Jurnal Administrasi Bisnis
ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

STRATEGI PEMASARAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL DALAM MEMBANGUN DAYA SAING KERAJINAN TIKAR PURUN DI DESA PANDAMAAN KECAMATAN DANAU PANGGANG KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

Hasanah[1], Ary Yudianto[2]
Program Studi Administrasi Bisnis
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai
Email: hasanah031993@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi pemasaran dan penerapan kearifan lokal serta merumuskan strategi pemasaran berbasis kearifan lokal dalam membangun daya saing kerajinan tikar purun di Desa Pandamaan, Kecamatan Danau Punggang, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif Deskriptif Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap lima infooman yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, sedangkan keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, member check, dan ketekunan pengamatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran masih dilakukan secara konvensional berdasarkan bauran pemasaran (4P). Keunggulan produk terletak pada penggunaan bahan alami, proses produksi tradisional, dan nilai kearifan lokal. Kendala yang dihadapi meliputi terbatasnya inovasi produk, sempitnya jangkauan pemasaran, rendahnya pemanfaatan media digital, tingginya biaya produksi, serta minimnya regenerasi pengrajin. Oleh karena itu, strategi pemasaran berbasis kearifan lokal diperlukan untuk meningkatkan daya saing sekaligus menjaga keberlanjutan kerajinan tikar purun.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Kearifan Lokal, Daya Saing, Kerajinan Tikar purun

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing conditions and the implementation of local wisdom, as well as to formulate marketing strategies based on local wisdom to develop the competitiveness of purun mat crafts in Pandamaan Village, Danau Panggang District, Hulu Sungai Utara Regency. This study employed a descriptive qualitative approach. Data were collected through interviews, observation, and documentation involving five informants selected using purposive sampling. Data were analyzed using the Miles and Huberman model, while data validity was assessed through source triangulation, technique triangulation, member checking, and persistent observation. The results show that marketing is still conducted conventionally based on the 4P marketing mix. The product's strengths lie in the use of natural materials, traditional production processes, and local wisdom values. The challenges include limited product innovation, a narrow marketing reach, low utilization of digital media, high production costs, and limited regeneration of craftsmen. Therefore, marketing strategies based on local wisdom are needed to improve competitiveness while preserving the sustainability of purun mat crafts.

***Keywords**: Marketing Strategy, Local Wisdom, Competitiveness, Purun Mat Crafts*

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

PENDAHULUAN

Kabupaten Hulu Sungai Utara merupakan salah satu wilayah di Provinsi Kalimantan Selatan yang memiliki karakteristik geografis berupa lahan basah atau rawa. Kondisi geografis tersebut memberikan potensi sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup. Salah satu sumber daya alam yang banyak dimanfaatkan masyarakat adalah tanaman purun. Purun merupakan tanaman yang tumbuh di lingkungan rawa dan dapat dimanfaatkan sebagai bahan dasar berbagai kerajinan, salah satunya kerajinan tikar purun.

Kerajinan tikar purun merupakan salah satu bentuk pemanfaatan sumber daya alam yang telah dilakukan masyarakat secara turun-temurun. Kegiatan menganyam purun tidak hanya menghasilkan produk yang memiliki nilai ekonomi, tetapi juga mencerminkan adanya kearifan lokal masyarakat. Keterampilan dalam mengolah purun dan menganyam tikar diperoleh melalui proses pembelajaran dari orang tua maupun lingkungan sekitar. Oleh karena itu, kerajinan tikar purun memiliki hubungan yang erat dengan kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat.

Kabupaten Hulu Sungai Utara dikenal sebagai salah satu wilayah yang memiliki potensi kerajinan purun. Pemanfaatan tanaman purun berkembang karena didukung oleh kondisi lingkungan lahan basah yang menjadi habitat tanaman tersebut. Masyarakat memanfaatkan purun sebagai bahan kerajinan yang dapat memberikan tambahan maupun sumber pendapatan bagi keluarga. Produk kerajinan purun yang dihasilkan tidak hanya berupa tikar, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi berbagai produk kerajinan lainnya.

Kecamatan Danau Panggang merupakan salah satu wilayah yang masyarakatnya masih mempertahankan kegiatan pengolahan purun. Beberapa desa yang dikenal sebagai penghasil kerajinan purun antara lain Desa Darussalam, Desa Palukahan, dan Desa Pandamaan. Ketiga desa tersebut memiliki pengrajin purun dan didukung dengan fasilitas mesin penumbuk purun untuk membantu proses pengolahan bahan baku.

Dalam penelitian ini, Desa Pandamaan dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu desa yang memiliki kegiatan produksi tikar purun yang cukup berkembang. Masyarakat di Desa Pandamaan masih banyak yang menjalankan aktivitas pengolahan dan penganyaman purun. Selain itu, kedekatan dengan sumber bahan baku dan pasar tradisional memberikan kemudahan bagi pengrajin dalam melakukan aktivitas produksi dan pemasaran.

Kerajinan tikar purun di Desa Pandamaan memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Hal tersebut disebabkan produk tikar purun mempunyai karakteristik yang berbeda dengan produk tikar modern. Tikar purun dibuat menggunakan bahan alami dan proses pengerjaannya masih mempertahankan keterampilan tradisional. Keterampilan tersebut menjadi bagian dari kearifan lokal masyarakat Desa Pandamaan.

Kearifan lokal dalam kerajinan tikar purun dapat dilihat dari penggunaan bahan alami, proses pengolahan purun, keterampilan menganyam, serta pengetahuan yang diwariskan dari generasi ke generasi. Kearifan lokal tersebut tidak hanya mempunyai nilai budaya, tetapi juga mempunyai potensi ekonomi apabila dikembangkan melalui strategi pemasaran yang tepat.

Namun, dalam perkembangannya kerajinan tikar purun menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah persaingan dengan produk modern berbahan plastik. Produk modern lebih mudah ditemukan, memiliki berbagai macam warna dan desain, serta memiliki harga yang relatif terjangkau. Kondisi tersebut menyebabkan produk tradisional seperti tikar purun harus memiliki

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

strategi pemasaran yang tepat agar tetap mampu bersaing di tengah perubahan kebutuhan dan selera konsumen.

Permasalahan lainnya adalah keterbatasan inovasi produk. Berdasarkan hasil penelitian, motif dan desain tikar purun di Desa Pandamaan masih relatif sederhana dan belum mengalami perkembangan yang signifikan. Produk yang dihasilkan masih cenderung sama dengan produk dari daerah lainnya. Kondisi tersebut dapat menyebabkan produk kurang memiliki pembeda yang kuat di pasar.

Selain masalah inovasi, pemasaran kerajinan tikar purun masih dilakukan secara konvensional. Pengrajin lebih banyak mengandalkan penjualan langsung, pasar tradisional, serta pedagang pengepul. Pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi belum optimal. Akibatnya, jangkauan pasar produk tikar purun masih relatif terbatas.

Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran tidak hanya berkaitan dengan kegiatan menjual produk, tetapi juga bagaimana menciptakan, menyampaikan, dan mengomunikasikan nilai kepada konsumen. Oleh karena itu, pengrajin tikar purun perlu memperhatikan strategi pemasaran yang tidak hanya berorientasi pada penjualan, tetapi juga mampu menampilkan nilai dan keunikan produk.

Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah menjadikan kearifan lokal sebagai ***Unique Selling Point*** **(USP)**. Nilai budaya yang terdapat pada proses pembuatan tikar purun dapat menjadi pembeda dibandingkan dengan produk tikar modern. Bahan alami, proses produksi tradisional, dan keterampilan pengrajin merupakan nilai yang dapat ditonjolkan dalam kegiatan pemasaran.

Dengan demikian, konsumen tidak hanya membeli tikar sebagai barang yang memiliki fungsi, tetapi juga membeli produk yang mempunyai cerita, identitas, dan nilai budaya. Pendekatan tersebut dapat memberikan nilai tambah terhadap produk sekaligus membantu mempertahankan keberadaan kerajinan tradisional.

Strategi pemasaran berbasis kearifan lokal juga dapat menjadi salah satu upaya untuk membangun daya saing. Daya saing tidak hanya ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh kualitas, keunikan, inovasi, dan kemampuan produk memenuhi kebutuhan konsumen. Produk yang memiliki karakteristik berbeda dapat memiliki posisi yang lebih kuat apabila keunikan tersebut mampu dikomunikasikan dengan baik.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai strategi pemasaran berbasis kearifan lokal dalam membangun daya saing kerajinan tikar purun di Desa Pandamaan menjadi penting dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi pemasaran yang dilakukan pengrajin, penerapan kearifan lokal, faktor pendukung dan penghambat, serta strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian berusaha memahami kondisi pemasaran kerajinan tikar purun secara mendalam berdasarkan keadaan nyata di lapangan. Penelitian tidak berorientasi pada perhitungan statistik, tetapi pada pemahaman terhadap pengalaman, kondisi, dan pandangan para pengrajin mengenai kegiatan produksi dan pemasaran.

Penelitian dilaksanakan di Desa Pandamaan Kecamatan Danau Panggang Kabupaten Hulu

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

Sungai Utara. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja karena Desa Pandamaan merupakan salah satu wilayah yang memiliki kegiatan produksi kerajinan tikar purun dan masyarakatnya masih mempertahankan proses produksi tradisional.

Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi terhadap pengrajin dan pihak yang berkaitan dengan pemasaran tikar purun. Data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal, dokumen, dan sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran, kearifan lokal, dan daya saing.

Informan ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu. Informan dipilih karena memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan dalam kegiatan kerajinan tikar purun. Jumlah informan sebanyak lima orang yang terdiri dari dua informan kunci, dua informan utama, dan satu informan pendukung. Informan kunci merupakan pengrajin tikar purun senior, informan utama merupakan pengrajin yang terlibat langsung dalam produksi dan pemasaran, sedangkan informan pendukung merupakan pengepul atau pedagang.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai strategi pemasaran, kondisi usaha, kendala, serta penerapan kearifan lokal. Observasi dilakukan dengan melihat secara langsung kegiatan produksi dan pemasaran. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari lapangan diseleksi dan dikelompokkan sesuai fokus penelitian. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk uraian sehingga dapat ditemukan pola dan hubungan antartemuan. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis.

Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, member check, dan ketekunan pengamatan. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Member check dilakukan dengan mengonfirmasi kembali informasi kepada informan untuk memastikan kesesuaian data.

PEMBAHASAN

Kondisi Umum Kerajinan Tikar Purun di Desa Pandamaan

Purun merupakan tanaman yang tumbuh di lingkungan rawa dan telah lama dimanfaatkan masyarakat Kalimantan Selatan sebagai bahan dasar berbagai kerajinan. Masyarakat memanfaatkan purun untuk membuat tikar, tas, topi, alas meja, dan berbagai produk rumah tangga lainnya.

Di Desa Pandamaan, kerajinan tikar purun telah menjadi kegiatan yang dilakukan secara turun-

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

temurun. Sebagian masyarakat menjadikan kegiatan tersebut sebagai sumber pendapatan, baik sebagai pekerjaan utama maupun pekerjaan tambahan. Berdasarkan hasil penelitian, kegiatan pembuatan tikar purun masih banyak dilakukan oleh ibu rumah tangga untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarga.

Proses produksi dilakukan melalui beberapa tahapan. Purun terlebih dahulu dipilah berdasarkan ukuran dan kualitas. Selanjutnya purun diproses melalui tahap penumbukan atau penggepingan. Dalam proses tersebut dikenal teknik tutuk angkal dan maliniki purun. Setelah melalui proses tersebut, purun perlu didiamkan sebelum digunakan untuk menganyam.

Pembuatan tikar membutuhkan ketelitian dan keterampilan. Lama pengerjaan bergantung pada ukuran tikar dan proses yang dilakukan. Hal tersebut menunjukkan bahwa tikar purun memiliki nilai tenaga kerja yang cukup tinggi karena proses pembuatannya tidak sepenuhnya dapat dilakukan secara cepat seperti produk pabrikan.

Kondisi tersebut merupakan salah satu bentuk kearifan lokal. Pengetahuan tentang bagaimana memilih purun, mengolahnya, dan menganyamnya tidak diperoleh secara instan, tetapi melalui proses pembelajaran yang berlangsung dari generasi ke generasi.

2. Strategi Pemasaran Berdasarkan Bauran Pemasaran

A. Produk (*Product*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengrajin tikar purun di Desa Pandamaan masih mempertahankan kualitas dan ciri khas produk yang diwariskan dari orang tua. Penggunaan bahan alami dan proses tradisional menjadi bagian utama dalam menghasilkan tikar purun.

Salah satu informan menyampaikan bahwa kualitas produk tetap dipertahankan dan keterampilan menganyam diperoleh secara turun-temurun. Hal tersebut menunjukkan bahwa proses produksi memiliki hubungan kuat dengan kearifan lokal masyarakat.

Dari sisi kualitas, penggunaan bahan alami menjadi salah satu kekuatan. Tikar purun memiliki karakteristik yang berbeda dari tikar plastik. Produk tersebut dapat diposisikan sebagai produk yang memiliki nilai alami, tradisional, dan ramah lingkungan.

Namun, hasil penelitian juga menemukan adanya kelemahan pada aspek inovasi. Motif dan corak tikar purun masih cenderung sama dari waktu ke waktu. Pengrajin belum banyak memperoleh pelatihan mengenai pengembangan desain dan inovasi produk.

Jika dikaitkan dengan teori produk dalam bauran pemasaran, kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengrajin telah mampu mempertahankan kualitas dasar produk, tetapi belum optimal dalam mengembangkan nilai tambah produk.

Produk yang baik tidak hanya mempertahankan kualitas, tetapi juga perlu menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, pengrajin dapat melakukan inovasi pada ukuran, bentuk, motif, dan fungsi produk tanpa menghilangkan bahan dan teknik tradisional.

Inovasi tersebut penting agar tikar purun tidak hanya digunakan sebagai alas rumah, tetapi dapat dikembangkan menjadi produk yang memiliki nilai estetika dan fungsi lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ernawati, Hurriyati, dan Dirgantari yang menunjukkan bahwa pengembangan produk merupakan salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya saing kerajinan berbahan dasar purun.

Dengan demikian, strategi produk yang dapat dilakukan adalah mempertahankan kualitas tradisional sekaligus melakukan inovasi modern. Tradisi tidak harus dihilangkan ketika melakukan

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

inovasi. Justru nilai tradisional dapat menjadi dasar dalam menciptakan desain baru.

B. Harga (*Price*)

Harga tikar purun di Desa Pandamaan ditentukan berdasarkan ukuran produk dan biaya produksi. Harga yang relatif terjangkau menjadi salah satu alasan produk masih diminati masyarakat.

Namun, pengrajin menghadapi persoalan berupa meningkatnya biaya bahan baku dan biaya produksi. Kondisi tersebut menyebabkan keuntungan yang diperoleh pengrajin menjadi relatif kecil.

Penetapan harga yang terlalu rendah dapat menguntungkan konsumen, tetapi dapat menjadi masalah bagi keberlanjutan usaha. Jika pengrajin tidak memperoleh keuntungan yang cukup, mereka akan kesulitan membeli bahan baku, melakukan pengembangan produk, maupun mempertahankan kegiatan produksi.

Dalam konteks tersebut, nilai kearifan lokal dapat digunakan untuk meningkatkan nilai jual. Tikar purun tidak seharusnya dipasarkan hanya berdasarkan ukuran dan fungsi, tetapi juga berdasarkan cerita, proses pembuatan, keterampilan pengrajin, dan nilai budaya.

Dengan menonjolkan nilai tersebut, konsumen dapat memahami bahwa harga produk bukan hanya pembayaran terhadap bahan baku, tetapi juga penghargaan terhadap keterampilan dan budaya masyarakat.

Strategi harga dapat dilakukan dengan membuat variasi produk berdasarkan kualitas dan desain. Produk standar dapat memiliki harga tertentu, sedangkan produk dengan desain khusus atau nilai budaya yang lebih tinggi dapat diberikan harga yang lebih tinggi.

Dengan demikian, strategi harga tidak harus selalu berupa penurunan harga untuk menarik konsumen. Peningkatan nilai produk juga dapat menjadi cara untuk meningkatkan penerimaan pengrajin.

C. Tempat (*Place*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran tikar purun masih dilakukan melalui pasar tradisional, khususnya Pasar Danau Panggang. Sebagian pengrajin menjual produk secara langsung kepada konsumen atau pedagang.

Keberadaan Pasar Danau Panggang menjadi faktor pendukung karena lokasinya relatif mudah dijangkau dari Desa Pandamaan. Pasar tersebut menjadi tempat bertemunya pengrajin, pedagang, dan konsumen.

Namun, ketergantungan terhadap pasar tradisional menyebabkan jangkauan pemasaran menjadi terbatas. Konsumen dari luar wilayah belum tentu mengetahui keberadaan produk tikar purun Desa Pandamaan.

Dalam konsep *place*, distribusi bukan hanya berkaitan dengan lokasi penjualan, tetapi bagaimana produk dapat tersedia dan mudah diperoleh konsumen. Oleh karena itu, sistem pemasaran tikar purun perlu dikembangkan.

Pengrajin dapat bekerja sama dengan toko oleh-oleh, galeri kerajinan, pusat UMKM, dan tempat wisata. Selain itu, produk juga dapat dipasarkan melalui media digital dengan bantuan pihak yang lebih memahami teknologi.

Perluasan tempat pemasaran akan memberikan peluang bagi produk untuk menjangkau konsumen regional maupun nasional. Dengan demikian, Pasar Danau Panggang tetap dipertahankan sebagai pasar utama, tetapi tidak menjadi satu-satunya saluran pemasaran.

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

D. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu aspek yang paling lemah dalam pemasaran tikar purun di Desa Pandamaan. Berdasarkan hasil wawancara, pengrajin belum memiliki strategi khusus dalam melakukan promosi. Promosi masih mengandalkan penjualan langsung dan komunikasi dari mulut ke mulut. Pengrajin juga belum memanfaatkan media sosial dan belum banyak mengikuti pameran produk.

Kondisi tersebut dipengaruhi oleh faktor usia pengrajin dan keterbatasan pengetahuan mengenai teknologi. Sebagian besar pengrajin merupakan ibu-ibu yang telah berusia lanjut sehingga penggunaan media digital belum menjadi kebiasaan.

Padahal, media digital dapat digunakan untuk menampilkan keunikan tikar purun. Foto produk, video proses pembuatan, cerita pengrajin, serta informasi mengenai asal-usul purun dapat menjadi bahan promosi.

Promosi melalui media digital juga tidak harus dilakukan secara rumit. Pengrajin dapat memulai dengan menggunakan WhatsApp untuk menawarkan produk kepada konsumen. Selanjutnya dapat dikembangkan melalui Facebook, Instagram, TikTok, atau marketplace dengan bantuan generasi muda.

Selain media digital, promosi juga dapat dilakukan melalui pameran UMKM dan kegiatan kebudayaan. Kegiatan tersebut dapat mempertemukan pengrajin dengan calon konsumen dan pihak yang dapat membantu memperluas pasar.

Dengan demikian, strategi promosi yang tepat bukan hanya memperkenalkan produk, tetapi juga memperkenalkan cerita di balik produk.

3. Kearifan Lokal sebagai Keunggulan Kompetitif

Kearifan lokal merupakan salah satu kekuatan utama kerajinan tikar purun di Desa Pandamaan. Kearifan lokal dapat dilihat dari bahan yang digunakan, proses produksi, keterampilan pengrajin, serta pewarisan pengetahuan.

Bahan baku purun berasal dari lingkungan lahan rawa yang menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Penggunaan sumber daya alam tersebut menunjukkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan lingkungan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi.

Proses pembuatan tikar juga dilakukan dengan teknik tradisional. Keterampilan tersebut diperoleh melalui proses belajar dalam keluarga. Dengan demikian, keterampilan menganyam merupakan bentuk pengetahuan lokal yang tidak dapat dipisahkan dari keberadaan masyarakat.

Menurut Sibarani, kearifan lokal merupakan pengetahuan dan nilai budaya yang diwariskan dari generasi ke generasi. Jika dikaitkan dengan hasil penelitian, keterampilan membuat tikar purun memenuhi karakteristik tersebut.

Kearifan lokal juga dapat menjadi keunggulan kompetitif. Produk tikar plastik dapat dibuat secara massal dengan mesin, tetapi tidak memiliki cerita budaya yang sama dengan tikar purun.

Oleh karena itu, kearifan lokal dapat dijadikan Unique Selling Point. Produk dapat dipasarkan dengan menekankan bahwa tikar dibuat oleh pengrajin lokal menggunakan bahan alami dan teknik tradisional.

Strategi tersebut dapat meningkatkan nilai persepsi konsumen. Konsumen tidak hanya membeli produk karena fungsi, tetapi juga karena nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

4. Faktor Pendukung Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa faktor yang mendukung keberlangsungan

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

pemasaran tikar purun.

a. Ketersediaan bahan baku

Ketersediaan purun di lingkungan rawa menjadi modal utama bagi pengrajin. Bahan baku tersebut memungkinkan kegiatan produksi terus dilakukan.

b. Keterampilan pengrajin

Keterampilan yang diwariskan secara turun-temurun menjadi kekuatan penting. Pengalaman pengrajin membantu menjaga kualitas hasil anyaman.

c. Pelanggan tetap

Adanya konsumen yang sudah mengenal produk membantu mempertahankan penjualan. Hubungan antara pengrajin dan pelanggan menjadi modal sosial yang penting.

d. Kedekatan dengan pasar

Lokasi Desa Pandamaan yang relatif dekat dengan Pasar Danau Panggang memudahkan pengrajin menjual produk.

e. Keunikan produk

Penggunaan bahan alami dan proses tradisional menjadi pembeda dengan produk tikar modern. Nilai tersebut dapat dikembangkan menjadi keunggulan bersaing.

5. Faktor Penghambat Strategi Pemasaran

Selain faktor pendukung, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi pengrajin.

Pertama, meningkatnya biaya bahan baku dan biaya produksi. Kondisi tersebut menyebabkan keuntungan pengrajin relatif kecil.

Kedua, keterbatasan inovasi produk. Motif dan desain masih relatif sama sehingga produk kurang memiliki variasi.

Ketiga, keterbatasan promosi digital. Pengrajin belum memanfaatkan media sosial dan platform digital secara optimal.

Keempat, persaingan dengan tikar plastik yang lebih mudah ditemukan dan memiliki variasi desain yang lebih banyak.

Kelima, rendahnya regenerasi pengrajin. Kurangnya minat generasi muda dapat mengancam keberlanjutan kerajinan tikar purun.

Kelima faktor tersebut menunjukkan bahwa masalah daya saing tidak hanya berasal dari luar usaha, tetapi juga dari kondisi internal pengrajin. Oleh karena itu, strategi pemasaran perlu dilakukan secara menyeluruh.

6. Strategi Pemasaran Berbasis Kearifan Lokal dalam Membangun Daya Saing

Strategi pemasaran berbasis kearifan lokal dapat dilakukan dengan menggabungkan unsur tradisional dan kebutuhan pasar modern.

Pertama, mempertahankan identitas lokal. Pengrajin perlu mempertahankan bahan alami dan teknik tradisional sebagai identitas utama produk.

Kedua, mengembangkan inovasi produk. Motif dan desain dapat dikembangkan agar lebih menarik bagi konsumen tanpa menghilangkan ciri khas lokal.

Ketiga, membangun identitas merek. Produk tikar purun dapat diberikan identitas yang menunjukkan asal Desa Pandamaan dan karakter masyarakat lahan basah.

Keempat, mengembangkan storytelling marketing. Cerita mengenai proses mencari purun, mengolah bahan, menganyam, dan kehidupan pengrajin dapat digunakan dalam kegiatan promosi.

Kelima, memanfaatkan pemasaran digital. Pengrajin dapat melibatkan generasi muda untuk

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

membantu mengelola media sosial.

Keenam, memperluas distribusi. Produk dapat dipasarkan melalui pasar tradisional, toko oleh-oleh, galeri UMKM, pameran, serta platform digital.

Ketujuh, meningkatkan dukungan pemerintah. Pemerintah dapat memberikan pelatihan desain, pemasaran digital, pengemasan, fotografi produk, dan pengembangan usaha.

Kedelapan, mendorong regenerasi. Generasi muda perlu dilibatkan tidak hanya dalam proses menganyam, tetapi juga dalam pengembangan desain dan pemasaran.

Strategi tersebut penting karena daya saing tidak dapat dibangun hanya melalui satu aspek. Produk yang berkualitas membutuhkan promosi yang baik, promosi membutuhkan distribusi yang luas, dan seluruh kegiatan tersebut membutuhkan kemampuan sumber daya manusia.

7. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian menunjukkan adanya persamaan dengan penelitian Ernawati, Hurriyati, dan Dirgantari mengenai kerajinan berbahan dasar purun. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengembangan produk dan perluasan pasar merupakan aspek penting dalam meningkatkan daya saing kerajinan purun.

Persamaan tersebut terlihat pada kondisi Desa Pandamaan yang juga menghadapi keterbatasan inovasi produk dan jangkauan pasar. Pengrajin telah memiliki produk yang memiliki potensi, tetapi pengembangannya belum optimal.

Perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Penelitian ini memberikan perhatian lebih besar terhadap kearifan lokal sebagai bagian dari strategi pemasaran. Kearifan lokal tidak hanya dilihat sebagai budaya yang harus dilestarikan, tetapi juga sebagai nilai tambah produk.

Dengan demikian, hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi pengembangan produk perlu dikombinasikan dengan strategi pemasaran berbasis identitas budaya.

8. Sintesis Hasil Penelitian

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa kerajinan tikar purun di Desa Pandamaan memiliki kekuatan berupa ketersediaan bahan alami, keterampilan pengrajin, proses produksi tradisional, dan nilai budaya.

Namun, kekuatan tersebut belum sepenuhnya diterjemahkan menjadi strategi pemasaran yang efektif. Hal tersebut terlihat dari keterbatasan inovasi, distribusi, promosi, dan pemanfaatan teknologi.

Jika kondisi tersebut tidak diperbaiki, tikar purun akan semakin sulit bersaing dengan produk modern. Oleh karena itu, kearifan lokal perlu dijadikan sebagai dasar diferensiasi produk.

Strategi pemasaran tidak berarti mengubah seluruh proses tradisional menjadi modern. Sebaliknya, teknologi dapat digunakan untuk memasarkan produk tradisional dengan cara yang lebih modern. Dengan demikian, proses produksi dapat tetap mempertahankan nilai budaya, sementara pemasaran dikembangkan sesuai dengan perkembangan zaman.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kearifan lokal dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif. Nilai budaya yang selama ini dianggap sebagai bagian dari tradisi dapat dikembangkan menjadi nilai ekonomi melalui strategi pemasaran yang tepat. Kesimpulan tersebut sejalan dengan hasil KTI yang menunjukkan bahwa kearifan lokal berupa bahan baku alami, keterampilan menganyam, dan proses produksi tradisional merupakan keunggulan yang dapat membedakan tikar purun dari produk lainnya.

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran berbasis kearifan lokal dalam membangun daya saing kerajinan tikar purun di Desa Pandamaan Kecamatan Danau Panggang Kabupaten Hulu Sungai Utara, dapat disimpulkan bahwa kondisi pemasaran kerajinan tikar purun masih didominasi oleh metode konvensional.

Pada aspek produk, pengrajin mampu mempertahankan kualitas dan proses produksi tradisional. Penggunaan bahan alami serta keterampilan menganyam yang diwariskan secara turun-temurun menjadi kekuatan utama produk. Namun, inovasi motif, desain, dan variasi produk masih terbatas.

Pada aspek harga, harga tikar purun ditentukan berdasarkan ukuran dan biaya produksi. Harga yang relatif terjangkau menjadi faktor pendukung, tetapi meningkatnya biaya bahan baku dan produksi menyebabkan keuntungan pengrajin relatif kecil.

Pada aspek tempat, pemasaran masih bergantung pada pasar tradisional, khususnya Pasar Danau Panggang. Kondisi tersebut memberikan kemudahan bagi pengrajin, tetapi sekaligus menyebabkan jangkauan pasar masih terbatas.

Pada aspek promosi, pengrajin masih menggunakan penjualan langsung dan komunikasi dari mulut ke mulut. Pemanfaatan media digital dan kegiatan pameran belum optimal sehingga produk belum dikenal secara luas.

Kearifan lokal menjadi kekuatan utama yang dapat dijadikan sebagai keunggulan kompetitif. Penggunaan bahan alami, keterampilan tradisional, serta proses produksi yang diwariskan dari generasi ke generasi dapat menjadi *Unique Selling Point*.

Strategi pemasaran berbasis kearifan lokal dapat dilakukan melalui penguatan identitas produk, inovasi desain, *storytelling*, pemanfaatan media digital, perluasan jaringan distribusi, pelibatan generasi muda, serta peningkatan dukungan pemerintah.

Dengan demikian, pengembangan kerajinan tikar purun tidak hanya bertujuan meningkatkan penjualan, tetapi juga menjaga keberlanjutan budaya dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pengrajin.

DAFTAR PUSTAKA

Ernawati, E., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pengembangan produk kerajinan berbahan dasar purun untuk meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Sibarani, R. (2021). *Kearifan Lokal: Hakikat, Peran, dan Metode Tradisi Lisan*. Jakarta: Asosiasi Tradisi Lisan.