

Strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun untuk meningkatkan daya saing

Ernawati^{1*}, Ratih Hurriyati², Puspo Dewi Dirgantari³

^{1,2,3} Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

Abstract

This research aims to recognize the ability and formulate a strategy of developing woven handicrafts Purun as the flagship product of Banjarbaru City. The approach is based on Porter's intensive strategy. The population in this study was all craftsmen-woven Purun while the sample was two groups of 45 craftsmen woven Purun in Kampung Purun Banjarbaru City. Data collection techniques with interviews, observations, and documents. Analytical techniques with descriptive analysis and SWOT analysis. The results showed that woven handicrafts Purun in Kampung Purun Banjarbaru city have considerable potential to be developed because it is a superior product. Increasing aspects of production, labor, marketing, capital, business management, and organization is an important aspect in the management of business development woven crafts Purun. While the political and regulatory, social and cultural aspects and technology is an aspect that can be an opportunity for the development of woven handicraft business Purun. Development strategy so that woven craft Purun becomes a superior product and can compete in the market is with incentive strategies, namely market penetration strategies, business strengthening strategies and product development strategies.

Keywords: Strategy, development, Purun, featured products

Abstrak

Riset bertujuan guna mengenali kemampuan serta merumuskan strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun sebagai produk unggulan Kota Banjarbaru. Pendekatan didasarkan pada strategi intensif Porter. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha pengrajin anyaman Purun sedangkan sampel adalah dua kelompok sebanyak 45 orang pengrajin anyaman Purun di Kampung Purun Kota Banjarbaru. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumen. Teknik analisis dengan analisis deskriptif serta analisis SWOT. Hasil riset menemukan bahwa kerajinan anyaman Purun pada Kampung Purun Kota Banjarbaru mempunyai potensi yang cukup besar untuk dikembangkan karena merupakan produk unggulan. Peningkatan aspek produksi, tenaga kerja, pemasaran, modal, manajemen usaha, dan organisasi merupakan aspek yang penting dalam manajemen pengembangan usaha kerajinan anyaman Purun. Sedangkan aspek politik dan regulasi, sosial dan budaya serta teknologi merupakan aspek yang dapat menjadi peluang untuk perkembangan usaha kerajinan anyaman Purun. Strategi pengembangan untuk menjadikan kerajinan anyaman Purun menjadi produk unggulan dan bisa bersaing di pasar adalah dengan strategi insentif yaitu strategi penetrasi pasar, strategi penguatan usaha dan strategi pengembangan produk.

Kata kunci: Strategi, pengembangan, Purun, produk unggulan

Permalink/DOI : <https://doi.org/10.21067/jem.v17i1.5215>

How to cite : Ernawati, E., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(1), 27–40.

Article info : Received: Desember 2020; Revised: Januari 2021; Accepted: Februari 2021

Alamat korespondensi*:
Universitas Pendidikan Indonesia
Jl. Dr. Setiabudhi No.229 Bandung, Indonesia
E-mail: ernawati21@upi.edu

ISSN 0216-373X (print)
ISSN 2502-4578 (online)

Pendahuluan

Purun adalah salah satu jenis tumbuhan liar yang banyak tumbuh dan berkembang di lahan rawa Kalimantan Selatan. Kalimantan Selatan mempunyai bahan baku tumbuhan Purun yang cukup potensial, mengingat sebagian besar wilayah Kalimantan Selatan terdiri dari rawa rawa yang selalu tergenang air sepanjang tahun dan memiliki struktur tanah gambut yang sifatnya adalah asam (PH-7) yang merupakan tempat tumbuh tanaman Purun (Wianto *et al.*, 2011). Purun merupakan bahan baku yang bisa diolah kerajinan anyaman yang mempunyai potensi besar untuk dikembangkan (Harsono, 2013).

Daerah-daerah yang merupakan sentra kegiatan industri kerajinan anyaman Purun, hampir semua ada di 13 Kabupaten/Kota di Kalimantan selatan yaitu kota Banjarmasin, kota Banjarbaru, Kabupaten Batola, Kabupaten Banjar, Kabupaten Tapin, Kabupaten Hulu Sungai Utara, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Kabupaten Balangan dan Kabupaten Tanah Laut.

Kelurahan Palam Kota Banjarbaru merupakan salah satu daerah yang banyak terdapat tumbuhan Purun. Pekerjaan masyarakat selain bertani mereka juga sebagai pengrajin anyaman Purun. Nama aslinya adalah Kelurahan Palam. Dijuluki Kampung Purun karena hampir seluruh warganya, terutama wanita pandai menganyam Purun. Masyarakat Kelurahan Palam memiliki keterampilan khusus yang diturunkan secara turun temurun diwariskan dari orang tua mereka yakni keterampilan menganyam. Hasil anyaman Purun merupakan produk kerajinan yang bernilai seni.

Sejak dirintis oleh Lurah Palam awal tahun 2016 lalu, Kampung Purun terus menunjukkan perkembangannya, terlihat dari banyaknya kunjungan-kunjungan dari berbagai kalangan, wisatawan lokal maupun mancanegara baik yang awalnya hanya penasaran ingin tahu dan membeli oleh-oleh.

Untuk memperkuat usaha kerajinan anyaman Purun maka dibentuklah kelompok-kelompok kerajinan Purun di kampung ini seperti Galoeh Tjempaka, Al Firdaus, Galoeh Banjar, setiap kelompok mempunyai anggota 20-25 orang pengrajin anyaman Purun. Hal ini sesuai dengan penelitian Apriyanti (2014) bahwa sangatlah sulit untuk dapat berhasil dalam menguasai pasar dengan kekuatan sendiri, dengan strategi bergabung (aliansi) perusahaan mendapatkan suatu nilai yang saling menguntungkan.

Selama dua tahun terakhir terjadi penurunan penjualan. Salah satu Ketua Kelompok Usaha Kerajinan Anyaman Purun Galoeh Tjempaka mengatakan mulai dua bulan terakhir tahun 2018 terjadi penurunan pesanan baik dari pemerintah maupun swasta. Selanjutnya tahun 2020 masa pandemi semakin menurunkan penjualan karena sepi pengunjung yang datang ke Banjarbaru. Hal ini berpengaruh pada penurunan pendapatan anggotanya.

Untuk itu penelitian ini bertujuan mengkaji potensi kerajinan anyaman Purun yang menjadi unggulan di Kota Banjarbaru. selain itu merumuskan suatu strategi yang diperlukan dalam pengembangan kerajinan anyaman Purun di kota Banjarbaru sehingga mampu bersaing di pasar.

Kerajinan anyaman Purun dapat bersaing dengan kerajinan anyaman yang terbuat dari plastik dan tas belanja yang terbuat dari kain. Sehingga strategi tersebut dapat berorientasi pada keinginan pasar atau konsumen agar kerajinan anyaman Purun semakin dikenal masyarakat dan diminati.

Penelitian terdahulu mengenai kerajinan anyaman seperti yang dilakukan oleh Wahdah dan Amalia (2016) menunjukkan bahwa peningkatan usaha kerajinan tenun di Kabupaten Hulu Sungai Utara, diperlu peningkatan kualitas produk, peningkatan pemasaran dan kemampuan untuk bersaing dengan produk sejenis lainnya, serta peningkatan kelembagaan. Dukungan dari pemerintah daerah dan

instansi terkait lainnya seperti pelatihan dan bantuan usaha diharapkan dapat meningkatkan daya saing.

Selain itu penelitian Rahayu *et al.* (2018) menunjukkan bahwa peran pengembangan SDM, pemanfaatan teknologi, akses keuangan dan permodalan, akses pemasaran, akses informasi, dan manajemen sangat penting dalam mengembangkan industri kerajinan anyaman di Kabupaten. Peran instansi daerah dalam memberikan bimbingan/pelatihan serta fasilitasi lainnya mampu mendorong upaya meningkatkan daya saing industri kerajinan anyaman secara berkelanjutan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini memiliki orisinalitas dan karakter karena berfokus pada masyarakat pengrajin anyaman Purun di Kampung Purun Kota Banjarbaru. Kampung Purun yang merupakan kampung yang akan dijadikan destinasi wisata dan edukasi bagi masyarakat Kota Banjarbaru mempunyai keunikan tersendiri baik dari sisi tipologi daerah, karakteristik produk dan sifat masyarakat sebagai pengrajin di daerah itu. Penelitian ini merupakan kajian aplikasi dari bidang manajemen terutama strategi produk dan pemasaran yang diharapkan dapat memberikan saran dan rekomendasi bagi penguatan ekonomi masyarakat melalui pengembangan hasil usaha kerajinan anyaman Purun.

Pemasaran yang sukses melibatkan tersedianya produk yang tepat di tempat yang tepat pada waktu yang tepat dan memastikan bahwa pelanggan mengetahui produk tersebut (Westwood, 2016).

Syarat rencana pemasaran digunakan untuk menggambarkan metode penerapan sumber daya pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran. Sumber daya dan tujuan akan bervariasi dari perusahaan ke perusahaan dan juga akan berubah seiring waktu. Perencanaan pemasaran digunakan untuk mengelompokkan pasar, mengidentifikasi posisi pasar, memperkirakan ukuran pasar, dan

merencanakan pangsa pasar yang layak dalam setiap segmen pasar.

Proses utama yang digunakan dalam analisis situasi adalah analisis SWOT. Kekuatan dan kelemahan mengacu pada perusahaan dan produk sedangkan peluang dan ancaman mengacu pada faktor eksternal yang berada diluar perusahaan dan tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Analisis SWOT melibatkan pemahaman dan analisis kekuatan dan kelemahan untuk mengidentifikasi ancaman terhadap bisnis dan peluang di pasar. Analisis SWOT menanyakan pertanyaan-pertanyaan yang akan membantu untuk memutuskan apakah perusahaan dan produk benar-benar dapat memenuhi rencana dan apa kendala yang akan dihadapi. Dalam melakukan analisis SWOT biasanya membuat daftar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Westwood, 2016).

Pengembangan strategi dan taktik bertujuan agar perusahaan mampu bersaing dalam setiap keadaan, terutama pada saat kondisi ekonomi dan politik yang kurang menguntungkan. Untuk perusahaan harus mempunyai keunggulan bersaing.

Penelitian Ahmedova (2015) menunjukkan bahwa dalam kondisi kontemporer modern, persaingan sangat menentukan untuk pengembangan bisnis, sementara daya saing adalah kondisi yang paling penting untuk pengembangan bisnis. Tingkat keterkaitan yang tinggi yang diamati antara semua faktor daya saing menekankan pentingnya langkah-langkah sistem yang lebih terintegrasi untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Akses keuangan yang difasilitasi akan digabungkan dengan langkah-langkah untuk implementasi praktik terbaik, stimulasi inovasi, pendaftaran kekayaan intelektual dan peningkatan internasionalisasi.

Penelitian Anton *et al.* (2015) didasarkan pada Model Daya Saing Porter yang berisi kondisi faktor, kondisi permintaan, industri terkait dan pendukung

dan strategi bisnis, mengidentifikasi bahwa sumber daya saing UKM adalah ditingkat inovasi, kewirausahaan, sumber daya manusia, sumber daya keuangan, pasar potensial dan strategi bisnis.

Hales dan Mclarney (2017) berpendapat bahwa ada 3 (tiga) pilihan strategi generik Porter yang bisa dilakukan bagi perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, yaitu strategi kepemimpinan biaya rendah (*the cost of leadership*), Strategi differensiasi, dan strategi fokus.

Untuk implementasi strategi strategi tersebut memerlukan usaha intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk produk yang ada disebut sebagai strategi insentif. Ada 3 strategi insentif yaitu:

Market Penetration Strategy

Strategi ini berusaha untuk meningkatkan *market share* suatu produk atau jasa melalui usaha usaha pemasaran yang lebih besar. Strategi ini dapat dilaksanakan bersama strategi lain untuk dapat menambah jumlah tenaga penjual, biaya iklan, meningkatkan untuk promosi penjualan. meningkatkan pangsa pasar dengan usaha pemasaran yang maksimal.

Market development strategy

Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk produk atau jasa yang ada sekarang ke daerah daerah yang belum dimasuki pasar.

Product development strategy

Strategi ini merupakan strategi yang bertujuan supaya perusahaan dapat mengembangkan penjualan dengan cara meningkatkan atau memodifikasi produk yang ada sekarang. Produk-produk yang ada di modifikasi dengan berbagai variasi yang bisa menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut (Hales & Mclarney, 2017).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif

karena data yang digunakan untuk penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan dilapangan. Selanjutnya dikonstruksikan dalam suatu tema yang lebih bermakna dan mudah dipahami (Sugiyono, 2017).

Pada riset ini guna mengkaji kemampuan serta mendeskripsikan strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun sebagai produk unggulan di Kampung Purun Kota Banjarbaru. Populasi pada penelitian ini seluruh pelaku usaha pengrajin anyaman Purun di Kota Banjarbaru, sedangkan sampel diambil adalah dua kelompok pengrajin anyaman Purun di Kampung Purun Banjarbaru yang berjumlah 45 orang.

Sumber data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Untuk mendapatkan data tersebut dilibatkan tiga kelompok yaitu kelompok pengrajin anyaman Purun, konsumen dan pemerintah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah hasil wawancara, observasi, dan pengumpulan informasi serta dokumen yang berkaitan dengan konteks penelitian ini.

Informasi sekunder didapatkan dengan metode dokumentasi dari hasil-hasil laporan lembaga terkait di Kota Banjarbaru. Teknik analisis data dengan teknik analisis deskriptif dan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) untuk melihat kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dialami pengrajin kerajinan anyaman Purun serta strategi pengembangannya.

Hasil

Produk yang Ditawarkan

Produk kerajinan anyaman Purun di Kampung Purun Banjarbaru ada 3 (tiga) jenis yaitu bentuk anyaman yang tradisional, bentuk anyaman yang telah dimodifikasi dan bentuk anyaman sesuai motif khas Banjar. Produk kerajinan anyaman Purun tradisional berupa tikar Purun polos dan warna, tikar bintang, topi

Purun biasa dan lebar, bakul dan kampil. Sedangkan produk anyaman Purun yang mengalami modifikasi berupa tas Purun, dompet Purun, tempat tisu, tempat dan alas gelas serta sandal dari Purun. Selain itu motif kerajinan anyaman Purun yang disesuaikan dengan motif khas Banjar berupa motif saluang mudik, motif belang catur, motif mata punai, motif anyaman dua dan anyaman tiga serta motif liris. Kerajinan anyaman Purun yang dikreasi dapat menambah nilai tinggi (Suprpto, 2019).

Ada juga yang mengklasifikasikan dua tipe anyaman Purun, yaitu anyaman datar, serta anyaman 3 (tiga) dimensi. Anyaman datar merupakan anyaman yang dibuat rata, pipih serta lebar. Umumnya digunakan buat tikar, taplak meja, bilik rumah tradisional serta benda hias yang lain. Anyaman 3 (tiga) dimensi merupakan tipe kerajinan anyaman Purun yang telah dimodifikasi seperti tas, tempat tissue dan tempat pensil.

Skema Klasifikasi Produk

Berdasarkan skema klasifikasi produk, keunggulan kerajinan anyaman Purun:

Daya Tahan Produk (*Durability*)

Produk kerajinan anyaman Purun masuk dalam tipe produk yang tahan lama tetapi ramah lingkungan. Kerajinan anyaman Purun ini bisa dipakai beberapa kali pemakaian. Supaya produk anyaman ini tahan lama harus disimpan ditempat yang kering. Untuk umur ekonomis dalam kondisi pemakaian yang wajar lebih dari satu tahun. Cocok sekali sebagai pengganti kantong plastik dengan anyaman Purun yang tahan lama dan ramah lingkungan.

Keberwujudan (*Tangibility*)

Berdasarkan keberwujudannya, Produk kerajinan anyaman Purun ini termasuk dalam jenis produk yang *tangible dominant*. Maksudnya, produk tersebut benar-benar berwujud barang yang dapat terlihat dan dirasakan oleh panca indera manusia.

Kegunaan (*Use*)

Produk kerajinan anyaman Purun seperti tikar, tas, bakul, tempat tisu, topi dan

lain lain dapat digunakan untuk keperluan sehari-hari dan beberapa kali artinya barang ini memiliki frekuensi pembelian rendah karena tahan lama.

Analisis SWOT

Analisis Lingkungan Internal

Analisis SWOT untuk menggali kekuatan dan mengatasi kelemahan, mengambil peluang dan mempertahankan bisnis dari ancaman. Ini adalah salah satu bagian terpenting dari proses perencanaan (Westwood, 2016). Suatu bentuk analisis didalam manajemen perusahaan atau organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang baik untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek atau tujuan jangka panjang.

Analisis internal dari kerajinan anyaman Purun di Kampung Purun Banjarbaru dengan melihat kekuatan dan kelemahan dalam usaha kelompok tersebut. Kekuatan merupakan situasi atau kondisi dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang perlu dilakukan dalam analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan dibandingkan dengan para pesaingnya. Kelemahan merupakan situasi atau kondisi kekurangan dari organisasi atau perusahaan pada saat ini. Mencari kendala yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan dalam mengembangkan usahanya.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan analisis pada kerajinan anyaman Purun di Kampung Purun Banjarbaru dilihat dari beberapa faktor.

Berdasarkan penelitian Rahayu *et al.* (2018) bahwa peran pengembangan SDM, pemanfaatan teknologi, akses keuangan dan permodalan, akses pemasaran, akses informasi, dan manajemen sangat penting dalam meningkatkan industri kerajinan. Pengembangan UKM di antara lain: a) masih rendahnya keterampilan dan daya inovasi dari SDM; b) masih kurangnya motivasi dan jiwa kewirausahaan dari para

pengrajin; c) sebagian bahan baku masih didatangkan dari luar sehingga perlu adanya kerjasama antara penyedia bahan baku dengan pengusaha atau pengrajin demi tersedianya bahan baku secara kontinyu; d) masih rendahnya pengelolaan keuangan dan akses permodalan; e) masih terbatasnya informasi yang dapat diakses oleh pengusaha/pengrajin sehingga kurang dapat mengikuti *trend* permintaan pasar; f) masih terbatasnya promosi untuk memperluas penjualan hasil produksi (Rahayu *et al.*, 2018).

Faktor Produksi

Faktor produksi mencakup bahan dasar dan peralatan dan cara produksi.

Bahan baku

Bahan baku ialah persyaratan mutlak suatu produksi. Bahan baku dapat menentukan mutu dari produk yang dihasilkan, oleh karena itu perlu adanya jaminan tersedianya bahan baku yang memenuhi persyaratan yaitu bermutu baik, mudah diperoleh dan ada dalam jumlah yang cukup.

Bahan baku yang dipakai pengrajin anyaman Purun di Kampung Purun Banjarbaru adalah Purun. Purun merupakan tanaman tipe rumput liar yang hanya tumbuh di daerah rawa atau daerah lebak, sehingga potensi tanaman ini cukup besar di Kalimantan Selatan, khususnya banyak ditemukan di Kampung Purun. Pada Kelurahan Palam Purun tumbuh dengan sendirinya dan tidak memerlukan pemeliharaan. Oleh karena itu, usaha kerajinan anyaman Purun sangat layak dikembangkan dilihat dari keberlanjutan ketersediaan bahan baku.

Walau demikian, karena sekarang banyaknya pengrajin yang memerlukan Purun maka pengrajin anyaman Purun banyak yang membeli dari pengumpul Purun disekitar Banjarbaru. Karena itu tanaman Purun perlu dibudidayakan.

Peralatan dan Teknologi produksi

Cara kerajinan anyaman Purun ini memerlukan proses penyiapan bahan baku, yaitu pemilihan jenis bahan baku yang sesuai dengan desain bentuk dan warna produk yang hendak dibuat. Setelah itu cara pemipihan dengan ditumbuk menggunakan alat tumbuk dan dikeringkan dengan penjemuran.

Pada proses produksi untuk membuat anyaman Purun adalah pembuatan anyaman Purun dimulai dengan penyiapan bahan baku, penjamuran Purun yang dilakukan selama 3 (tiga) hari kalau matahari bersinar cerah sedangkan kalau ada hujan maka penjemuran bisa semakin lama bahkan sampai 1 minggu. Setelah Purun kering maka Purun ditumbuk sampai menjadi pipih selanjutnya Purun dapat diberikan pewarna sesuai yang diinginkan dengan pewarna Purun. Kemudian Purun dapat dianyam menjadi barang sesuai yang diinginkan. Aktivitas cara kerajinan anyaman Purun dikerjakan dengan menggunakan alat sederhana sehingga sangat mudah dikerjakan oleh siapapun termasuk ibu-ibu rumah-tangga.

Pengadaan sarana produksi dan bahan baku usaha kerajinan anyaman Purun ada yang diupayakan sendiri oleh pengrajin dan ada pula yang disediakan oleh ketua kelompok bersama atau pedagang pengumpul. Bahan baku dan penunjang industri kerajinan anyaman Purun yang biasa digunakan oleh para pengrajin adalah Purun, rotan, kain, benang jahit, kancing, batok kelapa, lem, bahan pewarna, vernis, resleiting, tambang dan kertas.

Untuk pengembangan kerajinan anyaman Purun di Kampung Purun. Tahun 2019 Kementerian Hidup dan Kehutanan (KLHK) memperlihatkan alat pletes Purun kepada pengrajin anyaman Purun di Kampung Purun Banjarbaru guna membantu pengembangan produktivitas. Pemerintah membantu memberikan alat kerja mekanik pertama dengan

memberikan alat menumbuk dan mengilas Purun kepada kelompok pengrajin.

Faktor Tenaga Kerja

Kerajinan anyaman Purun di Kampung Purun Kelurahan Palam Banjarbaru telah dilakukan dengan cara turun temurun. Oleh karena itu, masyarakat warga Kampung Purun memiliki kemampuan dalam membuat kerajinan anyaman Purun. Bahkan anak remaja pun sudah banyak yang turut dalam pengolahan anyaman Purun. Dulu pengrajin anyaman Purun merupakan pekerjaan sampingan dari pekerjaan sebagai petani dan buruh.

Keterampilan dalam membuat produk anyaman yang dimiliki pengrajin secara turun temurun hanya meliputi teknik dasar pembuatan anyaman, sementara untuk kemampuan yang sifatnya inovasi produk seperti bentuk, konsep, serta metode pembuatan didapatkan melalui latihan kerja (*training*), kursus, pendidikan lanjutan yang diberikan oleh pihak pemerintah maupun swasta. Usaha kerajinan anyaman memiliki dukungan sumberdaya manusia yang ahli serta berpengalaman cukup lama.

Terdapat tiga sub kegiatan tenaga kerja pada pengrajin anyaman Purun yaitu, ibu rumah tangga yang bekerja sebagai pengrajin anyaman Purun dan petani yang membuat anyaman Purun sebagai usaha sampingan.

Kedua, mereka yang bekerja yaitu pengumpul, produsen dan sekaligus memasarkan hasil. Kerajinan anyaman Purun dasar yang dimodifikasi dengan materi lainnya, dibangun dengan berbagai kreativitas dan keahlian.

Ketiga, mereka yang bertugas sebagai pengumpul dan memasarkan, adalah mereka yang beraktivitas hanya mengumpulkan hasil anyaman terutama hasil anyaman dasar dan langsung memasarkan hasilnya baik berupa anyaman dasar maupun produksi hasil akhir kreativitas dari anyaman Purun tersebut.

Faktor Pemasaran

Kerajinan anyaman Purun merupakan kerajinan lokal yang dapat dikembangkan

untuk bisa masuk ke pasar global, bahan baku yang diolah bisa menjadi produk yang bernilai tinggi. Bahan baku semacam ini disukai pelanggan negara-negara maju sebab ramah lingkungan. Kesempatan memasarkan kerajinan anyaman Purun masih cukup besar, baik di pasar nasional maupun internasional.

Pada umumnya penjualan hasil kerajinan anyaman Purun didapat dari pembeli yang langsung ketempat pengrajin. Konsumen yang datang langsung ke tempat pengrajin biasanya para pedagang atau konsumen langsung. Pemasaran dilakukan dengan promosi digera gerai depan rumah pengrajin atau ketua kelompok. Selain itu pemasaran mulai dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook dan Youtube. Karakteristik unik media sosial semacam interaktivitas serta individualisasi, integrasi saluran komunikasi serta penyaluran produk. Kedekatan dan pengumpulan informasi berdampak pada kerangka komunikasi pemasaran tradisional (Valos *et al.*, 2016).

Digital marketing memudahkan promosi penjualan sehingga banyak perusahaan kini lebih canggih untuk memasarkan produknya. Satu di antaranya penggunaan media sosial. Media sosial dan pemasaran digital dapat digunakan untuk memindahkan konsumen dari kesadaran merek ke loyalitas merek (Uzo & Nzegwu, 2018).

Sesuai dengan penelitian (Vianna *et al.*, 2016) ada hubungan positif antara persepsi konsumen tentang kampanye iklan yang diposting di jaringan, pemasaran viral, *brand awarness*, dan niat membeli.

Selain itu keseriusan pemerintah kota Banjarbaru dalam mengembangkan kerajinan lokal berbahan Purun sangat diperlukan, Pemerintah Banjarbaru juga membantu kerajinan anyaman Purun dalam promosi dan pemasaran produk melalui event dan pameran secara nasional dan internasional.

Faktor Permodalan

Modal merupakan faktor penting dalam menjalankan setiap usaha dan harus tersedia dalam menunjang proses produksi, dengan tersedianya modal dalam jumlah yang cukup maka proses produksi dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, modal yang tersedia akan sangat menentukan hasil yang akan diperoleh.

Modal yang digunakan oleh pengrajin anyaman Purun diperoleh dari tabungan sendiri atau dibantu oleh keluarga. Pengrajin anyaman Purun ada yang masih kekurangan modal dalam meningkatkan usaha. Pengrajin anyaman Purun kerap kali dibantu oleh ketua kelompok dalam permodalan. Bantuan bisa dalam bentuk bahan baku, di mana biaya pembelian bahan baku tersebut akan dilunasi pada saat mereka selesai mengolah produk kerajinan.

Selain itu ada kelompok pengrajin anyaman Purun sudah membentuk koperasi sehingga untuk modal anggota bisa didapat dari koperasi tersebut. Setiap produk yang terjual dari anggota kelompok tersebut wajib menyumbang seribu rupiah guna keberlangsungan berjalannya koperasi.

Faktor Manajemen Usaha dan Organisasi

Usaha pengolahan kerajinan anyaman Purun Kelurahan Palam Kota Banjarbaru telah berjalan lama dan dilakukan secara turun-temurun. Mulai tahun 2016 terbentuklah Kampung Purun, pada perkembangannya terlihat upaya pengembangan dengan telah dibangun kelompok-kelompok kerajinan usaha. Terdapat 3 (tiga) kelompok pengrajin Purun di Kampung Purun yaitu Galoeh Tjempaka, Al Firdaus dan Galoeh Banjar. Meskipun sudah ada kelompok pengrajin anyaman Purun, tetapi untuk manajemen usaha kelompok masih perlu diperbaiki seperti struktur organisasi, pencatatan laporan keuangan, pencatatan pembukuan, modal, pendapatan serta keuntungan secara baik.

Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal suatu usaha adalah suatu kekuatan dan trend yang berasal dari luar perusahaan yang dapat menimbulkan peluang atau ancaman. Kekuatan ini bersifat *uncontrollable* dan harus dimonitor dan evaluasi oleh perusahaan atau organisasi. Lingkungan eksternal antara lain meliputi politik dan regulasi, sosial dan budaya, dan perkembangan teknologi (Westwood, 2016)

Faktor Politik dan Regulasi

Keputusan pemasaran sangat dipengaruhi oleh perkembangan dalam lingkungan politik yang terdiri dari hukum, badan pemerintah dan kelompok berpengaruh. Seperti pengaturan pemerintah untuk melindungi kepentingan konsumen dari perilaku bisnis yang tidak terkendalikan.

Keadaan politik dan hukum di Indonesia merupakan salah satu lingkungan diluar perusahaan yang sangat berpengaruh terhadap aktivitas bisnis suatu perusahaan. Untuk itu, faktor ini perlu untuk di analisis guna mengetahui apa ancaman dan peluang yang akan dihadapi oleh perusahaan sehingga perusahaan dapat mempersiapkan secara matang untuk menghadapi keadaan ini.

Untuk usaha kerajinan anyaman Purun di Kampung Purun sangat didukung oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Pada awalnya, kerajinan Purun ini sudah ada sejak lama, pada tahun 2016 baru dikenal oleh masyarakat semenjak walikota Banjarbaru Nadjmi Adhani meresmikan tempat ini sebagai kampung tematik yaitu Kampung Purun,

Kawasan Kelurahan Palam Kota Banjarbaru menjadi kawasan kampung tematik yang menyediakan destinasi alami. Seiring dengan gencarnya Pemerintah Kota Banjarbaru mempromosikan wisata yang ada di Banjarbaru, kampung Purun termasuk destinasi wisata yang diunggulkan dan akan dijadikan sebagai destinasi wisata

dan edukasi. Kampung ini tidak hanya menyediakan produk-produk asli dari Purun yang merupakan kearifan lokal, tetapi juga memberikan pelajaran untuk mengenal tumbuhan Purun dan cara mengolahnya.

Kemudian pemerintah memberikan bantuan berupa pembekalan pelatihan pembuatan Purun yang diikuti oleh semua pengrajin, selanjutnya pemerintah sendiri mempromosikan produk kerajinan ini secara nasional dan internasional.

Walikota Banjarbaru juga mengatakan pengerjaan kerajinan Purun ini sebenarnya tidak terlalu sulit, namun juga tidak terlalu mudah, tergantung kemampuan seorang pengrajinnya. Hanya saja waktu pembuatannya yang bisa berhari hari, tergantung permintaan.

Selain itu pemerintah memberikan barang pletes Purun adalah sebuah alat terbuat dari bahan besi dengan bagian utama dua buah batangan besi yang berfungsi sebagai penggilas batang Purun supaya bisa menjadi pipih.

Adanya larangan penggunaan kantong plastik sebagai implementasi kebijakan nasional dalam mengurangi sampah plastik sebagaimana amanat Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah ditambah lagi Peraturan Bupati Nomor 5 Tahun 2019 tentang Pengurangan Pemakaian Kantong Plastik. Hal dapat memberikan peluang untuk pengembangan anyaman Purun sebagai pengganti kantong plastik belanja.

Faktor Sosial dan Budaya

Pada tahun 2007 industri kerajinan anyaman Purun berhasil masuk rekor MURI sebagai anyaman Purun terpanjang di dunia dan ini mengharumkan nama daerah Kalimantan Selatan. Rekor ini memberikan makna eksistensinya terhadap pemerintah daerah Kalimantan Selatan sebagai komoditas unggulan.

Daerah yang berpotensi mempunyai SDA sebagai sumber bahan baku dan SDM yang terampil dapat memperoleh manfaat skala ekonomi, lokasi ekonomi dan tenaga

kerja yang berdekatan guna mendorong pertumbuhan ekonomi regional.

Industri kerajinan anyaman Purun merupakan salah satu dari sepuluh produk atau komoditas unggulan daerah Kalimantan Selatan dari sektor perdagangan. Untuk digolongkan sebagai produk unggulan maka produk mempunyai karakteristik yaitu menggunakan bahan baku lokal, mempunyai potensi untuk dikembangkan dan ditingkatkan kapasitasnya, produk turun temurun, dan mempunyai berdaya saing, mampu menyerap tenaga kerja dan memiliki nilai tambah serta memiliki pasar lokal, regional dan nasional. Industri kerajinan anyaman Purun memenuhi kriteria tersebut.

Usaha anyaman Purun ini memanfaatkan bahan alam sebagai produk bernilai tambah walaupun sebelumnya bahan Purun ini dianggap sebagai tumbuhan liar yang tidak bisa digunakan. Selain itu kerajinan anyaman Purun mempunyai potensi untuk dikembangkan, produk turun temurun dan berdaya saing sehingga mempunyai makna sebagai pelestarian budaya daerah Kalimantan Selatan.

Faktor perkembangan teknologi

Perubahan teknologi memberikan dampak pada perubahan gaya hidup dan pola konsumsi pasar. Untuk itu dibutuhkan adanya pembaharuan untuk menghasilkan pemikiran kreatif produk baru yang berorientasi pasar karena adanya kebutuhan konsumen yang harus dilengkapi. Pemasaran produk kerajinan anyaman Purun tidak bisa lagi hanya menunggu ditempat tetapi harus memasarkan produk dengan menggunakan media digital

Pada perkembangan teknologi, Pentingnya media digital dan bisnis untuk meningkatkan pendapatan dan memasarkan produknya dengan lebih baik. Strategi pemasaran yang bijak dapat meningkatkan pangsa pasar berbagai merek

(terutama usaha baru) dibandingkan media konvensional (Ahmed *et al.*, 2015).

Saluran media digital interaktif mempunyai pengaruh langsung yang positif dan signifikan tentang brand awareness. Hasil

selanjutnya mengungkapkan bahwa nilai yang dirasakan, kepercayaan, dan perkataan mulut sebagai faktor mediasi, dan internet dan smartphone sebagai variabel moderasi dampak yang signifikan dan berpengaruh

Tabel 1. Analisis SWOT Kerajinan Anyaman Purun di Kampung Purun

<p>Internal</p>	<p><u>Strenghts</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tersedianya bahan baku produk • Tersedianya tenaga kerja lokal yang mempunyai ketrampilan turun temurun dalam menganyam Purun. • Produk kerajinan anyaman yang ramah lingkungan. • Keunikan produk karena produk lokal. 	<p><u>Weaknesses</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pendidikan pengrajin yang masih rendah sehingga inovasi dan penganekaragaman produk masih rendah • Pengetahuan pasar, kesesuaian produk dengan trend pasar, pemasaran online dan promosi melalui pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah. • Peralatan sederhana • Kurangnya modal pengrajin.
<p>Eksternal</p> <p><u>Opportunities</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dukungan pemerintah untuk menjadikan kerajinan anyaman Purun sebagai produk nasional dan ekspor, melalui event pameran produk kerajinan daerah. • Bantuan pemerintah untuk alat peretas Purun agar proses produksi lebih cepat. • Peraturan pemerintah melarang penggunaan kantong plastik dengan mengganti kantong belanja ramah lingkungan seperti Purun. • Kampung Purun dijadikan sebagai destinasi wisata • Pasar luar negeri yang masih terbuka untuk pemasaran produk. 	<p><u>Strategi S-O</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Menumbuhkan motivasi dan kreatifitas kewirausahaan untuk memproduksi dan inovasi kerajinan anyaman Purun. • Memperluas pasar melalui pameran internasional. 	<p><u>Strategi W-O</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan pendidikan dan pelatihan yang lebih ditujukan pada peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dalam produksi, inovasi produk serta pemasaran. • Perlu memperhatikan perubahan perilaku pasar dan konsumen
<p><u>Threats</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya pesaing dari daerah lain • Bahan yang mudah rusak bila barang ditempat yang lembab • Kesulitan dalam memproduksi dalam jumlah banyak karena pengerjaan anyaman belum bisa menggunakan mesin. • Tidak semua orang menyukai hasil kerajinan anyaman Purun. 	<p><u>Strategi S-T</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan ruang pamer disetiap kelompok usaha sebagai la y a n a n pengembangan usaha yang mencakup kegiatan produksi, pemasaran untuk promosi produk, kerjasama dengan kemitraan dan penerapan teknologi tepat guna. • Menumbuhkan wirausaha baru • Melakukan regenerasi melalui pelatihan berbasis teknologi. 	<p><u>Strategi W-T</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Selain bisa mempertahankan pasar, bisa menciptakan peluang kerja dan pasar untuk pengrajin anyaman Purun guna kebutuhan lokal, nasional dan ekspor. • Membuat kebijakan atau h i m b a u a n u n t u k membudayakan hasil kerajinan anyaman Purun yang ramah lingkungan.

dalam hubungan alat media digital interaktif dan brand awareness (Ahmed *et al.*, 2017).

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan analisis SWOT pada Kerajinan Anyaman Purun Di Kampung Purun Banjarbaru seperti Tabel 1.

Pembahasan

Strategi Inti (*Core Strategy*): Inti dari bagaimana suatu perusahaan memilih cara untuk berkompetisi. Unsur-unsur dari strategi inti tersebut meliputi visi dan misi bisnis, cakupan produk/pasar dan basis diferensiasi. Visi bisnis merupakan apa yang diinginkan perusahaan yang bersifat ideal dan Misi bisnis merupakan operasionalisasi dari visi bisnis. Visi dan misi bisnis ini akan mengarah pada pernyataan nilai, kehendak strategi, tujuan dan sasaran yang besar, banyak dan berani serta semua sasaran kinerja. Visi dan misi bisnis ini untuk memberi arah dan seperangkat kriteria untuk mengukur kemajuan yang dicapai. Visi yang dilandasi modal spiritual terbukti bisa melambungkan perusahaan.

Visi dan misi Kampung Purun adalah menjadi Kampung Wisata Unggulan Kota Banjarbaru. Dengan visi dan misi dan analisis SWOT maka implementasi strategi insentif perlu dilakukan yaitu:

Strategi penetrasi pasar (*Market penetration strategy*)

Hasil penelitian Ariharti *et al.* (2017) bahwa untuk melestarikan dan mempertahankan suatu produk yaitu dengan menggunakan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Strategi penetrasi adalah strategi yang diarahkan pada usaha untuk mencari pasar baru yang lebih besar untuk produk yang sudah ada sekarang melalui usaha pemasaran, yaitu dengan melakukan promosi penjualan melalui ruang pameran produk, memasuki pasar modern seperti Transmart, Giant dan Hypermart serta pemasaran online di media sosial.

Adanya tempat pajangan barang untuk promosi sangat diperlukan, dengan adanya

ruang pameran tersebut pengrajin dapat menyimpan dan memasarkan hasil produksinya. Penyediaan ruang pameran selain memudahkan pembeli mengenal hasil industri juga dapat difungsikan sebagai tempat diskusi dalam aspek layanan pengembangan usaha mencakup kegiatan produksi, pemasaran dan kemitraan serta penerapan teknologi tepat guna dan/atau pelayanan dalam aspek finansial.

Memberikan kesempatan pasar untuk pengrajin baik untuk kebutuhan lokal, regional dan ekspor. Selain harus menjaga pasar yang telah berjalan. Pemasaran kerajinan anyaman Purun perlu melaksanakan pengembangan e-commerce. Perlu promosi untuk membudayakan hasil produksi daerah Banjarbaru dalam penyediaan souvenir atau oleh-oleh pada berbagai acara atau aktivitas seminar lainnya.

Strategi Pengembangan Pasar (*Market development strategy*)

Hasil penelitian Handoyo (2015) bahwa UMKM dapat meningkatkan kinerja pemasaran dengan meningkatkan orientasi pasar, inovasi pemasaran, modal sosial dan keunggulan kompetitif.

Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ada sekarang ke daerah-daerah yang baru. Strategi ini memperkenalkan produk secara luas dengan memasuki pasar lokal, nasional dan internasional. Saat ini produk kerajinan anyaman Purun sudah masuk ke pasar modern seperti Transmart, Hypermart, Giant, dan lain lain yang ada di Kota Banjarmasin. Hal ini bisa diperluas secara nasional dan internasional. Pengembangan pasar saat ini perlu dilakukan dengan memperkuat promosi dengan digital marketing.

Strategi pengembangan produk (*Product development strategy*)

Rata-rata produktivitas kerajinan anyaman tikar Purun per orang sebanyak 3 buah/minggu, sedangkan rata-rata

produktivitas kerajinan bakul atau tas Purun per orang sebanyak 11 buah/minggu (Novriyanata et al., 2018).

Strategi ini menekankan perlunya melaksanakan pengembangan produk kerajinan anyaman Purun dengan melakukan diversifikasi produk dengan meningkatkan jumlah dan beraneka tipe desain anyaman yang berorientasi pada dinamika pasar. Produk olahan Purun yang ada di Kampung Purun Kelurahan Palam, yang sering dibuat adalah berupa tas Purun, topi Purun, tikar dan bakul.

Untuk produk yang unik, biasanya hanya diolah berdasarkan pesanan. Diversifikasi produk anyaman Purun bisa dilakukan walaupun tanpa ada pesanan untuk menarik konsumen seperti olahan Purun berupa topi Purun, bakul, tikar yang telah dimodifikasi, dompet, tempat minum, tempat tisu, tas, tempat map, pot bunga, dan songkok.

Action Plan

Rencana dan strategi yang perlu dilakukan untuk kerajinan anyaman Purun di Kampung Purun Banjarbaru adalah:

1. Strategi penetrasi pasar yaitu membuat gerai ruang pameran produk yang menarik, memasuki pasar modern, pemasaran dan penjualan secara online.
2. Strategi pengembangan pasar yaitu Strategi untuk memperkenalkan produk secara luas dengan memasuki pasar lokal, nasional dan internasional. Strategi ini dengan mengadakan pelatihan kewirausahaan, pelatihan manajemen usaha dan pelatihan pemasaran online yang meliputi: *marketing online*, *digital marketing* untuk memulai bisnis, dasar konten *marketing*, *digital marketing* dan *e-commerce*.
3. Strategi pengembangan produk dengan melaksanakan pengembangan produk kerajinan anyaman Purun dengan melaksanakan diversifikasi produk dengan menambah jumlah dan aneka jenis desain anyaman yang berorientasi pada dinamika pasar. Melaksanakan

pelatihan dan pendampingan tentang inovasi aneka kerajinan anyaman Purun, pembuatan aneka kerajinan anyaman Purun yang menarik dan proses produk dengan menggunakan alat.

Simpulan

Kerajinan anyaman Purun memiliki potensi untuk dikembangkan karena anyaman Purun sebagai produk unggulan dan adanya dukungan pemerintah untuk menjadikan Kampung Purun sebagai destinasi wisata dan kampung edukasi. Kerajinan anyaman Purun merupakan produk unggulan karena tersedianya bahan baku produk, tersedianya tenaga kerja lokal yang mempunyai keterampilan turun temurun dalam menganyam Purun, produk kerajinan anyaman yang ramah lingkungan dan keunikan produk karena produk lokal.

Faktor produksi, faktor tenaga kerja, faktor pemasaran, faktor modal, faktor manajemen usaha, dan faktor organisasi kerajinan anyaman Purun merupakan faktor yang perlu ditingkatkan dan penting dalam manajemen pengembangan anyaman Purun. Sedangkan faktor politik dan regulasi, faktor sosial dan budaya serta faktor teknologi merupakan faktor lingkungan eksternal yang dapat menjadi peluang untuk perkembangan usaha kerajinan anyaman Purun.

Berdasarkan visi dan analisis SWOT maka strategi pengembangan untuk menjadikan kerajinan anyaman Purun menjadi produk unggulan dan bisa bersaing dipasar adalah dengan strategi insentif yaitu strategi penetrasi pasar, strategi penguatan usaha dan strategi pengembangan produk.

Saran dari penelitian ini adalah perlu adanya bantuan pemerintah untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam implementasi strategi insentif untuk pengembangan kerajinan anyaman Purun.

Bagi pengrajin anyaman Purun harus ada regenerasi pengrajin yang berbasis teknologi dalam menjalankan usahanya. Bagi masyarakat bisa menggunakan

kerajinan anyaman Purun sebagai kantong belanja yang ramah lingkungan.

Daftar Pustaka

- Ahmed, R. R., Kumar, R., Baig, M. Z., & Khan, M. K. (2015). Impact of Digital Media on Brand Loyalty and Brand Positioning. *Proceeding of the MUST 1st International Conference on Business and Management Research (ICBMR-2015)*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2708527>
- Ahmed, R. R., Vveinhardt, J., & Streimikiene, D. (2017). Interactive digital media and impact of customer attitude and technology on brand awareness: evidence from the South Asian countries. *Journal of Business Economics and Management*, 18(6), 1115–1134. <https://doi.org/10.3846/16111699.2017.1400460>
- Ahmedova, S. (2015). Factors for Increasing the Competitiveness of Small and Medium- Sized Enterprises (SMEs) in Bulgaria. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195(1104), 1112. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.155>
- Anton, S. A., Muzakan, I., Muhammad, W. F., Syamsudin, S., & Sidiq, N. P. (2015). An Assessment of SME Competitiveness in Indonesia. *Journal of Competitiveness*, 7(2), 60–74. <https://doi.org/10.7441/joc.2015.02.04>
- Apriyanti, A. (2014). Strategi Aliansi Dalam Menghadapi Globalisasi (Study Pada Perusahaan Furniture Di Kabupaten Jepara). *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 10(2), 128–146. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i2.781>
- Ariharti, M. A., Hubeis, M., & Suryahadi, S. (2017). Supply Chain Management In The Development Of Micro, Small And Medium Enterprises Competitiveness Of Processed Food. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 15(3), 422–431. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2017.015.03.07>
- Hales, G., & Mclarney, C. (2017). Uber's Competitive Advantage Vis-À-Vis Porter's Generic Strategies. *IUP Journal of Management Research*, 16(4), 7–22.
- Handoyo, A. S. (2015). The effect of marketing innovation, market orientation, and social capital on competitive advantage and marketing performance: A study in MSMEs of embroidery Central Java Province. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 18(3), 351. <https://doi.org/10.14414/jebav.v18i3.506>
- Harsono, D. (2013). Sifat Fisis dan Mekanis Purun Bajang Sebagai Substitusi Purun Danau dan Purun Tikus. *Jurnal Riset Industri Hasil Hutan*, 5(2), 45–51. <https://doi.org/10.24111/jrihh.v5i2.1218>
- Novriyanata, A., Zainal, A., & Adi, R. (2018). Productivity On Purun Danau (*Lepironia articulata* Domin) Handycraft in Palam Village Cempaka Sub-district Banjarbaru City South Kalimantan Province. *Sylva Scientiae*, 1(2), 160–170.
- Rahayu, D., Muzdalifah, M., Nuryadin, M. R., & Rakhmatullah, A. (2018). Potensi Dan Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Anyaman Di Kabupaten Tapin. *Ecoplan : Journal Of Economics And Development Studies*, 1(1), 27–35. <https://doi.org/10.20527/ecoplan.v1i1.5>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet*. Bandung: PT Alfabeta.
- Suprpto, W. (2019). Purun: Merajut Ekologi dan Tradisi Di Kota Tikar

- Dalam Konteks IPS. *Jurnal PIPSI (Jurnal Pendidikan IPS Indonesia)*, 4(2), 47–54. <https://doi.org/10.26737/jpipsi.v4i2.1286>
- Uzo, U., & Nzegwu, L. (2018). Indomie Noodles in Africa: lessons on digital and cultural branding. *Emerald Emerging Markets Case Studies*, 8(1). <https://doi.org/10.1108/EEMCS-03-2017-0048>
- Valos, M. J., Haji Habibi, F., Casidy, R., Driesener, C. B., & Maplestone, V. L. (2016). Exploring The Integration of Social Media Within Integrated Marketing Communication Frameworks: Perspectives of Services Marketers. *Marketing Intelligence and Planning*, 34(1), 19–40. <https://doi.org/10.1108/MIP-09-2014-0169>
- Vianna, K. A., de Mesquita, J. M. C., Linhares, M. R. S., & Moreira, P. de C. G. (2016). The Relationship Between Viral Marketing, Purchase Intention, and Brand Visibility: Study with Brazilian Customers. In *In Rediscovering the Essentiality of Marketing*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-29877-1_49
- Wahdah, R., & Amalia, H. S. (2016). Pengembangan Daya Saing Produk pada Sentra Kerajinan Purun di Kabupaten Hulu Sungai Utara Kalimantan Selatan. *Spread: Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Keuangan*, 6(2), 89–99.
- Westwood, J. (2016). How to Write a Marketing Plan (Define Your Strategy, Plan Effectively And Reach Your Marketing Goals). In *Stitches Magazine* (5th editio, p. 193). Kogan Page.
- Wianto, T., Ishaq, I., Faisal, A., & Hamdi, A. (2011). Rekayasa Tumbuhan Purun Tikus (*Eleocharis Dulcis*) sebagai Substitusi Bahan Matrik Komposit Pada Pembuatan Papan Partikel. *Jurnal Fisika FLUX*, 8(2), 154–164.