengrajin sasirangan khas tapin dalam pembuatan sasirangan adalah kurangnya prasarana terutama modal sehingga pengrajin kain sasirangan tapin tidak bias memenuhi permintaan pembeli dalam skala ribuan potong kain dan masih banyak kurangnya pengetahuan masyarakat tapin terhadap kain sasirangan sehingga menyebabkan naik turunnya minat terhadap kain sasirangan Tapin.

Fenomena diatas harus segera diatasi agar pengrajin sasirangan bias terus berkembang, dalam penelitian ini dilakukan pada Desa Timbaan Kabupaten Tapin, pengrajin perlu pengetahuan yang lebih baik lagi serta modal yang mencukupi dan peran serta pemerintah daerah setempat untuk memberdayakan pengarajin kain sasirangan agar mampu bersaing dalam skala nasional, saat ini perusahaan dan instansi pemerintahan telah banyak mengeluarkan aturan tetang pakaian kerja yang didalamnya mewajibkan memakai kain sasirangan, kesempatan ini tentunya harus dapat diambil oleh pengrajin sasirangan di Kabupaten Tapin.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Upaya Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Dalam Mengembangkan Produk Dikalangan Masyarakat Tapin (Studi Kasus Pada Desa Timbaan Tapin).**

KERANGKA BERPIKIR



METODE PENELITIAN

1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah jenis penelitian deskriptif, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya. (Sukmadinata, 2006).

2) Lokasi Penelitian

Desa Timbaan RT. 004 RW. 002 Kecamatan Tapin Selatan Kabupaten Tapin

PEMBAHASAN

Upaya Yang Dilakukan Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Dalam Mengembangkan Produknya

Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin dalam mengembangkan produknya adalah sebagai berikut :

(1) Penciptaan Ide

Dalam penciptaan ide kedepannya Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin harus mendapat dukungan penuh dari Pemerintah Daerah Kabupaten Tapin mulai dari desa hingga ke Pemerintah Pusat, hal ini bisa dengan cara menyampaikan aspirasi kepada pemerintah melalui musyawarah

rencana pembangunan untuk memprogramkan pemberdayaan kepada Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin seperti pelatihan dan pendampingan agar produk dari Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin produknya terus berkembang dan berdaya saing serta mampu menampung tenaga kerja yang lebih banyak lagi.

(2) Penyaringan Ide

Penyaringan ide Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin dapat diambil nantinya dari hasil pelatihan yang diberikan daerah selain itu Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin juga bisa sesekali berjalan keluar kedaerah pengrajin sasirangan lainnya seperti Kota Banjarmasin, Kabupaten Banjar dan Kota Banjarbaru yang sudah banyak mengeluarkan produk sasirangan sehingga Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin bisa belajar dan bertukar ilmu dalam ide ide pengembangan produk kain sasirangan kedepannya.

(3) Pengembangan dan Pengujian Konsep

Dalam pengujian konsep mensyaratkan bahwa berbagai konsep produk diuji pada kelompok konsumen sasaran yang tepat, kemudian reaksi konsumen tersebut dikumpulkan. Yaitu seperti pada hasil wawancara Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin lebih banyak menganalisa dari produk mana yang dijual, kedepannya Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin juga harus bisa mempelajari dan menganalisa seperti yang dikatakan salah satu responden yaitu bergantung pada daerah pemasaran jika produk akan dibawah atau dipasarkan keluar daerah maka produk didesain dengan desain dan warna minimalis dan untuk dalam daerah lebih cerah dan motif ramai, dalam hal ini Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin harus bisa mempelajari karakter pasar yang akan dipasarkan produk.

(4) Pengembangan Strategi Pemasaran

Pengembangan strategi pemasaran terdiri dari beberapa bagian:

(4.1) Bagian pertama

Menggambarkan ukuran pasar sasaran, struktur, dan perilaku; yaitu daerah pemasaran yang akan dipasarkan produk, prilaku pasar dan struktur pasar

(4.2) Bagian kedua Mengikhtisarkan rencana harga produk, strategi distribusi, dan anggaran pemasaran yang direncanakan selama tahun pertama. Yaitu dengan cara meminimalisir harga bahan baku agar bisa menekan harga jual dan mendistribusikan produk lebih luas lagi

(4.3) Bagian ketiga Rencana strategi pemasaran menggambarkan tujuan penjualan dan laba jangka panjang serta strategi bauran pemasaran sepanjang waktu. Strategi pemasaran yang lebih luas harus direncanakan semua pengrajin dengan merencanakan keuntungan yang lebih besar lagi kedepannya terus berinovasi dan berusaha untuk berkembang tidak hanya sebagai pelaku usaha rumahan.

(5) Analisa Bisnis

Dalam tahapan analisa bisnis Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin dalam upaya pengembangan produk hendaknya diberikan pendampingan atau sejenis konsultan bisnis, saat ini pemerintah daerah maupun desa lebih

banyak mengasah kemampuan pembuatan produk saja namun tidak pada aspek pengembangan bisnis hal ini kedepannya harus dipertimbangkan pemerintah desa maupun daerah dalam upaya pengembangan bisnis Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin melalui analisa bisnis, proyeksi laba, modal dan lain sebagainya karena saat ini kebanyakan Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin berasal dari ibu rumah tangga yang tidak banyak memiliki pengalaman pada dunia bisnis.

(6) Pengembangan Produk

Setelah produksi dan produk dinyatakan layak jual Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin kedepannya harus memikirkan kemasannya, karna dengan kemasan nilai jual akan menjadi bertambah juga, hal ini juga perlu pendampingan dari desa maupun pemerintah daerah, dimana Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin selain diberikan pelatihan tentang produksi kain sasirangan, bisnis juga cara pengemasan dan juga selain dari desa dan pemerintah daerah perlu juga Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin berinisiatif melihat kemasan-kemasan dari produk luar daerah yang menarik serta bekerjasama dengan perusahaan percetakan untuk pembuatan kemasan yang menarik.

(7) Pengujian Pasar

Tahap selanjutnya yang harus dilakukan Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin adalah pengujian pasar yaitu dengan terus melakukan evaluasi terhadap minat pasar, menerima kritik dan saran demi peningkatan produk, apa yang sudah baik harus dipertahankan dan apa yang perlu diperbaiki harus segera dilakukan perbaikan agar konsumen dari produk Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin tidak pindah ke produk lain dan akan terus membeli produk pada Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin, serta memberikan merk, logo dan identitas produk agar mudah diingat oleh konsumen

(8) Tahap Komersialisasi

Tahapan terakhir adalah komersial, dimana setiap pengrajin kedepannya harus melounching atau memperkenalkan produknya secara luas lagi tidak hanya pada daerah Kabupaten Tapin namun semua wilayah Provinsi Kalimantan Selatan, hingga secara nasional, mengikui event pameran yang diselenggarakan daerah atau luar daerah, hal ini juga tidak lepas dari peran Pemerintah Daerah untuk membawa Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin dalam event pameran skala besar nasional hingga internasional agar produk dari Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin bisa dikenal selain itu juga bisa melalui media sosial intagram yang sedang ramai saat ini dengan meminta bantuan memperkenalkan produk melalui publik pigur seperti model, artis hingga tokoh masyarakat agar produk dapat dikenal secara luas.

Kendala dalam menerapkan Strategi Promosi pada Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin.

Dalam upaya pengembangan produk Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin memiliki kendala sebagai berikut :

(1) Penciptaan Ide

Selama ini penciptaan ide Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin masih minim karena banyak Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin menciptakan produknya hanya dengan tipe dan model yang sama.

(2) Penyaringan Ide

Penyaringan ide yang didapat Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin kurang maksimal karena singkatnya waktu pelatihan yang diberikan pemerintah daerah serta masih minimnya minat pengrajin melihat tutorial serta buku bacaan untuk konsep produk mereka.

(3) Pengembangan dan Pengujian Konsep

Pengembangan dan Pengujian Konsep menjadi kendala selama ini pada Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin karena pengrajin tidak memperlajari mengapa produk mereka tidak laku atau lambat laku serta masih banyak pengrajin tidak mempelajari karakter tipe produk daerah yang dipasarkan.

(4) Pengembangan Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran juga menjadi kendala Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin karena belum maksimalnya pemasaran yang dilakukan pengrajin, Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin lebih banyak menunggu pesanan tanpa keluar memasarkan mencari sebanyak banyaknya konsumen.

(5) Analisa Bisnis

Dalam analisa bisnis Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin memiliki kendala karena tidak adanya pengalaman berwirausaha karena Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin adalah ibu rumah tangga.

(6) Pengembangan Produk

Tahap pengembangan produk lainnya selain kain juga tidak dilakukan Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin, semua pengrajin hanya fokus pada pembuatan kain, tidak dijadikan baju maupun dijadikan pernak pernik lain seperti dompet, kipas dan aksesoris lain yang dapat menambah nilai jual pengrajin.

(7) Pengujian Pasar

Pada tahap pengujian pasar juga semua Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin hanya berpatokan pada produk yang banyak laku saja, tidak berinovasi untuk mengembangkan produk yang belum laku atau memberikan diskon harga.

(8) Tahap Komersialisasi

Semua Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin usahanya saat ini hanya bersifat rumahan belum ada yang mengembangkan atau memperluas pasarannya ke banyak daerah serta belum ada yang melouncing secara resmi produk dan memiliki toko.

Impilkasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam upaya pengembangan produk Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin harus memaksimalkan

produk hingga pemasarannya seperti terus melakukan inovasi dalam membuat produknya, mempelajari analisa bisnis dengan lebih banyak membaca artikel bisnis dan mengikuti pelatihan serta membuat kemasan semarik mungkin dan yang menjadi kendala saat ini adalah karena Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin beranggapan industri Pengrajin Sasirangan Khas Tapin Desa Timbaan Tapin hanya usaha rumahan dan banyak dikerjakan oleh ibu ibu mantan ibu rumah tangga sehingga pengalaman berwirausaha masih kurang dan tidak ada usaha memperluas pemasarannya hingga keluar daerah

DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association (1960).yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran. 2009.
- Assauri, Sofjan .2013. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta .
- Bodlaj.M, 2010. *Market orientation and degree of novelty', Managing Global Transitions*, (9), pp. 63–79
- Hamid, Edy Suandi dan Susilo, Y. Sri .2011. *Strategi Pengembangan Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Volume 12 Nomor 1, Juni 2011. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/> diakses 01 Maret 2020.
- Heizer, Jay dan Render, Barry .2016. *Manajemen Operasi*. Edisi Ketujuh Buku. 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Hepi Hapsari, Endah Djuwendah, Tuti Karyani .2008. *Peningkatan Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Salak Manonjaya*. Volume 19 Nomor 3 (2008). <http://journal.unpad.ac.id/>. diakses 01 Maret 2020.
- Iwu, M. M .2010. *Handbook of African Medicinal Plants*.: CRC Press. 164166. Boca Raton.
- Kabalmay, 2010. *Designing Qualitative Research*. Sage Publication. London.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane .2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga : Jakarta
- Kotler, Philip .2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. PT Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong .2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Laksana, Fajar .2008. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Nasution .2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Tarsito. Bandung.
- Sholihah, Anisah .2015. *Analisis strategi bersaing dalam pengembangan produk di home industri kelompok usahabersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo*. <http://eprints.walisongo.ac.id/>. diakses 01 Maret 2020.
- Stankovic dan Djukic .2004. *Challenges Of Strategic Marketing Of Tourist destination Under The crisis Conditions, Facta Universitatis, Series: Economics And Organization* Vol. 6, No 1, 2009, page 23 – 31, UDC 658.8 :338.48
- Sukmadinata, Nana Syoidih .2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Suparyanto & Rosad .2015. *Manajemen Pemasaran*, In Media, Yogyakarta
- Swastha, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. (edisi 2), Penerbit Liberty-Yogyakarta. Yogyakarta.

_____.2010.*ManajemenPenjualan: PelaksanaanPenjualan*, BPFE-
Yogyakarta.

Yoon danLilien .2011.*New industrial product performance: The effects of market
characteristics and strategy*. Journal product Innovation