

OPTIMALISASI BRANDING TIKAR MENDONG MELALUI STRATEGI LABELING MODERN DI DESA BLAYU KECAMATAN WAJAK KABUPATEN MALANG

Fatimah Siti Umairoh, Eva Dina Bella Septina, Indah Novitasari Nasution, Latifah Istidhamah, Sri Untari*

Universitas Negeri Malang Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, email penulis: fatimah.siti.2207116@students.um.ac.id

Surel: sri.untari.fis@um.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada desa mitra yang tepatnya di Desa Blayu Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang, yang berfokus pada (UMKM) produk tikar mendong. Adapun penghambat yang dihadapi oleh pengrajin tikar mendong ini adalah masih mengalami kesulitan dalam pemasarannya sehingga pendapatan pengrajin masih terhitung rendah. Tujuan dari program ini agar dapat menaikkan pendapatan masyarakat terutama bagi para pengrajin tikar mendong. Terdapat dua metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu pelatihan dan pendampingan pada masyarakat pengrajin tikar mendong yang menghasilkan tikar mendong kemasan, penciptaan labeling, dan pembuatan platform belanja online. Pola kemitraan dilakukan dengan cara memberi edukasi dalam hal marketing produk melalui online shop. Hasil dari kegiatan ini adalah para pengrajin tikar mendong sudah memiliki packaging ,labeling, dan sudah memiliki pemahaman mengenai pemasaran yang mengikuti perkembangan zaman melalui online shopp.

Kata kunci : Pengrajin Tikar Mendong, Marketing, Labeling, Packaging

ABSTRACT

Community service activities are carried out in partner villages, precisely in Blayu Village, Wajak District, Malang Regency, which focuses on (UMKM) mendong mat products. The obstacle faced by mendong mat craftsmen is that they still experience difficulties in marketing so that the craftsmen's income is still relatively low. The aim of this program is to increase people's income, especially mendong mat craftsmen. There are two methods used in this activity, namely training and assistance to the community of mendong mat craftsmen who produce packaged mendong mats, creating labeling, and creating an online shopping platform. The partnership pattern is carried out by providing education in terms of product marketing through online shops. The result

of this activity is that the mendong mat craftsmen already have packaging, labeling, and already have an understanding of marketing that keeps up with the times through online shops.

Keywords: mendong mat craftsmen, marketing, labeling, packaging

Article History

Received: November 2024

Reviewed: November 2024

Published: November 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.9765/Krepa.V218.3784

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Krepa.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Kabupaten Malang tepatnya Desa Blayu Kecamatan Wajak, memiliki potensi dalam peningkatan ekonomi melalui keberadaan usaha kecil rumahan di daerah tersebut. Salah satunya di Desa Blayu adalah usaha Tikar Mendong. Tikar Mendong adalah salah satu contoh produk unggulan di Kabupaten Malang dengan bahan baku berupa tanaman mendong yang

dibudidayakan di daerah Wajak. Tidak dapat dipungkiri melalui adanya usaha kecil rumahan ini berperan penting dan signifikan dalam hal peluang adanya lapangan kerja, pengembangan ekonomi daerah, serta pemerataan pendapatan di daerah Wajak.

Kerajinan Tikar Mendong ini sudah ada keberadaannya sejak tahun 1990 an, bahkan mencapai masa kejayaan pada tahun 1990. Keberadaan Tikar Mendong kini semakin punah setiap tahunnya. Hal tersebut terlihat dari menurunnya jumlah pengrajin yang memproduksi tikar mendong. Hanya beberapa pengrajin yang masih bertahan untuk memproduksi Tikar Mendong ini sebagai mata pencahariannya di desa Blayu. Banyak faktor yang membuat para pengrajin berhenti memproduksi Tikar Mendong ini, diantaranya yakni karena penghasilan dari memproduksi Tikar Mendong ini kurang mencukupi untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga dan banyaknya persaingan kerajinan tikar yang diproduksi oleh pabrik menggunakan bahan plastik dan karet. Tikar seperti ini memiliki keunggulan tahan air dan dinilai modern sehingga banyak peminatnya.

Tikar Mendong adalah salah satu usaha kerajinan rumahan yang tidak hanya berfungsi sebagai alas duduk namun juga memiliki nilai estetika pada bentuk motif dan warnanya. Hal tersebut yang melatarbelakangi tim peneliti untuk melaksanakan penelitian ini, di samping karena nilai estetika tikar mendong, kerajinan ini merupakan kerajinan yang sudah ada sejak dahulu dan sudah seharusnya kita sebagai generasi muda melestarikan budaya warisan yang sudah ada. Meskipun Tikar Mendong memiliki nilai artistik yang tinggi dengan motif dan warna yang unik, metode pemasaran yang masih tradisional menjadi salah satu kendala utama. Saat ini, penjualan Tikar Mendong masih dilakukan secara lokal melalui berjualan keliling dan di sekitar daerah Malang. Pendekatan ini terbukti sangat menguras tenaga dan finansial, serta membatasi jangkauan pasar secara signifikan. Akibatnya, pendapatan dari penjualan Tikar Mendong mengalami penurunan drastis.

Melihat tantangan yang ada, ada kebutuhan mendesak untuk mengadopsi strategi pemasaran yang lebih modern. Era digital menawarkan peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, peneliti berkeinginan untuk memberikan edukasi kepada pengrajin Tikar Mendong dalam hal strategi pemasaran digital agar dalam marketing ini dapat memberikan pemasukan yang maksimal dan menghemat energi maupun finansial. Sehingga pengrajin Kerajinan Tikar Mendong bisa mendapatkan penghasilan yang cukup dan membantu perekonomian masyarakat sekitar.

2. metode

Metode yang dianjurkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah penelitian tindakan (action research). Hal ini ditunjukkan oleh:

1. Siklus Berulang, Proses penelitian ini melalui siklus observasi, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang bersifat iteratif.
2. Fokus pada Masalah Praktis, Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengatasi masalah konkret yang dihadapi pengrajin tikar mendong di Desa Blayu, dengan peneliti aktif dalam mencari solusi.
3. Partisipasi Aktif, Pengrajin tikar mendong terlibat aktif dalam semua tahap penelitian.
4. Evaluasi Berkelanjutan, Evaluasi dilakukan secara berkala untuk meningkatkan kualitas intervensi.

Selain itu, metode kualitatif seperti Focus Group Discussion (FGD) dan observasi juga digunakan untuk menggali masalah dan mengumpulkan data. Pendekatan ini memadukan penelitian tindakan dengan metode kualitatif untuk menangani masalah yang kompleks secara efektif seperti yang dihadapi oleh pengrajin tikar mendong di Desa Blayu.

3. hasil dan pembahasan

3.1 Pembuatan design packaging dan labelling

Pada pembuatan design ini kami sebelumnya sudah berkoordinasi dengan pihak mitra, kami menjelaskan mengenai arti yang terdapat pada setiap ornamen. Pihak mitra setuju setelah didiskusikan dengan kepala desa. Mereka memang mengharapkan adanya inovasi

yang dapat meningkatkan nilai penjualan serta dikenalnya produk Tikar Mendong ini di khalayak luas. Melalui kegiatan pengabdian ini akan diberikannya edukasi dan inovasi untuk membangun perekonomian yang lebih baik.



Gambar 1. Sambutan ketua pelaksana



Gambar 2. Sambutan kepala desa



Gambar 3. Sambutan perwakilan pengrajin

3.2 sosialisasi urgensi marketing

Sosialisasi urgensi marketing menjadi pembuka dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat, hal ini didasari kurangnya pengetahuan mengenai pentingnya pemasaran sebuah produk untuk meningkatkan penjualan Tikar Mendong. Pada sosialisasi ini akan dijelaskan mengenai pengertian marketing hingga manfaat yang didapatkan dari marketing tersebut.

Masyarakat mengerti dan memahami pentingnya marketing untuk produknya dan tertarik untuk merealisasikan.



Gambar 4. sosialisasi urgensi marketing

3.3 strategi marketing

Pada kegiatan ini mengangkat tema “**strategi marketing**” yang disampaikan oleh narasumber Hanna Evriza F.R. pada pengabdian ini narasumber menyampaikan mengenai strategi yang dapat dilakukan agar penjualan dapat meningkat pesat. Pada penyampaian tema ini merupakan tindak lanjut dari penyampaian materi pertama mengenai urgensi marketing. Pada penyampaian ini tidak hanya strategi yang di sampaikan tetapi juga memberikan tutorial untuk membuat akun online shop (shoppe, tiktok ,lazada, blibli, tokopedia, instagram, dll). Masyarakat diarahkan untuk membuat akun dan mulai berjualan di online shop masing masing.



Gambar 5. Penyampaian strategi marketing oleh ahli



Gambar 6. Penyerahan vandel kepada kepala desa

3.4 labeling dan packaging

Pada kegiatan ini masyarakat akan dikenalkan dengan labeling dan juga packaging. Pada labeling ini seluruh masyarakat akan diberikan sampel untuk mengetahui labeling yang dapat digunakan untuk menjadi identitas dari produk tersebut. Pada bagian packaging ini kami mengenalkan design yang sangat simpel dan menarik, design packaging ini mirip dengan tempat korek api, yang di dasari dengan ornamen ornamen menggambarkan khas daerah setempat. seperti pada labeling yang terdapat gambar orang menenun Tikar Mendong yang menggambarkan kegiatan masyarakat saat melakukan produksi produk, gambar tanaman mendong yang artinya bahan dasar dari tikar tersebut, gambar tugu wajak yang artinya menjadi icon daerah tersebut, dan juga background biru yang menggambarkan warna khas malang.



Gambar 7. Labeling



Gambar 8. Packaging

3.5 pelaksanaan evaluasi kegiatan



Gambar 9. pelaksanaan evaluasi kegiatan



Gambar 10. Evaluasi kegiatan

Setelah kegiatan berlangsung, maka evaluasi kegiatan kami laksanakan pada 7 juli 2024, warga merasa sangat terbantu dengan adanya labelling dan design packaging yang diberikan.

Adanya labeling ini membuat produk menjadi lebih mudah dikenal serta designpackaging ini mampu menjadi referensi sehingga saat mereka menjual dan menaruh produk pada kemasan terlihat lebih mudah dan menarik. Menurut kepala desa setelah masyarakat memiliki akun online shop ini lebih banyak yang order serta nilai jual yang meningkat. Menurut salah satu pengrajin menyatakan bahwa mereka lebih mamahami tentang marketing dan juga sasaran yang di incar. Masyarakat masih terus belajar dan meningkatkan penjualan dengan berjualan di online shop dengan labelling dan packaging baru dari tikar mendong wajah.

Kesimpulan

Berdasarkan program kami yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa para pengrajin tikar mendong melalui pendampingan dan pelatihan yang telah dilakukan berhasil membuat akun belanja online seperti, shoppe, lazada, tokopedia, dan tiktokshopp. Para pengrajin tikar mendong juga telah memahami bagaimana pentingnya labeling dan packaging dalam sebuah produk melalui sosialisasi yang telah diberikan. Tujuan dari program ini ialah untuk dapat meningkatkan pendapatan masyarakat terutama bagi para pengrajin tikar mendong. Maka dari itu diharapkan bahwa pengrajin tikar mendong dapat melanjutkan program yang telah diberikan dengan cara tetap menggunakan labeling, packaging, dan menjual produk melalui media sosial secara online agar produk tikar mendong lebih banyak dikenal oleh khalayak umum.

ucapan terimakasih

Kami ucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Malang karena sudah memberikan kesempatan dan dukungan serta dana, sehingga kegiatan pengabdian mahasiswa ini dapat dilaksanakan dengan baik. Kami ucapkan terimakasih kepada bapak Kepala Desa yang telah memberi kami perizinan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian mahasiswa ini. Ucapan terimakasih kepada Narasumber atas bantuannya untuk mengisi materi dalam kegiatan sosialisasi. Kemudian, Kami ucapkan terimakasih kepada pengrajin tikar mendong serta warga sekitar yang telah bersedia untuk mengikuti dan mendukung kegiatan Pengabdian Mahasiswa ini, sehingga kegiatan pengabdian mahasiswa dapat berjalan dengan lancar.

Daftar Pustaka

- Ilmanoz, 2008. Strategi Pemasaran dan Pengendalian Mutu Produk.
[http// .www.Indoskripsi.com](http://www.Indoskripsi.com). Diakses tanggal 13 januari 2010.
- Utomo, Danang Tri. 2020. Strategi Pemasaran Anyaman Tikar Berbahan Baku Mendong (Cyperus Sp) di Kabupaten Wonogiri. Surakarta: Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.
- Hanipah, Eva. 2017. Analisis Sentra Industri Kerajinan Mendong di Kecamatan Purwaratu :Yogyakarta.
- Eko Mas, Fournita Agustina, dan Yudi Sapta Pranoto, Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan Yang Berbasis Potensi Lokal (Studi Kasus : Di Desa Delas Kecamatan Air Gegas Kabupaten Bangka Selatan), Jurnal PASTI Volume XII No. 3, universitas mercu Buana, (Desember 2018): 339 – 348
- Desa Lenek, Jumlah Perajin Tikar Mendong Di Desa Lenek Kecamatan Lenek kabupaten Lombok Timur, 2020,
- Tambunan, Tulus, Perekonomian Indonesia, Bogor, PT. Ghalia Indonesia, (2009:75).
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tentang Usaha Mikro, Kecill, dan Menengah, 2008.