



Terbit online pada laman web jurnal : <http://wartaandalas.lppm.unand.ac.id/>

Warta Pengabdian Andalas

Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan Ipteks

ISSN (Print) 0854-655X | ISSN (Online) 2797-1600

Pengembangan Anyaman Mansiang dengan Inovasi Produk dan Pemasaran dengan Media Sosial di Taratak Kenagaraan Kubang, Kecamatan Guguk Kabupaten Lima Puluh Kota

Ratni Prima Lita^{1*}, Verinita¹, Ranny Fitriana Faisal², Bintang Rizky Abdullah Majo Saibah², Weriantoni², Syuryatman Desri², Winny Alna Marlina², Erizal Nazaruddin², Devi Yulia Rahmi², Fatma Poni Mardiyah², dan Nur Ari Sufiawan²

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia

²Fakultas Ekonomi, Universitas Andalas, Kampus Payakumbuh, Payakumbuh, 26213. Indonesia

*Corresponding author. E-mail address: ratniprimalita@eb.unand.ac.id

Keywords:

product
innovation,
marketing,
social media,
Mansiang
waving

ABSTRACT

Taratak village is one of the Jorongs in Nagari Kubang, Guguk District, Lima Puluh Kota Regency, and West Sumatra. Taratak is a natural village with a creative business, namely Mansiang leaf craft. There are seven groups of Mansiang leaf craftsmen in Taratak. The social activity was carried out in 3 stages, namely the preparation stage, starting with obtaining permits, socializing with related institutions, and contacting artisans to decide on the schedule for activities. Activities were carried out using training, practice and mentoring methods. At the monitoring and evaluation stage, activities were carried out to evaluate and monitor the implementation of activities. The results of the activity include product innovation with embroidery, increasing product variants, and creating social media for marketing, i.e. Facebook, Twitter and Instagram.

Kata Kunci:

kerajinan
anyaman,
inovasi produk,
media sosial,
pemasaran

ABSTRAK

Taratak merupakan salah satu Jorong di Nagari Kubang, Kecamatan Guguk, Kabupaten Lima Puluh Kota Sumatera Barat. Taratak merupakan sebuah kampung yang indah dan mempunyai usaha kreatif yaitu kerajinan daun mansiang. Ada tujuh kelompok pengrajin daun mansiang di Taratak. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan 3 tahap yaitu tahap persiapan dimulai pengurusan ijin dan sosialisasi dengan institusi terkait, mengontak pengrajin untuk memutuskan jadwal kegiatan melaksanakan kegiatan. Kegiatan dilaksanakan dengan metode pelatihan, praktek dan pendampingan. Pada tahap monitoring dan evaluasi dilakukan kegiatan evaluasi pelaksanaan kegiatan dan monitoring pelaksanaan kegiatan. Hasil kegiatan adanya inovasi produk dengan sulaman, peningkatan varian produk, pembuatan media sosial untuk pemasaran seperti Facebook, Twitter dan Istagram.

PENDAHULUAN

Taratak merupakan salah satu Jorong di Nagari Kubang, Kecamatan Guguk, Kabupaten Lima Puluh Kota. Taratak merupakan sebuah kampung yang indah dan mempunyai usaha kreatif yaitu kerajinan daun mansiang yang dikelola oleh tujuh pengrajin (Tabel 1).

Tabel 1. Kelompok Pengrajin Anyaman Daun Mansiang di Taratak

No	Nama Kelompok Anyaman	Jumlah Anggota Kelompok (orang)
1.	Tabuan Jaya	14
2.	Puncak Taratak Indah	13
3.	Anyaman Sejahtera	16
4.	Berkah	24
5.	Mekar	10
6.	Maju Jaya	8
7.	Sang Surya	19

Masing-masing kelompok pengrajin anyaman daun Mansiang memiliki seorang ketua kelompok yang bertugas untuk memimpin dan mengelola kelompok. Setiap kelompok juga memiliki produk unggulan masing-masing yang menjadi kelebihan kreativitas kelompok.

Permasalahan yang dihadapi adalah rendahnya inovasi produk dan masih terbatasnya pemasaran melalui media sosial. Permasalahan ini perlu diselesaikan karena sesuai dari hasil penelitian Lita, dkk. (2018) ditemukan inovasi merupakan salah satu variabel yang termasuk dalam faktor *product value addition* yang menjadi pendorong implementasi inovasi pada industri kreatif termasuk sektor kerajinan penunjang sektor pariwisata. Oleh karena itu, perlu upaya mengembangkan inovasi produk sehingga mendorong implementasi inovasi pada usaha. Produk yang dihasilkan dipasarkan secara *on line* maupun *off line*. Salah satu cara memasarkan produk melalui media sosial. Media sosial adalah suatu grup aplikasi menggunakan internet, dimana pengguna dapat bertukar informasi pada aplikasi tersebut (Kaplan dan Haenlin, 2010). Media sosial yang banyak digunakan adalah Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Blog, dan sebagainya. Williams, dkk. (2012) menyatakan media sosial memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan jutaan pengguna lainnya.



Gambar 1. Produk anyaman daun Mansiang dengan inovasi produk yang terbatas

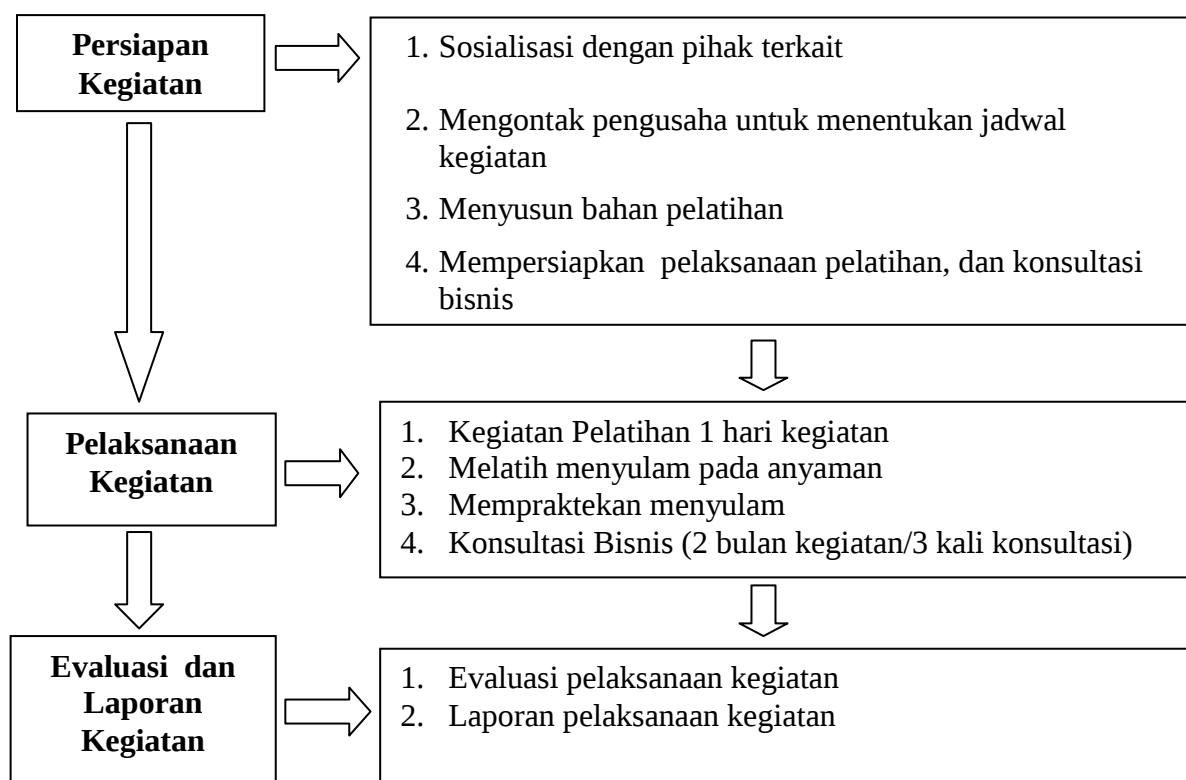
Perlu usaha yang terus menerus untuk meningkatkan kreativitas dalam menciptakan produk, sehingga mendorong kinerja pemasaran. Penelitian yang dilakukan oleh Lita, Meuthia, & Faisal (2018) UMKM perlu memiliki nilai kreatifitas dan inovatif dalam menciptakan produk yang akan ditawarkan kepada calon pembeli. Permasalahan yang dihadapi mitra yaitu: Bagaimana pengembangan Anyaman Mansiang dengan inovasi produk dan pemasaran dengan Media Sosial di Taratak Kenagarian Kubang, Kecamatan Guguk Kabupaten Lima Puluh Kota?

METODE

Tabel 1. Metode Pendekatan yang Digunakan dalam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada Kelompok Anyaman Daun Mansiang Taratak Kenagarian Kubang, Kecamatan Guguk, Kabupaten Lima Puluh Kota

No	Metode yang Digunakan	Keterangan
1.	Metode pelatihan	Memberikan materi pelatihan tentang pentingnya inovasi produk dan pemasaran dengan media sosial
2.	Metode praktek	Praktek inovasi produk dengan menyulam dan kreasi varian produk selain kombiuk
3.	Metode pendampingan	Pengrajin didampingi dalam menjalankan. Metode ini membantu pengrajin dalam mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi, sehingga pengrajin mampu mengambil keputusan yang tepat dalam pengembangan inovasi produk dan pemasaran dengan media sosial

Tahapan kegiatan pengabdian sebagai berikut, 1). Tahap awal untuk pengurusan ijin kegiatan, 2). Tahap pelaksanaan kegiatan, dan 3). Tahap evaluasi dan monitoring



Gambar 2. Rancangan Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal kegiatan ini dimulai dengan pengurusan ijin dan sosialisasi rencana kegiatan kepada wali Jorong Taratak dan ketujuh kelompok pengrajin anyaman daun mansiang. Kegiatan sosialisasi pada 5 Oktober 2021 dan pelaksanaan pelatihan inovasi produk dengan sulaman dilaksanakan pada tanggal 7 Oktober 2021 yang bertempat di aula MDA Jorong Taratak. Kegiatan yang dilakukan dengan mengumpulkan 38 pengrajin anyaman daun mansiang. Pengrajin diajarkan menyulam dari dasar sampai mampu membuat hiasan dari sulaman untuk produk daun mansiang seperti dompet, tas, tempat tisu dan sebagainya. Narasumber memberikan arahan dan teknik menyulam terhadap pengrajin.

Wali Nagari Kubang sangat menyambut positif dengan kegiatan yang dilakukan oleh Universitas Andalas. Karena dengan diadakannya kegiatan ini, dapat merangsang minat dari generasi-generasi muda untuk dapat terus berkarya mengharumkan mansiang yang terkenal dari daerah ini dan menjadi salah satu produk unggulan dari jorong Taratak. Adanya inovasi dengan cara menambahkan sulaman pada setiap produk mansiang yang dihasilkan, diharapkan dapat mempercantik dan membidik pasar menengah ke atas.

Biasanya produk Mansiang yang dihasilkan oleh jorong Taratak identik dengan *Kombuik* warna warni dengan berbagai macam bentuk, seperti *kombuik bulek*, *kombuik cibia* dan *kombuik petak*. Harga jual yang ditawarkan pun relatif lebih rendah. Dengan adanya tambahan sulaman motif yang beragam, keunikan *kombuik* bukan hanya dapat dipakai pada acara-acara tertentu saja tapi juga dapat dipakai dalam keseharian.

Peserta sangat antusias untuk mempelajari teknik sulaman yang diajarkan oleh narasumber yang didatangkan dari pengrajin sulaman Kota Bukittinggi. Kegiatan dilakukan dengan serius dan antusias seperti Gambar 3.



Gambar 3. Peserta antusias mendengarkan pengarahan dari Narasumber

Adapun bahan-bahan yang dibutuhkan untuk melaksanakan pelatihan adalah jarum, benang sulam, kain blacu dan ram. Peserta mendapatkan bahan-bahan dari pelatihan ini. Bahan-bahan langsung digunakan sebagai praktek dari teknik sulaman yang diajarkan. Sebelumnya, kain blacu dibuatkan motif terlebih dahulu. Motif awal yang diberikan cukup sederhana yaitu membuat sulaman daun, tangkai dan bunga.

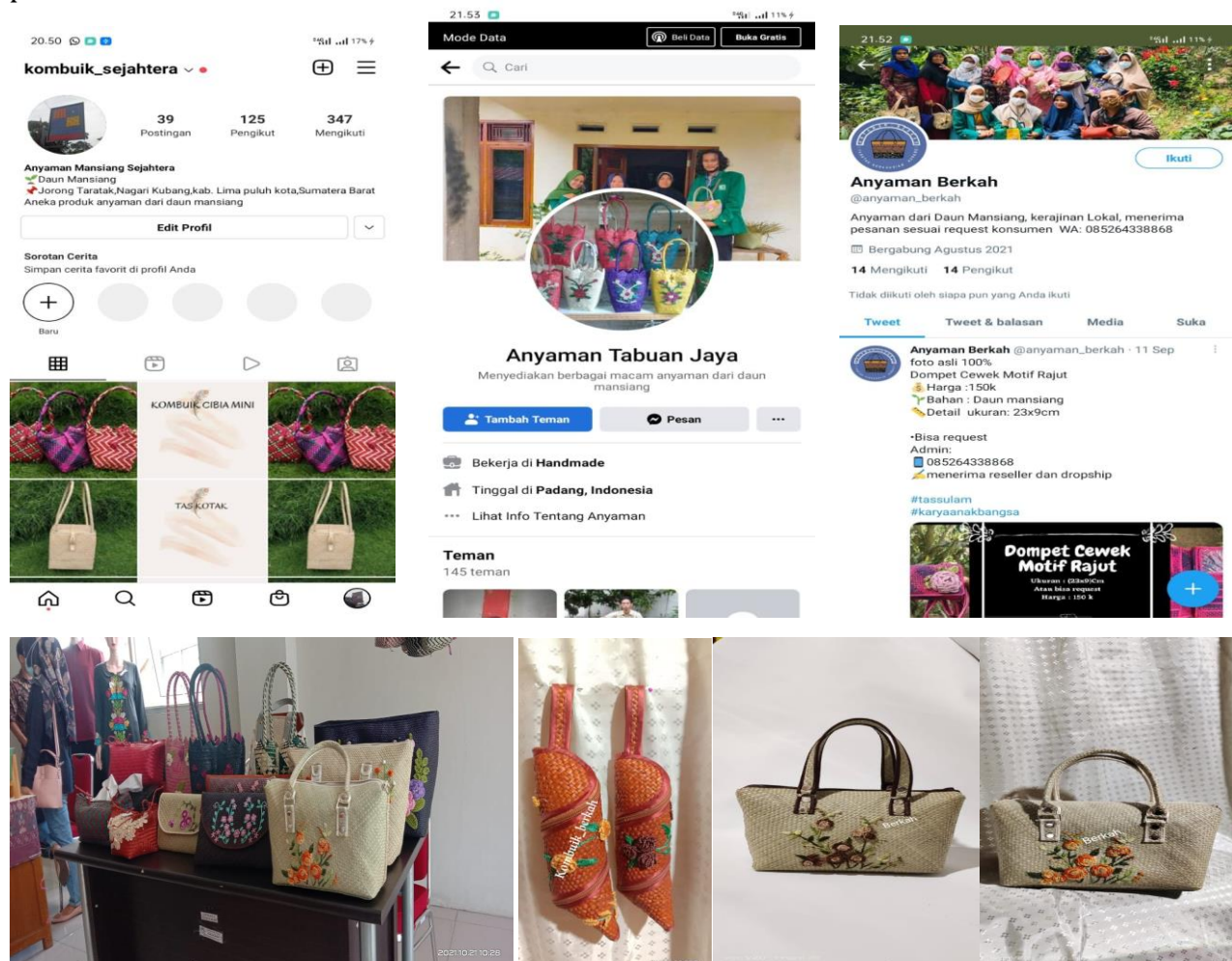


Gambar 4. Bahan dan alat yang digunakan untuk pelatihan, serta pembuatan motif sulaman



Gambar 5. Proses menyulam untuk anyaman dan produk inovasi yang dihasilkan

Produk-produk yang dihasilkan setelah pelatihan lebih menarik bagi konsumen. Ada varian produk baru yang bisa dibeli oleh konsumen, disamping produk original. Hal ini diharapkan mampu mendorong minat konsumen untuk membeli produk kerajinan daun mansiang Jorong Taratak. Setelah produk diproduksi maka dilakukan pemasaran melalui media sosial yaitu Instagram, Twitter dan Facebook. Setiap kelompok mempunyai ketiga platform media sosial tersebut.



Gambar 6. Pemasaran produk inovasi anyaman melalui platform media sosial



Gambar 7. Dukungan oleh Wali Nagari, Wali Jorong, dan anggota kelompok pengrajin

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengembangan anyaman Mansiang dengan inovasi produk dan pemasaran dengan media sosial di Taratak Kenagarian Kubang, Kecamatan Guguak Kabupaten Lima Puluh Kota yaitu, 1) Adanya pengembangan anyaman Mansiang dengan inovasi produk di Taratak Kenagarian Kubang, 2) Terbentuknya pemasaran dengan media sosial kerajinan anyaman daun Mansiang di Taratak Kenagarian Kubang, Kecamatan Guguak Kabupaten Lima Puluh Kota, dan 3) Adanya motivasi pengrajin untuk meningkatkan inovasi produk sehingga mampu meningkatkan minat konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini dilaksanakan atas bantuan hibah pengabdian kepada masyarakat dana Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Tahun 2021 dan Dana Mandiri tahun 2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Kaplan, A.M., & Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, Vol. 53 No. 1, pp. 59-68
- Lita, R. P., Meuthia, M., & Faisal, R. F. (2018). Model Keterkaitan Market Orientation, Leadership, Organizational Innovation dan Organizational Performance pada Industri Kerajinan di Sumatera Barat. *Jurnal Siasat Bisnis*, 22(1), 38-61. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol22.iss1.art3>
- Lita, R. P., Meuthia, M., & Ma'ruf, M. (2019). The Interrelated Model of Marketing Innovation, Market Performance, and Financial Performance at the Local Cuisines Shops in West Sumatera. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2), 220. Retrieved from <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/BILANCIA/index>
- Williams, D.L., Crittenden, V.L., Keo, T., & McCarty, P. 2012. The use of social media: an exploratory study of uses among digital natives, *Journal of Public Affairs*, Vol. 12 No. 2, pp. 127-136