

BAB II. PRODUK KERAJINAN DARI SAUNG KALAPA PANGANDARAN

II.1. Kerajinan

Menurut Kadjim dalam Pramunita (2017) kerajinan merupakan segala sesuatu hal yang dibuat menggunakan tangan dengan menghasilkan hasil karya yang unik, menarik, karena dilakukan secara gigih, bertahap dan terus menerus dengan penuh rasa antusias sehingga karya yang dihasilkan memiliki nilai seni dan harga jual yang tinggi.

Selain dari rasa semangat, ketekunan dan keterampilan tangan, berfikir kreatif juga termasuk kedalam proses kerajinan. Dengan kreatif, karya yang dihasilkan menjadi lebih bernilai dan mempunyai keunikan tersendiri dalam setiap karyanya.

Menurut Supriadi dalam Rachmawati & Kurniati (2005) mengutarakan bahwa: Kreativitas adalah keterampilan seseorang dalam menciptakan sesuatu. Hal tersebut dapat dikatakan anyar, perdana, atau trendi dari segala aspek, baik dalam rupa buah pikiran atau ide maupun dalam bentuk karya yang berlainan dengan karya yang pernah diciptakan sebelumnya. Kreativitas juga dapat dikatakan sebagai proses berpikir seseorang atau keterampilan berpikir yang melebihi biasanya sehingga melibatkan terjadinya peningkatan dalam kemampuan berpikir seseorang. (h. 15)

Dari beberapa definisi menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kerajinan merupakan pengekspresian seseorang untuk menciptakan sesuatu yang anyar, trendi atau relatif berbeda dari yang telah diciptakan sebelumnya dengan menggunakan keterampilan tangan yang dilakukan secara tekun, terus menerus demi menghasilkan suatu karya yang unik dan mempunyai nilai jual.

II.1.1. Produk Kerajinan

Produk adalah sesuatu yang dipasarkan atau dijual oleh seseorang, sekelompok orang maupun perusahaan untuk mendapat keuntungan. Sedangkan produk

kerajinan sendiri berarti hasil atau bentuk dari pengekspresian seseorang dengan menggunakan keterampilan tangannya berupa sebuah benda yang orisinil, bernilai seni dan inovatif berbeda dari yang telah ada dan dipasarkan atau dijual kepada khalayak orang.

Berkat perkembangan teknologi, produk kerajinan sekarang ini berkembang dengan sangat cepat memenuhi permintaan pasar dan pastinya persaingan pun menjadi ketat. Oleh karena itu diperlukannya hubungan baik antara peningkatan produk dengan kondisi lingkungan. Akan sangat baik jika dilakukan pemanfaatan sumber daya alam yang optimal agar meminimalisir terjadinya kondisi lingkungan yang buruk.

II.1.2. Kelapa

Kelapa atau nama latinnya *Cocos Nucifera* adalah sejenis tanaman palmae yang berasal dari daerah tropis, dan pertumbuhannya ada di sepanjang garis khatulistiwa. Tanaman ini sering disebut juga *Tree of Life* yaitu pohon kehidupan karena kelapa merupakan tanaman yang banyak kegunaan. Setiap bagian dari tanamannya memiliki manfaat dan kegunaan untuk memenuhi kebutuhan manusia (Rukmana & Yudirachman, 2016, h.iii).



Gambar II.1 Kelapa

Sumber: <http://www.pexels.com/photo/selective-focus-photo-of-coconuts-1424457.jpg>
(Diakses 01/04/2019)

Di wilayah tropis, pertumbuhan tanaman kelapa sangat baik di dataran rendah dengan ketinggian 0m-450m dari permukaan laut maupun di dataran tinggi

dengan ketinggian 450m-1000m dari permukaan laut dalam suhu sekitar 27° *Celcius*, serta tanaman kelapa juga termasuk tanaman yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Meskipun tanaman ini dapat memiliki pertumbuhan pada ketinggian tinggi dan suhu tersebut, waktu berbuahnya lebih lambat, produksinya lebih sedikit serta kadar minyaknya rendah (Sarmidi, 2009).

Manggabarani dalam Badan Litbang Pertanian (2008) Tanaman kelapa diproduksi bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, akan tetapi tanaman kelapa juga diproduksi untuk diekspor selaku devisa negara. Tidak sedikit agribisnis kelapa yang menyerap tenaga kerja mencapai 6,9 juta KK, karena selain sebagai lemak nabati, industri yang memanfaatkan kelapa sebagai bahan baku, baik produk dari batok kelapa dan sawit, santan, kelapa segar serta berbagai olahan oleokimia atau bahan kimia yang diproduksi dari lemak seperti minyak, mentega.

Untuk menciptakan sebuah produk yang kreatif, dibutuhkan pengenalan lebih dalam dari bahan baku tersendiri. Mengetahui bagaimana atau apa itu buah kelapa, jenis-jenisnya, bagian-bagian buah kelapa dan potensi buah kelapa tersebut, untuk mempermudah dalam proses pembuatan produk kreatif.

II.1.3. Jenis Kelapa

Di Indonesia pada dasarnya terdapat dua jenis kelapa yakni kelapa dalam (*tall coconut*) dan kelapa genjah (*dwarf coconut*). Akan tetapi karena adanya persilangan maka menghasilkan variasi yang semakin luas dan karena berkembang maka lahirnya jenis kelapa ketiga yaitu kelapa hibrida (*hybrid coconut*) (Rukmana & Yudirachman, 2016, h. 44).

Kelapa (*Cocos nucifera*) termasuk familia *Palmae* yang memiliki tiga jenis (varietas), tiga jenis tersebut sebagai berikut:

1. Kelapa Dalam (*Tall Coconut*)

Di dunia jenis kelapa dalam ini merupakan paling banyak ditanam. Jenis kelapa dalam ini tergolong lebih permisif terhadap iklim dan jenis tanah. Mempunyai batang yang besar dan tinggi, ukuran buah yang besar, mulai berproduksi umur 6-

8 tahun dan termasuk jenis kelapa yang lambat berbuah. Jenis kelapa dalam menyerbuk silang, sehingga dominan *out breeding*.



Gambar II.2 Kelapa Dalam
Sumber: <http://tokomesinkelapa.com/jenis-jenis-kelapa.jpg>
(Diakses 01/04/2019)

2. Kelapa Genjah (*Dwarf Coconut*)

Jenis kelapa genjah ini peka terhadap keadaan lingkungan, mempunyai batang yang ramping dari pangkal sampai ujung, ukuran buah yang relatif kecil meskipun begitu kelapa genjah ini berbuah banyak dan cepat berbuah, mulai berproduksi di umur 3-4 tahun. Jenis kelapa genjah ini menyerbuk sendiri, sehingga dominan *in breeding*.



Gambar II.3 Kalapa Genjah
Sumber: <http://tokomesinkelapa.com/jenis-jenis-kelapa.jpg>
(Diakses 01/04/2019)

3. Kelapa Hibrida (*Hybrid Coconut*)

Kelapa hibrida ini adalah hasil persilangan varietas dalam dan varietas genjah jadi terdapat sifat-sifat yang sama akan keduanya. Kelapa hibrida dapat menyerbuk

sendiri dan silang, mudah dipengaruhi iklim dan keadaan lingkungan, mempunyai ukuran buah yang sedang ke besar dan termasuk kelapa yang cepat berbuah dan lebat. Mulai memproduksi dari 4-5 tahun.



Gambar II.4 Kalapa Hibrida

Sumber: <http://tokomesinkelapa.com/jenis-jenis-kelapa.jpg>
(Diakses 01/04/2019)

II.1.4. Morfologi Kelapa

Rukmana & Yudirachman (2016) menjelaskan:

Bagian tanaman kelapa yang meliputi akar, batang, daun, bunga dan buah. Adapun morfologi tanaman kelapa yaitu:

1. Akar

Kelapa memiliki akar serabut dengan sebaran mendatar di bawah permukaan tanah dengan panjang mencapai 15m, sebagian pula masuk sampai kedalaman 2-3 m dan tebal rata-rata 1 cm. Jumlah akar serabut kelapa berkisaran sekitar 2000-4000.



Gambar II.5 Akar Tanaman Kelapa
Sumber: <https://pxhere.com/id/photo/499708.jpg>
(Diakses 01/04/2019)

Dalam akar kelapa terdapat gelembung-gelembung berwarna putih berfungsi sebagai tempat yang dilalui air dan zat makanan untuk masuk kedalam perakaran.

2. Batang

Batang kelapa biasanya tumbuh melengkung mengikuti arah sinar matahari. Jika batang kelapa tumbuh tegas lurus keatas, panjang batang dapat mencapai kurang lebih 25 m dengan diameter 20-25 cm.



Gambar II.6 Batang Tanaman Kelapa
Sumber: <https://www.topsimages.com/images/manfaat-pohon-kelapa-30.html>
(Diakses 01/04/2019)

Batang tanaman kelapa yang tidak memiliki selubung kambium tumbuh sangat bervariasi dengan pertumbuhan yang memanjang di keadaan normal, keadaan

tanah dan umur tanaman sangat menentukan pertumbuhan tanaman kelapa. Pada ujung atas tanaman kelapa terdapat helai daun-daun kelapa yang tumbuh besar dan lebar.

3. Daun

Daun dari tanaman kelapa terletak mengelilingi batang. Berbentuk memanjang dengan sirip genap dan bertulang sejajar yang mengelilingi batang. Panjang daun antara 6-7 m dengan sirip sepanjang 1-1,5 m. Semakin tua daun, akan semakin condong dan terkulai sampai akhirnya gugur. Keadaan normal daun kelapa gugur berkisar 15 lembar sama halnya dengan tumbuhnya daun baru disetiap tahun rata-rata 15 helai daun baru.



Gambar II.7 Daun Tanaman Kelapa

Sumber: <https://pixabay.com/id/images/search/pohon%20kelapa.jpg>
(Diakses 01/04/2019)

4. Bunga



Gambar II.8 Bunga Tanaman Kelapa

Sumber: <https://berkahkhair.com/contoh-bunga-sempurna.jpg>
(Diakses 01/04/2019)

Pada dasarnya bunga kelapa merupakan bunga tongkol yang dibungkus oleh selaput putih yang keluar dari sela-sela daun. Kelapa hibrida yaitu kelapa yang berbuah lebih cepat (genjah) berbunga pada umur 4 tahun. Sedangkan umumnya

tanaman kelapa berbunga pada umur 6-8 tahun. Bunga kelapa tergolong bunga yang pada satu bunga terdapat kelamin jantan dan betina atau disebut juga bunga serumah (*monoecious*).

5. Buah

Buah kelapa saat masih kecil disebut beluluk, kemudian tumbuh menjadi cengkir, dan disaat buah kelapa muda disebut dawegan yang tidak asing lagi terdengar. Buah ini tumbuh dengan bergelombol. Tergantung pada jenisnya, jumlah buah kelapa tumbuh tidak selalu sama dari mulai 10 butir, bahkan sampai 30 butir. Urutan buah kelapa dimulai dari kulit luar, sabut, batok, kulit daging, daging, air kelapa kemudian lembaga terdapat dipaling terdalam buah kelapa.



Gambar II.9 Buah Kelapa

Sumber: <https://backgrounddownload.com/background-buah-kelapa-7.jpg>
(Diakses 01/04/2019)

II.1.5. Pemanfaatan Kelapa

Negara Indonesia sebagai satu diantara negara-negara yang cukup luas di dunia dengan potensi tanaman kelapa yang berlimpah sesungguhnya pasti mampu menjadikan bangsa ini memiliki pembangunan yang berkelanjutan tanpa harus cemas dengan modal yang kurang. Dengan menggunakan pemanfaatan secara optimal kekayaan sumber daya alam juga akan mampu membangun bangsa ini menjadi sejahtera.



Gambar II.10 Potensi Tanaman Kelapa
Sumber: <http://alnusantara.co.id/?p=31.jpg>
(Diakses 01/04/2019)

Menggunakan pemanfaatan yang benar dan tidak mengeploitasi secara berlebihan akan menghindari dampak yang tidak diinginkan terjadi. Selama ini memang sudah banyak masyarakat yang menggunakan sumber daya alam yang tersedia, namun karena keinginan meraih keuntungan sebesar-besarnya bagi sebagian orang atau kelompok masyarakat sehingga tidak memperhatikan kerusakan lingkungan dan aspek sosial. Keuntungan tersebut hanya didapatkan sebagian kelompok masyarakat dan malah tidak memberikan kontribusi besar kepada wilayah yang mempunyai sumber daya alam itu sendiri.

Maka dari itu dibutuhkan pemanfaatan sumber daya alam yang benar untuk dapat memajukan pembangunan nasional. Tidak membiarkan banyak sumber daya alam yang terbuang percuma dan tidak pula dieksploitasi secara berlebihan tetapi dimanfaatkannya dengan optimal. Sama halnya dengan tanaman kelapa yang begitu melimpah di Indonesia, yang tidak termanfaatkan secara optimal padahal mampu meningkatkan perekonomian industri untuk mencapai pembangunan bangsa yang sejahtera.

Semua bagian tanaman kelapa dapat dimanfaatkan untuk industri. Terkarang kebanyakan petani memanen buah kelapanya pada saat masih muda karena kebutuhan yang sangat besar pada buah kelapa. Buah kelapa muda biasanya

sering dijumpai dengan olahan aneka minuman, contohnya es kelapa muda. Tidak hanya aneka minuman, berbagai *handicraft* seperti lampu, tas, hiasan dinding dan bahkan *furniture* dapat menjadi hasil dari pemanfaatan tanaman kelapa.

II.2. Saung Kalapa

Dalam menciptakan produk kreatif, tidak hanya cukup ide saja akan tetapi memerlukan bahan untuk dijadikan sebuah produk kreatif yang memiliki unsur seni dan nilai jual. Bahan yang bagus adalah bahan yang didapat dari sumber daya alam. Selain mudah didapat, berguna juga untuk pemanfaatan sumber daya alam melimpah yang jarang digunakan.

Kabupaten Pangandaran adalah salah satu kabupaten di wilayah provinsi Jawa Barat yang mempunyai sumber daya alam yang banyak. Pangandaran dikenal dengan wisata populernya yaitu pantai pangandaran yang ada di tepi samudera Hindia juga berbatasan dengan Ciamis dan Cilacap. Sangat terkenal dengan pantainya, sebagai mana seperti pesisir lain Pangandaran sangat strategis dan banyak dijumpai tanaman kelapa sebagai sumber daya alamnya. Begitu pula dengan Saung Kalapa yang telah menerapkan pembuatan produk kreatif dengan pemanfaatan sumber daya alam sejak perusahaan ini didirikan.



Gambar II.11 Logo Saung Kalapa
Sumber: *Database Saung Kalapa (2018)*

Saung kalapa merupakan satu diantara UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang memproduksi kerajinan berbahan dasar kelapa, lebih tepatnya lagi limbah kelapa yang diolah kembali sampai menghasilkan sebuah bentuk yang

baru dan tidak seperti limbah pada awalnya bahkan menjadi produk yang memiliki daya tarik, artistik dan fungsional.



Gambar II.12 Saung Kalapa
Sumber: Pribadi (2019)

Karena maraknya kelapa dan limbahnya, masyarakat sekitar memberdayakan buah kelapa dan itu menjadi daya tarik sendiri bagi para wisatawan. Banyak sekali masyarakat yang memproduksi berbahan dasar buah kelapa dan Saung kalapa ini salah satu perusahaan yang unggul dalam memproduksi produk kreatif dari buah kelapa.

II.2.1. Sejarah Saung Kalapa

Pada tahun 2013 Saung Kalapa ini didirikan dan sudah berjalan 6 tahun sampai saat ini. Perkembangan Saung Kalapa lumayan meningkat. Asep Ali Imron adalah pendiri dari Saung Kalapa tersebut. Seorang putra daerah yang membawa solusi bagi limbah kelapa melimpah yang belum termanfaatkan dengan baik menjadi barang yang fungsional dan bernilai seni. Pada awalnya usaha ini telah dijalankan secara turun temurun keluarga, akan tetapi hanya penjualan produk dari buah kelapa saja. Kemudian sampai pada akhirnya usaha ini diteruskan oleh Asep, Asep ini awalnya melihat sebuah batok kelapa yang dipotong dan Ia mengamatinya. Dari situlah muncul ide bahwa batok kelapa ini dapat juga dijadikan gelas. Asep mengolahnya menjadi beberapa produk rumahan seperti gelas, sendok dan sebagainya terlebih bahwa Asep ini adalah lulusan dari Institut

Seni Indonesia Yogyakarta di jurusan seni rupa, Asep berbalik ke kampung dan melihat kondisi sekitar bahwa banyaknya limbah kelapa yang terbuang sehingga dari pengetahuan seni rupanya memandang ternyata buah kelapa cukup potensial, dapat dikembangkan dan menjadikan buah kelapa tersebut diolah dari sisi seni rupa.



Gambar II.13 Saung Kalapa
Sumber: Pribadi (2019)

Saung Kalapa merupakan usaha produk kreatif dari limbah kelapa yang berdiri dalam rentang waktu yang cukup lama, oleh karenanya membuatnya banyak dikenal dan diakui oleh masyarakat sekitar wilayah produksi tersebut. Dengan hanya bermodalkan mesin dan gergaji, Asep dapat mengembangkan usaha ini sampai dikenal di Pangandaran sendiri dan di luar Pangandaran. Promosi yang dilakukan yaitu dengan diikutinya pameran-pameran di Pangandaran maupun di luar Pangandaran terlebih daripada itu, Saung Kalapa mendapatkan perhatian dari pemerintah kabupaten Pangandaran dinas wisata, perdagangan, pertanian, perindustrian.

Setelah mengembangkan sendiri usaha ini, kemudian Asep bertujuan menjadikan buah kelapa menjadi sebuah kerajinan yang khas dari Pangandaran karena bahan baku dari kelapa itu bagus dan sangat banyak ditemui di Pangandaran sehingga ketika diproduksi akan mudah didapatkan. Selain itu Asep juga berharap bahwa

dari produksi berbahan kelapa ini dapat menghasilkan pengrajin-pengrajin baru dan memberdayakan masyarakat.

Kendala dalam menjalankan usaha ini adalah masyarakat sangat susah diberi edukasi untuk mengelola pemanfaatan buah kelapa. Untuk mengatasi kendala tersebut, Asep menjadi relawan untuk mengajari masyarakat dalam membuat kerajinan. Dengan bahan yang melimpah tidak heran jika usaha ini cukup prospektif hingga memperdayakan masyarakat. Membuat saudaranya, setanah pangandaran menjadi lebih berdaya dan kreatif adalah cita-cita Asep selain menjual produk-produk kreatif dari limbah buah kelapa.

II.2.2. Profil Saung Kalapa

Saung Kalapa merupakan industri rumahan yang bergerak dibidang perdagangan. Saung Kalapa menawarkan berbagai produk kerajinan yang berbahan dasar kelapa. Berdiri pada tahun 2013, sampai saat ini pegawainya telah mencapai 20 orang. Saung Kalapa beralamat di Dusun Kemplung, Desa Karangbenda RT 004/RW 006, Kecamatan Parigi, Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat, menjadi kunjungan wisata tempat pembelian souvenir oleh wisatawan lokal maupun asing yang sedang melakukan liburan ke pantai Pangandaran.

Visi

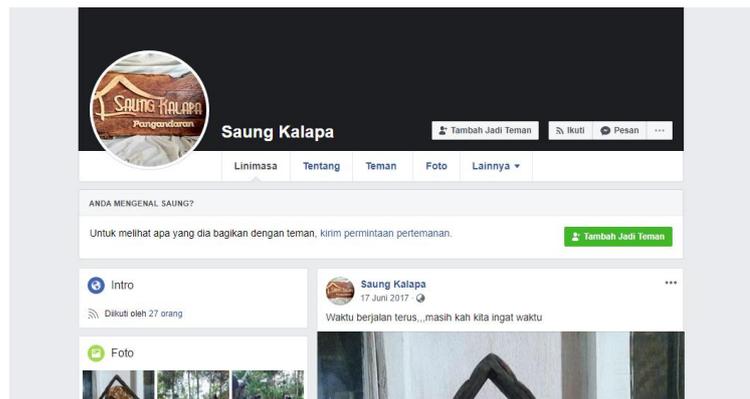
- Produk Saung Kalapa menjadi ciri khas Pangandaran
- *Brand* Saung Kalapa dikenal luas di Indonesia
- Menjadi pusat kerajinan kelapa yang produknya melengkapi gaya hidup masyarakat.

Misi

- Mengusulkan kepada pemerintah untuk mengalahkan kebijakannya dalam meningkatkan pemanfaatan kelapa
- Menjaga dengan baik produk Saung Kalapa baik kualitas maupun kuantitas
- Memberikan kepuasan melalui produk yang estetik pada setiap konsumen yang membeli.

Kontak terkait

Pemilik : Asep Ali Imron
No. *Handphone* : 0822-6223-1446
E-mail : saungkalapapangandaran@gmail.com
Instagram : @saung_kalapa
Facebook : Saung Kalapa



Gambar II.14 Facebook Saung Kalapa
Sumber: https://www.facebook.com/saung.kalapa.1?ref=br_rs.jpg
(Diakses 30/03/2019)

Facebook Saung Kalapa memiliki 27 pengikut dan 686 teman yang terbilang sedikit karena facebook Saung Kalapa ini sudah tidak dioperasikan dari Juni 2017. Facebook Saung Kalapa berisikan tentang postingan kegiatan, foto Saung Kalapa.

II.2.3. Struktur Organisasi Saung Kalapa

Dalam perusahaan dibutuhkan struktur organisasi untuk memperlancar operasionalnya serta untuk mencapai tujuan bersama. Dalam Saung Kalapa ini tidak mempunyai struktur tertulis. Akan tetapi pegawai di Saung Kalapa mengetahui sendiri posisinya, melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Ketika permintaan pasar sedang meningkat, akan memperdayakan penduduk sekitar di daerahnya untuk membantu pengerjaan produk tersebut melalui bimbingan terlebih dahulu. Namun pemberdayaan masyarakat saat permintaan pasar meningkat, pemberdayaan tersebut kurang maksimal karena masyarakat dapat bekerja setelah melakukan pekerjaannya sebagai nelayan atau petani.

II.2.4. Perkembangan Saung Kalapa

Berawal dari menjual hanya di toko, Saung Kalapa semakin dikenal masyarakat dengan mengikuti atau memasukan produknya ke pameran-pameran yang terdapat di kota Pangandaran. Selain itu, Saung Kalapa sebagai objek kunjungan bagi wisatawan yang berkunjung ke Pangandaran. Adapun beberapa stasiun tv yang tertarik dengan Saung Kalapa menjadikannya sebagai konten dan dipublikasikan kemudian.



Gambar II.15 *Both* Saung Kalapa di pameran
Sumber: *Database Saung Kalapa* (2018)



Gambar II.16 Pembuatan tas di pameran
Sumber: *Database Saung Kalapa* (2018)



Gambar II.17 Lampion ubur-ubur di WJCF
Sumber: *Database Saung Kalapa* (2018)

II.2.5. Prestasi Saung Kalapa

Menurut Suryadi dalam Permadi (2014) Sejalan dengan kendala yang dihadapi oleh UMKM diantaranya lemahnya manajemen, lemahnya struktur permodalan, dan kurangnya sumber daya manusia. UMKM di Indonesia juga menunjukkan prestasi yang meningkat, sama halnya dengan Saung Kalapa. Prestasi yang telah dicapai oleh Saung Kalapa diantaranya:

1. Juara 2 produk terbaik di Jawa Barat Dekranasda.
2. Memenangkan lomba pameran Pangandaran.
3. Menjadi tempat kunjungan wisata turis asing di Pangandaran.
4. Produk kerajinan kelapa yang diproduksinya digagas menjadi *icon* kerajinan kota Pangandaran.



Gambar II.18 Pekan Kerajinan Jawa Barat
Sumber: http://picdeer.com/saung_kalapa.jpg
(Diakses 10/04/2019)

II.2.6. Cara Pengolahan

Hasil dari pengamatan di lapangan, ditemukan fakta yang menunjukkan bahwa limbah kelapa sangat melimpah selain karena masyarakat Pangandaran dan sekitarnya memanfaatkan dari menjual kopra, daging kelapanya saja, dan terlebih lagi masyarakat di Pangandaran sendiri menjual santan kemasan sehingga muncul masalah baru yang menyebabkan limbah kelapa semakin menumpuk dan tersebar luas. Keberadaan Saung Kalapa menguntungkan pengrajin kopra dan petani karena dari Saung Kalapa lah yang biasanya batok yang tidak berguna dibuang menjadi barang yang menghasilkan. Adapun cara pengolahan buah kelapa untuk menjadi produk kreatif dan fungsional adalah pertama-tama dengan mengupas buah kelapa menjadi batok. Jika sudah dikupas, kemudian batok tersebut dihaluskan dengan alat seperti gerinda dan batok itu sendiri akan mengeluarkan tekstur atau serat khas yang artistik saat dihaluskan.



Gambar II.19 Cara Pengolahan

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=DqtmGQN9R0s.jpg>
(Diakses 10/04/2019)

Kemudian batok dilubangi dengan memotong bagian pucuk kelapa dan dikeluarkan daging kelapanya. Daging kelapanya nanti akan dikeringkan dan menjadi kopra untuk dijual sedangkan batoknya sendiri akan menjadi produk kreatif dan fungsional.

II.2.7. Proses Produksi

Di Saung Kalapa ini tidak mempunyai target produksi atau asal produksi akan tetapi produksi disesuaikan dengan jumlah pesanan dari konsumen atau disebut juga *pre order*. Akan tetapi ada beberapa produk yang sudah siap jual seperti aksesoris, gelas, gayung.



Gambar II.20 Produk Saung Kalapa
Sumber: Pribadi (2019)

Usaha ini dibidang cukup mudah dalam pembuatannya dan dengan bahan baku yang mudah didapatkan pula. Jika permintaan pasar sedang meningkat, walaupun proses produksi mudah, tetap membutuhkan sumber daya manusia yang lebih pula untuk mempersingkat waktu produksi dengan dilakukan spesialisasi kerja.

II.2.8. Produk Saung Kalapa

Produk kreatif yang terdapat pada Saung Kalapa tidak hanya bermanfaat, akan tetapi memiliki nilai seni juga. Seperti gelas, tatakan, teko, cangkir, asbak, gayung, tempat penyimpanan, lampu, tas, dan masih banyak lagi. Berikut beberapa produk Saung Kalapa:

Tabel II.1. Daftar produk dan harga
Sumber: Data pribadi (2019)

No	Produk	Harga
1	 <p>Gambar II.21 Cangkir Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp25.000,-

2	 <p data-bbox="619 528 900 591">Gambar II.22 Tas Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp250.000,-
3	 <p data-bbox="619 949 900 1014">Gambar II.23 Sendok Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp10.000,-
4	 <p data-bbox="619 1317 900 1382">Gambar II.24 Teko Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp100.000,-
5	 <p data-bbox="619 1682 900 1747">Gambar II.25 Cangkir Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp10.000,-

6	 <p data-bbox="616 528 903 595">Gambar II.26 Celengan Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp50.000,-
7	 <p data-bbox="560 896 960 963">Gambar II.27 Mangkuk sop buah Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp30.000,-
8	 <p data-bbox="616 1285 903 1352">Gambar II.28 Asbak Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp20.000,-
9	 <p data-bbox="528 1688 994 1756">Gambar II.29 Tempat Dudukan Lampu Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp150.000,-

10	 <p data-bbox="619 562 901 629">Gambar II.30 Gayung Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp25.000,-
11	 <p data-bbox="619 981 901 1048">Gambar II.31 Jam Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp100.000,-
12	 <p data-bbox="619 1422 901 1489">Gambar II.32 Piala Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp100.000,-
13	 <p data-bbox="587 1843 933 1910">Gambar II.33 Hiasan dinding Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp60.000,-

14	 <p data-bbox="619 539 903 607">Gambar II.34 Tas kecil Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp100.000,-
15	 <p data-bbox="600 927 919 994">Gambar II.35 Tempat Tisu Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp60.000,-
16	 <p data-bbox="619 1344 903 1411">Gambar II.36 Cermin Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp50.000,-
17	 <p data-bbox="619 1792 903 1859">Gambar II.37 Rak Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp60.000,-

18	 <p data-bbox="619 555 900 622">Gambar II.38 Lampu Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp150.000,-
19	 <p data-bbox="619 981 900 1048">Gambar II.39 Serok Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp20.000,-
20	 <p data-bbox="619 1406 900 1473">Gambar II.40 Lampion Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp20.000,-
21	 <p data-bbox="580 1783 938 1850">Gambar II.41 Tempat Sambal Sumber: Pribadi (2019)</p>	Rp10.000,-

II.2.9. Distribusi

Harga merupakan hal yang termasuk penting dalam sebuah pemasaran. Harga juga mencerminkan keistimewaan dan nilai produk kemudian mengkomunikasikannya kepada pasar (Kotler, 2005, h.175).

Produk-produk yang diproduksi di Saung Kalapa tidak hanya unik dan mempunyai nilai seni. Tetapi mempunyai harga yang beraneka ragam dimulai dari produk yang dibandrol dengan harga Rp10.000 sampai dengan Rp250.000 persatuannya atau bahkan dapat lebih jika memesan sesuai keinginan konsumen. Untuk sebuah produk kerajinan tangan yang unik dan inovatif, produk tersebut terhitung efektif untuk mengurangi limbah kelapa di daerah Pangandaran khususnya.

Saung Kalapa tidak menempatkan atau menitipkan produknya kepada organisasi perantara bisnis tertentu. Di kota tempat Saung Kalapa memproduksi juga terdapat tempat yang disediakan untuk mendistribusikan misalkan Rumah Kreatif Pangandaran dan lainnya. Akan tetapi Saung Kalapa tidak menempatkan produk kerajinan tangannya dikarenakan belum menemukan tempat yang cocok untuk dijadikan kerjasama selain dari pameran yang diikutinya. Saung Kalapa lebih memilih untuk menggunakan distribusi langsung yang hanya melibatkan pihak produsen dan konsumen saja. Distribusi sendiri merupakan kegiatan penyaluran yang erat menghubungkan produsen dan konsumen (Winardi, 1989, h.299).

II.2.10. Keunggulan Produk

Berbeda dengan produk berbahan plastik atau kaca, Saung Kalapa yang menciptakan produk dengan bahan sumber daya alam kelapa, diantaranya batok kelapa yang mempunyai serat yang padat sehingga tidak mudah pecah dan berbau. Selain itu, produknya karena diciptakan dari alam sehingga ramah lingkungan. Tekstur dari serat kelapa yang menambah nilai estetik pada produk kerajinan kelapa tersebut.



Gambar II.42 Produk Unggulan UMKM Kab. Pangandaran

Sumber: <https://swarapangandaran.com/produk-unggulan-pangandaran-ikut-mejeng-dijang-telkom-craft.jpg>
(Diakses 10/04/2019)

II.2.11. Promosi yang pernah dilakukan

Promosi yang dilakukan oleh Saung Kalapa adalah kegiatan promosi melalui *event* atau pameran yang diadakan di berbagai daerah di Jawa Barat, untuk menarik perhatian konsumen agar dapat mengetahui, membeli dan meningkatkan penjualan produk pada konsumen. Selain itu, promosi dilakukan secara berinteraksi dengan konsumen langsung atau disebut juga dengan *personal selling*.

II.3 Situasi Pasar

Situasi Pasar merupakan situasi ketika adanya perubahan-perubahan yang menentukan peluang dan ancaman bagi suatu perusahaan. Perubahan-perubahan tersebut diantaranya seperti sosial ekonomi, kebutuhan pembeli, teknologi, dan adanya kompetitor. Bertambahnya kompetitor menjadikan situasi pasar semakin bersaing, dan jika persaingan meningkat peran pemasaran menjadi sangat penting.

Jika jumlah kompetitor bertambah, maka hal tersebut membuktikan bahwa minat masyarakat tinggi. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Saung Kalapa, beliau mengatakan bahwa minat masyarakat untuk membeli produk kerajinan cukup tinggi dilihat dari banyaknya konsumen yang mengunjungi toko Saung

Kalapa. Akan tetapi pada bulan-bulan terakhir ini, konsumen yang berkunjung semakin sedikit dikarenakan kurangnya pemasaran.

Munculnya Saung Kalapa ini turut meramaikan pasar dengan produk-produknya. Banyak ditemukan produk-produk dari olahan kelapa baik dimulai dari souvenir, aksesoris, bahkan sampai dengan produk yang mempunyai nilai guna sebagai kebutuhan rumah tangga. Ketika minat masyarakat pada produk Saung Kalapa tinggi, secara tidak langsung konsumen mengetahui bahwa produk Saung Kalapa memiliki nilai fungsi dan nilai estetikanya.

Tinggi rendahnya nilai estetik tidak terlepas dari produk kerajinan. Berdasarkan kuesioner yang dilakukan, sebagian besar responden yang tertarik pada produk kerajinan menyebutkan bahwa produk Saung Kalapa adalah produk yang menarik, unik, dan memiliki nilai estetik.

II.3.1. Peta Persaingan

Berdasarkan situasi pasar yang telah disebutkan, adanya persaingan merupakan salah satu faktor yang menentukan peluang dan ancaman bagi perusahaan tersebut.

Demikian juga Saung Kalapa yang memiliki pesaing langsung dan pesaing tidak langsung, diantaranya:

a. Pesaing Langsung

Pesaing langsung merupakan pesaing yang bersaing atas pelanggan yang sama, dan jenis produk yang sama. Saung Kalapa memiliki pesaing langsung dengan memproduksi alat rumah tangga seperti cangkir, teko, serta sendok yang sama halnya dengan produk Saung Kalapa. Akan tetapi pesaing tersebut hanya memproduksi kebutuhan rumah tangga saja, berbeda dengan Saung Kalapa yang memproduksi berbagai jenis produk.



Gambar II.43 Logo Marem Project

Sumber: https://web.facebook.com/marem.project/?_rdc=1&_rdr.jpg
(Diakses 10/04/2019)

Marem Project merupakan pengrajin kebutuhan rumah tangga yang menggunakan batok kelapa sebagai bahan baku produk kerajinannya. Marem Project menawarkan beberapa produk kebutuhan rumah tangganya seperti cangkir, mangkok, sendok, sumpit dan teko. Marem Project bertempat di Bantul, Yogyakarta.

b. Pesaing Tidak Langsung

Ada beberapa perusahaan industri menggunakan bahan baku yang sama, yaitu kelapa. Namun meskipun menggunakan bahan baku yang sama akan tetapi perusahaan tersebut lebih mengunggulkan batang kelapanya.

Origins *Coconut Wood* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pengelolaan kelapa. Produk yang dihasilkan oleh Origins *Coconut Wood* ini diantaranya produk olahan kayu kelapa seperti perlengkapan makan piring, mangkok, cangkir, gelas, dan sendok. Perusahaan ini bertempat di Morangan Karanom, Klaten Utara Klaten, Jawa Tengah.



Gambar II.44 Logo CV. Origins *Coconutwood*
Sumber: <https://www.facebook.com/originscoconutwoodcompany.jpg>
(Diakses 10/04/2019)

Secara tidak langsung Origins *Coconutwood* ini menjadi pesaing tidak langsung dari Saung Kalapa. Dikarenakan berbahan baku sama akan tetapi cara pemanfaatannya yang berbeda.

Ada pula pengrajin di Pangandaran yang memproduksi kerajinan tangan. Akan tetapi produk kerajinan tersebut berbahan baku hata yang merupakan sejenis rotan kecil. Meskipun berbahan baku yang berbeda, produk yang dihasilkan cenderung sama seperti tas, tempat tisu, dan lain-lain.

Sanggar Giri Mitra merupakan wadah bagi UMKM yang memproduksi kerajinan tangan yang berbahan baku hata. Hata merupakan pohon sejenis rotan kecil. Unit usaha ini bertempat di Dusun Sukamanah, Desa Bojong, Kecamatan Parigi yang juga beranggotakan 25 orang. Sanggar Giri Mitra disini belum memiliki *brand image* sehingga belum pula memiliki logo perusahaan. Meskipun belum memiliki *brand*, banyak sekali yang meminati produk kerajinan ini, contohnya kota Bali yang menjadi tujuan pengiriman rutin dari Sanggar Giri Mitra.



Gambar II.45 Produk Sanggar Giri Mitra

Sumber: <https://swarapangandaran.com/kerajinan-hata-dari-pangandaran-semakin-bersinar.jpg>
(Diakses 10/04/2019)

II.3.2. Analisis 4 P Saung Kalapa

Product (Produk)

Saung Kalapa mempunyai berbagai macam produk yang ditawarkan, mulai dari peralatan rumah tangga seperti peralatan dapur, peralatan untuk melengkapi ruang keluarga, serta aksesoris dengan bentuk rupa yang estetik dan bahan yang baik untuk digunakan.

Price (Harga)

Kisaran harga produk kerajinan Saung Kalapa dimulai dari Rp10.000,- hingga Rp200.000,-

Place (Tempat/Lokasi)

Tempat penjualan sekaligus tempat produksi Saung Kalapa berlokasi di Dusun Kemplung, Desa Karangbenda RT 004/RW 006, Kecamatan Parigi, Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat.

Promotion (Promosi)

Promosi yang telah dilakukan oleh Saung Kalapa yaitu promosi secara *personal selling* atau penjualan perorangan langsung baik di toko maupun saat mengikuti pameran atau *event* tertentu.

II.3.3. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*)

Analisis dibutuhkan untuk memecahkan suatu masalah yang diteliti yang dilakukan ketika semua data telah terkumpul. Proses penelitian yang tepat akan menentukan pengambilan kesimpulan dan solusi yang akurat. Analisis yang tepat untuk memetakan bagaimana kondisi perusahaan dalam memaksimalkan keunggulan dan peluangnya adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2004, h.18). Analisis ini digunakan untuk melaksanakan sebuah strategi perusahaan dalam meningkatkan penjualan demi mendapatkan keuntungan. Penggunaan analisis ini membuat lebih efektif dalam perencanaan baik jangka pendek maupun panjang untuk menganalisis suatu keadaan dalam perusahaan. Di dalam analisis SWOT terdapat *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Treath* (ancaman). Hasil analisis SWOT terhadap Saung Kalapa adalah sebagai berikut:

Tabel II.2. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*)
Sumber: Data pribadi (2019)

	<i>Streangth</i> (Kekuatan)	<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	<i>Opportunities</i> (Peluang)	<i>Threats</i> (Ancaman)
Saung Kalapa	<ul style="list-style-type: none"> - Memproduksi berbagai macam produk - Menggunakan sistem <i>pre order</i> dengan produk <i>custom</i> sesuai permintaan konsumen - Memiliki produk unggulan yang menjadi <i>icon</i> kerajinan Pangandaran 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya sumber daya manusia - Kurangnya pemasaran - Harga terbilang cukup mahal 	<ul style="list-style-type: none"> - Berada di wilayah Pangandaran yang merupakan tempat wisata - Meningkatnya gaya hidup 	<ul style="list-style-type: none"> - Rawannya peniruan produk karena Saung Kalapa tidak berlisensi - Penurunan tingkat penjualan karena kurangnya pemasaran - Hilangnya <i>icon</i>

	- Memiliki garansi pada produknya			Pangandaran
Marem Project	- Memproduksi alat kebutuhan rumah tangga - Dapat <i>custom</i> produk sesuai permintaan konsumen - Harganya terbilang murah	- Terbatasnya jenis produk. Hanya fokus dalam satu jenis produk yaitu alat kebutuhan rumah tangga	- Memasarkan disosial media seperti Instagram yang dapat memperluas pemasarannya	- Kurangnya rasa bangga konsumen dikarenakan harga yang terlalu murah sehingga kesan barangnya biasa saja

Dilihat dari perbandingan antara Saung Kalapa dengan pesaing diatas, didapatkan beberapa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari Saung Kalapa. Untuk mengevaluasi komponen tersebut selanjutnya dibuat strategi analisis dengan faktor internal dan eksternal yang mana faktor-faktor ini mempengaruhinya. Faktor Internal dengan dua komponen ini yaitu *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan). Sementara faktor eksternal dengan komponen *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Empat komponen tersebut kemudian dipadukan hingga menghasilkan titik pertemuan antara faktor internal dan eksternal.

Tabel II.3. Strategi Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*)
Sumber: Pribadi (2019)

Internal Eksternal	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)
<i>Opportunities</i> (Peluang)	Memiliki garansi pada produk sehingga konsumen percaya serta keanekaragaman produk dengan estetikanya untuk memenuhi gaya hidup	Memanfaatkan tempat wisata untuk memeperluas pemasaran produk

<i>Threats</i> (Ancaman)	Dengan memproduksi sesuai keinginan konsumen secara tidak langsung memperkembangkan jenis produk pada Saung Kalapa	Mepromosikan sekaligus memperkenalkan bahwa produk tersebut merupakan karya Saung Kalapa
------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------

Dari analisa di atas dapat disimpulkan bahwa Saung Kalapa memiliki keunggulan dalam memberikan garansi sebagai jaminannya serta keanekaragaman produknya dengan desain yang estetik yang ditawarkan untuk memenuhi gaya hidup konsumen. Namun bukan hanya memiliki kelebihan, Saung Kalapa juga memiliki kekurangan yang menghambat perkembangan dari Saung Kalapa sendiri sehingga menjadikan pencapaian Saung Kalapa belum optimal.

II.3.4. Persepsi Masyarakat

Setelah melakukan riset kepada masyarakat secara langsung dan tidak langsung terhadap masyarakat yang menggunakan maupun tidak menggunakan produk kerajinan kelapa. Dari hasil riset tersebut mendapatkan beberapa pendapat dari masyarakat terhadap produk kerajinan Saung Kalapa, diantaranya:

a. Pengguna produk kerajinan kelapa

Beberapa pendapat masyarakat pengguna apabila menggunakan produk kerajinan Saung Kalapa untuk peralatan rumah tangga merasa mengenang masa lalu serta produk ini aman dan nyaman digunakan dikarenakan bahan baku dari produk kerajinan Saung Kalapa tersebut tidak mudah pecah dan ramah lingkungan.

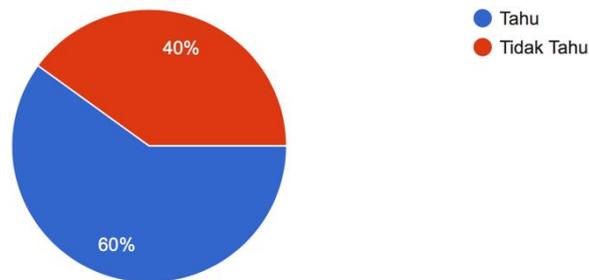
b. Bukan pengguna produk kerajinan kelapa

Pendapat dari beberapa masyarakat yang tidak menggunakan produk kerajinan kelapa bahwa produk kerajinan kelapa sulit ditemukan di daerahnya serta memilih menggunakan produk plastik yang lebih mudah ditemukan.

Adapun kuesioner yang dilakukan untuk melihat persepsi masyarakat pada produk kerajinan kelapa. Beberapa hasil kuesioner tersebut yaitu:

Apakah Anda mengetahui produk kerajinan kelapa?

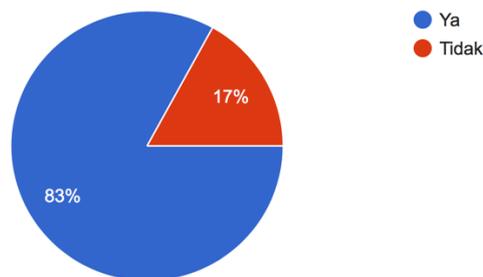
100 tanggapan



Dilihat dari persentase responden yang mengetahui produk kerajinan kelapa dengan 60 % lebih besar dibandingkan 40% yang tidak mengetahui. Responden yang mengetahui, banyak yang mengatakan mengetahui produk tersebut dari internet, ada yang melihat langsung dari sentra kerajinan, keluarga, cendramata, pameran, dan beberapa membeli langsung dari pengrajin.

Setelah mengetahui deskripsi Saung Kalapa dan produk-produknya, apakah Anda tertarik untuk membelinya?

100 tanggapan



Terhitung 83% responden tertarik untuk membeli produk kerajinan Saung Kalapa ketika Saung Kalapa dan beberapa produknya dijelaskan. Dan terdapat pula 17% responden yang tidak tertarik terhadap produk kerajinan Saung Kalapa. Pendapat responden yang tertarik dengan produk kerajinan Saung Kalapa tersebut adalah unik, menarik, mempunyai nilai estetika, bermanfaat dan ramah lingkungan.

Responden dalam kuesioner ini mengharapkan produk kerajinan kelapa Saung Kalapa lebih dipromosikan lagi, karena masyarakat yang meminati produk tersebut susah mendapatkan informasi untuk membelinya. Selain itu, masyarakat berharap agar menjadi mengetahui apa saja produk kerajinan yang diproduksi dan lebih mudah untuk mendapatkan produk kelapa tersebut.

II.4. Resume

Saung Kalapa merupakan unit usaha yang cukup dikenal oleh peminat kerajinan kelapa. Akan tetapi, pada masyarakat umum sendiri terutama masyarakat diluar Pangandaran belum mengetahui produk kerajinan Saung Kalapa. Perkembangan usaha Saung Kalapa untuk mempromosikan produknya keluar daerah Pangandaran kurang optimal dikarenakan promosi yang dilakukan hanya promosi secara langsung atau dengan *personal selling*. Saung Kalapa pernah memperluas pemasarannya secara *online* akan tetapi pemasaran tersebut dapat dikatakan tidak berhasil karena kurang menariknya foto produk, serta *planning* yang dilakukan Saung Kalapa untuk promosi kurang optimal. Setelah melakukan riset dari permasalahan tersebut dan pencarian data di lapangan mengenai Saung Kalapa, didapatkan hasil bahwa salah satu usaha untuk mengembangkan dan memajukan Saung Kalapa adalah melakukan promosi kepada masyarakat untuk memperluas pemasaran agar produk Saung Kalapa dapat dikenal dan diminati masyarakat lainnya.

II.5. Solusi Perancangan

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan, maka solusi perancangan yang akan dibuat berupa media promosi yang dapat memperkenalkan Saung Kalapa dan produknya kepada masyarakat di luar daerah Pangandaran dengan jangkauan nasional maupun internasional, dengan tujuan memperluas pemasaran dan menarik minat masyarakat untuk membeli.