

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kerajinan adalah barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan seperti tikar, anyaman, dan sebagainya. Arti lain dari kerajinan adalah perusahaan yang membuat barang-barang (sederhana Lektur.id, 2022). Kerajinan adalah cabang seni yang terkenal dengan cara pembuatan manual dan proses pembuatan yang cukup lama. Kerajinan juga sering disebut dengan seni kriya atau “Kr” yang berarti mengerjakan. Dari kata itu muncul bahasa karya, kriya dan kerja. Kerajinan adalah suatu usaha yang dilakukan secara terus menerus dengan penuh ketekunan, kecekatan, kegigihan, dan berdedikasi tinggi.

Kerajinan juga sering dikaitkan dengan pengolahan bahan baku mentah menjadi barang atau karya yang memiliki nilai jual tinggi dan memiliki fungsional dan estetika (Undang Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995). Pengertian lain kerajinan adalah hasil budaya Indonesia yang ada sejak zaman nenek moyang. Kerajinan ini timbul dari kesadaran yang menjadi budaya diri sendiri, dengan membuat alat-alat kebutuhan sehari-hari seperti alat berburu, pakaian, dan alat rumahtangga.

Beragam budaya yang saat ini masih dilestarikan adalah anyaman, salah satu dari sekian jenis kerajinan yang tersebar diseluruh pelosok tanah air, dan anyaman tersebut merupakan salah satu bagian dari kesenian. Keahlian anyaman merupakan salah satu usaha untuk kelangsungan hidup bagi masyarakat pedesaan, dikarenakan sampai saat ini masih banyak jenis anyaman, salah satu jenisnya adalah anyaman tikar pandan yang ada di Desa Pintu Padang Julu Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara yang sebagian masyarakat desa ini adalah pengrajin anyaman tikar pandan.

Pada umumnya pembuatan anyaman tikar pandan ini dilakukan oleh orang yang sudah profesional dikarenakan pembuatan tikar ini membutuhkan kesabaran dan juga ketelitian dalam menganyam. Salah satu bahan baku yang dibutuhkan

adalah daun pandan (*baiyyon*). Ada beberapa ragam anyaman kerajinan pandan yaitu, tikar, tas, tempat dodol, dan topi. Adapun berikut adalah tabel data mata pencarian di Desa Pintu Padang Julu Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara (*Hasil Sensus Pertanian 2020, 2020*)

**Tabel 1.1 Spesifikasi Pekerjaan Di Desa Pintu Padang Julu Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara Dalam Jumlah Jiwa.**

No	Nama	Jumlah Jiwa
1	Petani Padi	155
2	Wirausaha	50
3	Sopir	20
4	Buruh bangunan	37
5	PNS	23
6	Pengrajin Anyaman Tikar Pandan	80
7	Dan lainnya	75

*Sumber: BPS dalam angka 2021*

Diketahui berdasarkan tabel di atas adalah jumlah spesifikasi pekerjaan di Desa Pintu Padang Julu Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal, jumlah petani 155, wirausaha sebanyak 50, sopir sebanyak 20, buruh bangunan sebanyak 37, PNS sebanyak 23, pengrajin anyaman tikar pandan sebanyak 80, dan lain pekerjaan lainnya sebanyak 75. Dengan jumlah Keluarga Kuesioner (KK) sebanyak 479 dan Jumlah Jiwa sebanyak 1.873 ((Bahagia, 2005).

Berdasarkan wawancara awal dengan salah satu pengrajin yaitu Ibu Linda. Sebagaimana yang dituturkan Ibu Linda dalam bahasa Mandailing ialah:

*“Pambaenan baiyyon bahat mocomanna, napaling diutamon tong ima amak baiyyon, baul-baul, tas tusaba, dohot kupia.”*(Pengolahan daun pandan yang mana pengrajin lebih mengutamakan pengolahan tikar pandan, wadah dodol, tas untuk kesawah, dan topi). (Ibu Linda, pengrajin anyaman tikar pandan, Wawancara Oleh Penulis 2022)

Dari hasil wawancara diatas dapat dipahami bahwasanya di Desa Pintu Padang Julu Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal hanya memproduksi 4 (empat) varian anyaman daun pandan.

**Tabel 1.2 Macam-Macam Olahan Daun Pandan di Desa Pintu Padang Julu Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara.**

No	Macam- Macam Olahan Daun Pandan
1	Tikar pandan
2	Tempat dodol ( <i>Baul-Baul</i> )
3	Tas
4	Topi

Rendahnya minat masyarakat pada anyaman tikar pandan ini karena dinilai masih terlalu tradisional, jika ini berkelanjutan maka penerus anyaman tikar pandan ini akan mulai menurun dan di lupakan masyarakat, pada saat ini yang bisa dilakukan para pengrajin hanyalah memberikan pelatihan pada anak-anak yang sudah memasuki usia 9 tahun atau setara dengan pendidikan kelas 4 SD.

Hasil ini diketahui dari wawancara Ibu Dinar sebagaimana yang di tuturkandalam bahasa Mandailing, yaitu:

*“So les totop adong penerus ni pambayu on soulang mate ima ami baen ma carana anak-anak nami namadung marumur 9 taon tuginjang ami ajari mai dung mulak sikola dipakumpulma alai di tempat pambayuan, jadi alai di ajarima pajolo sanga sonjia pambaenan ni baul- baul ganan ni alamek”* (Supaya anyaman tikar ini tetap turun-temurun dan tidak dilupakan cara yang paling sering kami lakukan sebagai ibu rumah tangga adalah mengajari anak gadis kami yang sudah berusia 9 tahun, selepas pulang sekolah mereka akan dikumpulkan di tempat biasa untuk belajar menganyam, biasanya anak-anak masih di ajari cara membuat tempat dodol). (Ibu Dinar pengrajin anyaman tikar pandan, Wawancara Oleh Penulis, 2022.)

Dengan demikian, langkah-langkah yang sering dilakukan para pengrajin

agar kerajinan anyaman pandan tetap lestari dan berkembang, akan tetapi yang ingin penulis bahas adalah mengapa bisa terjadi pemasaran anyaman tikar pandan ini kurang di minati oleh masyarakat?, padahal bahan baku yang dimiliki cukup banyak. Penjualan anyaman tikar pandan hanya melonjak tinggi pada saat adanya acara penting dan lebaran idul fitri saja, berbeda dengan sebelumnya yang dimana setiap hari selalu ada peminat yang membeli anyaman tikar pandan.

Hasil ini diketahui dari wawancara Ibu hasibah sebagaimana yang di tuturkandalam bahasa Mandailing, yaitu:

*“sannri dao perubahanna sen najol, kon najolo tong tiop hari adong sajo dei namanabusi, on kan madung dao marubah sen zaman najolo dot sannri, bahat sannri parjagal amak lagiian petong baya amak pandan i 5 eto mia na bolakna pula amak sannri bolak-bolak sada pe dibaen di luar madung puas iba”*(Sekarang sudah jauh berbeda dengan dulu, kalo dulu banyak peminat, karena sekarang sudah banyak penjual tikar-tikar modren dan lebih puas dibandingkan dengan lebar tikar pandan. itulah yang menyebabkan tikar pandan hanya di minati pada saat acara besar saja dan di lebaran idul fitri.) (Ibu Hasibah Masyarakat Desa Pintu Padang Julu, Wawancara Oleh Penulis: 2022).

Pemasaran yang dilakukan pengrajin adalah membawa bahan baku setengah jadi dan atau yang sudah siap jual ke Pasar Sinonoan, Pasar Malintang dan ada beberapa pengrajin yang menjual anyaman pandan ke pengepul yang sering mengambil langsung kerumah pengrajin. Sedangkan pengepul dan pembeli yang di Pasar Sinonoan akan mendistribusikan ke pengrajin yang ada diluar daerah.

Pendapatan dari penjualan anyaman tikar pandan ini dapat membantu pemasukan ibu rumah tangga, semacam kebutuhan dapur, uang jajan dan bahkan ada juga yang penghasilan menetapnya dari anyaman pandan ini. Walaupun petani gagal panen, ibu rumah tangga masih bisa mengatasinya dari hasil penjualan anyaman tikar pandan ini. Dikarenakan harga jual anyaman tikar pandan ini relatif tinggi.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan, inilah yang membuat peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Analisis Strategi Pemasaran Kerajinan Rumah Tangga Anyaman Tikar Pandan Di Desa Pintu Padang Julu Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara”**.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, agar peneliti terarah dan terfokus, maka perlu adanya rumusan masalah. Adapun rumusan masalah penelitian ini yaitu Bagaimana analisis strategi pemasaran kerajinan rumah tangga anyaman tikar pandan di Desa Pintu Padang Julu Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan metode rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis strategi pemasaran kerajinan rumah tangga anyaman tikar pandan di Desa Pintu Padang Julu Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan menjadi tambahan pengetahuan dan untuk membandingkan antara teori yang di dapat selama perkuliahan dengan praktik di lapangan atau dalam duniakerja.
2. Bagi pengrajin di Desa Pintu Padang Julu Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal, penelitian ini dapat di jadikan motivasi atau rujukan agar lebih bijak dan lebih tekun dalam menjalankan usaha dan tetap mempertahankan kankerajinan.
3. Bagi akademisi diharapkan berguna sebagai pengembangan keilmuan dan juga diharapkan berguna sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya.

4. Bagi Stakeholder adalah untuk bahan pemasok dan investasi yang akan dikembangkan.

## **E. Batasan Istilah**

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam mengartikan istilah- istilah yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti membatasi istilah sebagai berikut:

### **1. Kerajinan**

Yang dimaksud dengan Kerajinan adalah suatu kegiatan yang menghasilkan suatu keterampilan tangan seperti anyaman tikar pandan, anyaman rotan, merajut dan sebagainya, yang membuat barang sederhana dan dan biasanya menghasilkan seni (S. Wahyuni, 2007).

Kerajinan adalah suatu yang berkaitan dengan pekerjaan tangan atau yang berkaitan dengan pengendalian tangan, kerajinan yang dibuat biasanya terbuat dari berbagai bahan. Dari kerajinan ini menghasilkan berbagai hiasan atau benda seni maupun barang pakai (Saraswati, 1986).

### **2. Anyaman**

Anyaman adalah suatu kegiatan yang tindih-menindih dan silang-menyalang hingga membentuk suatu benda yang indah dan menari. Menganyam salah satu kerajinan tangan yang masih banyak dilakukan oleh masyarakat di Sumatera Utara. Kegiatan ini merupakan kegiatan turun menurun. Pada mulanya kegiatan menganyam dilakukan untuk memenuhi kebutuhan peralatan rumah tangga seperti tikar dan lainnya yang selanjutnya menjadi kerajinan sektor pendapatan rumah tangga (Salam, 2020).

### **3. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran dimana pemasarannya menyampaikan bahwa strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan (Sofjan Assauri, 2007).