

# Optimalisasi Pemanfaatan Daun Pandan untuk Dijadikan Kap Lampu yang Bernilai Ekonomis Tinggi dan Ramah Lingkungan Guna Mendukung *Sustainable Development Goals*

Ahmad Samikh<sup>i</sup>, M. Doni Suprastio<sup>ii</sup>, dan Sintya Diana<sup>iii</sup>

<sup>i</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus

<sup>ii</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus

<sup>iii</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus

email : [ahmadsamik082@gmail.com](mailto:ahmadsamik082@gmail.com), [donisuprastio12@gmail.com](mailto:donisuprastio12@gmail.com), [Sintyamarsya19@gmail.com](mailto:Sintyamarsya19@gmail.com)

## Info Artikel

### Riwayat Artikel

**Diterima:** 12 Desember 2020

**Direvisi:** 12 Pebruari 2021

**Disetujui:** 19 Maret 2021

**Dipublikasikan:** 30 Maret 2021

### Keyword:

*Pandan Plants*

*Optimization*


*Swot.*

## Abstract

Pandanus plants that grow and spread widely in Indonesia, so attention is needed to optimize their use so that they are not considered pests. Optimization activities have benefits for the preservation of the surrounding environment. The activity of optimizing pandanus leaves is created by making plaits that have a higher selling value and are environmentally friendly, namely products made from pandanus lampshades. The SWOT analysis method is carried out in this activity. The results achieved in this activity were that there was an increase in the use of pandanus leaves and income from business owners and stakeholders.

Artikel ini dapat diakses secara terbuka dibawah lisensi CC-BY



 <https://doi.org/10.24176/mjlm.v3i1.3526>

## Pendahuluan

Indonesia memiliki keanekaragaman hasil alam yang melimpah terutama daun pandan yang tumbuh secara subur di hampir seluruh wilayah Indonesia. Potensi alam tersebut belum dimanfaatkan secara bijak dan optimal oleh sebagian masyarakat Indonesia terutama masyarakat Kota Kudus Provinsi Jawa Tengah. Sehingga menjadikan Kota Kudus memiliki sentra penghasil dan pengrajin dari bahan baku daun pandan. Jumlah permintaan kap lampu tumbuh dengan pesat seiring berjalannya waktu, namun banyak kap lampu yang diproduksi dari bahan yang tidak ramah lingkungan dan sulit di daur ulang hal ini menimbulkan dampak pencemaran lingkungan dari industri kap lampu tersebut seperti hasil pecahan kaca dan plastik yang tidak terpakai. Efek dari hasil samping bambu yakni penumpukan serutan dan potong-potongan bambu yang tidak tertata rapi sehingga mengganggu kenyamanan warga sekitar kegiatan usaha tersebut.

Kegiatan optimalisasi pemanfaatan daun pandan ini maka dipastikan akan menambah daya kreativitas perekonomian warga Kota Kudus serta menambah diversifikasi produk-produk kerajinan dari daun pandan. Diharapkan kota Kudus memiliki peningkatan dalam mengembangkan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) karena kekuatan ekonomi yang dimiliki oleh suatu wilayah saat ini, salah satunya adalah adanya UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah yang berkembang secara terus menerus di dalam negara tersebut. UMKM saat ini dapat dikatakan sebagai basis bagi kekokohon struktur industri. Suryana

(2011) mengemukakan bahwa hal ini dikarenakan item-item produk yang diproduksi oleh usaha besar di sub kerjakan oleh UMKM, selain itu harga jual produk UMKM relatif murah. Hal tersebutlah yang membuat berbagai pihak menyadari pentingnya UMKM sebagai salah satu pengokoh perekonomian dalam negeri. Erna dan Meci (2017) mengemukakan bahwa pelaku bisnis UMKM Indonesia harus terus memperbaiki diri dengan menciptakan daya saing yang global maupun international agar tetap mempertahankan eksistensinya didunia bisnis. Adanya perhatian khusus untuk mengembangkan UMKM juga memiliki dampak dari jumlah UMKM dari setiap tahunnya.

Kerajinan dari daun pandan memiliki prospek yang menjanjikan dalam sektor bisnis Hiasan rumah oleh karena itu maka dengan adanya optimalisasi pemanfaatan daun pandan yang dibuat produk kap lampu dari anyaman pandan (KUMAN) yang bernilai ekonomis tinggi yang mampu menambah pendapatan para pengrajin dan mengangkat perekonomian khususnya masyarakat kota Kudus yang berbasis ekonomi kreatif. Dalam hal ini diharapkan pelaku usaha dapat berekspansi produk untuk ekspor sekaligus dengan adanya kegiatan ini maka lingkungan sekitar menjadi lebih bermanfaat bagi masyarakatnya.

## Metode

### 1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini di laksanakan selama empat bulan yaitu dari bulan April sampai bulan Juli tahun 2019. Tempat penelitian ini adalah Usaha produk KUMAN (Kap lampu anyaman daun pandan) yang ada di desa Tergo Kecamatan Dawe Kota Kudus

### 2. Metode Pelaksanaan

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2010) yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder menurut Sugiyono (2010) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Administrasi, sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen-dokumen.

Penelitian ini dilakukan pada produk KUMAN (kap lampu anyaman daun pandan) kota Kudus. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis SWOT sebagai salah satu langkah yang paling penting dalam memformulasikan strategi. Erwin Suryatama (2014) mengemukakan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis atau proyek yang mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.



## Hasil dan Pembahasan

### 1. Analisa Usaha Produk KUMAN (kap lampu anyaman daun pandan)

Produk KUMAN (kap lampu anyaman daun pandan) merupakan salah satu peluang usaha yang baru dan memiliki prospek laba yang menguntungkan. Meskipun usaha ini baru dibangun pada tahun 2019 namun omset penjualan pada setiap bulan mengalami peningkatan. Usaha ini terletak di desa Tergo Dawe kota Kudus dengan bahan baku dari daun pandan yang kurang dimanfaatkan. Atas dasar permasalahan tersebut maka terciptalah sebuah gagasan yang memberikan solusi bagi kelestarian lingkungan dan menjadi salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian.

Usaha KUMAN (kap lampu anyaman daun pandan) memiliki tujuan demi terciptanya lingkungan sekitar yang aman dan nyaman serta meningkatkan perekonomian masyarakat adalah hal terpenting dalam kegiatan optimalisasi dengan penciptaan produk KUMAN (kap lampu anyaman daun pandan) yang diharapkan mampu berkembang pesat bahkan dapat bersaing secara global atau dengan produk luar negeri. Selain itu, mampu menciptakan peluang bisnis baru untuk mendukung program *sustainable development goals* yang memiliki tujuan peningkatan perekonomian masyarakat.

Tabel 1. Produk "KUMAN"

		
	"KUMAN" motif....	"KUMAN" motif...
<b>Bahan Baku</b>	Anyaman Daun Pandan	Anyaman Daun Pandan
<b>Proses Produksi</b>	Sistem Pre-Order dan Make a Stock	Sistem Pre-Order dan Make a Stock
<b>Target Pasar</b>	Kudus, Pati, Jepara, dan Rembang	Kudus, Pati, Jepara, dan Rembang
<b>Harga Jual</b>	Rp 120.000	Rp 110.000

Sumber : Data Olahan Peneliti (2019)

Berdasarkan hasil tabel tersebut bahwa produk KUMAN (kap lampu anyaman pandan) memiliki harga yang terjangkau bagi masyarakat. Karena pada umumnya dipasaran kap lampu tidur memiliki harga sebesar Rp.120.000. Omset dalam satu bulan yang didapat yakni Rp. 3.000.000, penjualan didapat dari hasil penjualan *offline* dan *online* .

Pengimplementasian strategi bisnis yang dilakukan oleh Usaha Produk KUMAN ini perlu terlebih dahulu dilakukan analisis SWOT untuk mengetahui dari sisi internal maupun eksternal pada Usaha produk KUMAN. Hal ini akan membantu Usaha Produk KUMAN secara lebih rinci mengenai setiap kekuatan peluang, ancaman, maupun kelemahan yang dimiliki usaha ini. Peran kunci dari SWOT untuk membantu mengembangkan kesadaran penuh dari semua faktor yang dapat mempengaruhi perencanaan strategi dan pengambil keputusan, tujuan yang dapat diterapkan pada hampir semua aspek berikut ini merupakan hasil analisis SWOT dari Usaha KUMAN, yaitu:

**Tabel 2 Analisis SWOT**

Faktor Internal	
1.	<i>Strenght</i> (Kekuatan)
a.	Produk berbeda dari pesaing
b.	Memiliki pesan moral dari motif yang ada
c.	Memiliki harga terjangkau
2.	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
a.	Bentuk yang masil model biasa
b.	Pemasaran baru di empat kota
c.	Target konsumen masih terbatas pada orang pribadi
Faktor Eksternal	
3.	<i>Opportunity</i> (Kesempatan)
a.	Masih terbuka peluang pemasaran
b.	Belum terdapat produk sejenis
4.	<i>Threats</i> (Ancaman)
a.	Produk masih belum banyak yang mengenal
b.	Produk tiduran akan menjadi permasalahan

Sumber : Data Olahan Peneliti (2019).

Setelah dilakukan analisis SWOT pada Usaha produk KUMAN akan dilakukan analisis berdasarkan tiga bentuk strategi dasar atau strategi generic yang digunakan dalam bersaing. Ketiga strategi generic tersebut antara lain : Strategi keunggulan biaya, diferensiasi dengan menghasilkan produk yang berbeda dengan pesaing, serta strategi fokus dalam melayani pasar yang potensial untuk dikembangkan. Berikut analisisnya:

### 1. Strategi Keunggulan Biaya

Pada penerapan strategi keunggulan biaya maka suatu bisnis dituntut untuk menguasai pasar yang relative besar dan memiliki keunggulan bersaing pada efisien biaya. Usaha Produk KUMAN ini dapat dilihat sudah menerapkan strategi ini. Karena dapat dilihat dari harga-harga yang ditawarkan oleh Usaha Produk KUMAN cukup bersaing dan dapat terjangkau oleh berbagai kalangan masyarakat.

### 2. Strategi Diferensiasi

Diferensiasi ini merupakan strategi yang dilakukan agar perusahaan bisa lebih dari rata-rata yang ada dalam bisnis tertentu agar mendapatkan konsumen yang loyal terhadap merek karena sensitivitas terhadap harga. Diferensiasi akan membuat suatu produk lebih melekat dibenak konsumen, bahkan cara melakukan strategi diferensiasi pun berbeda untuk setiap produksi. Perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi tidak berusaha untuk tampil sebagai produsen dengan biaya paling

rendah, melainkan menghasilkan suatu produk yang memiliki keunikan sehingga mudah dibedakan dari produk sejenis di pasar. Pada Usaha Produk KUMAN ini, sudah melakukan strategi diferensiasi dimana usaha ini melakukan jenis produk yang berbeda dari pesaing di sekitar lingkungannya. Tidak hanya itu, Usaha Produk KUMAN juga memiliki berbagai variasi produk yang terbilang unik dan berbeda dari produk lainnya.

### 3. Strategi Fokus

Strategi ini bertujuan untuk fokus terhadap usaha pemasaran pada satu atau dua segmen pasar dan membuat bauran pemasaran yang di khususkan untuk pasar tersebut sehingga perusahaan bisa menemukan kebutuhan target pasar lebih baik. Pada strategi ini, dapat dibilang bahwa Usaha Produk KUMAN telah melakukan strategi ini. Setelah dilakukan pengamatan dan analisis pada Usaha Produk KUMAN dapat diketahui bahwa masih terdapat beberapa kelebihan yang dimiliki Usaha Produk KUMAN ini. Persaingan bisnis Usaha Produk KUMAN terbilang mampu bersaing. Hal ini dikarenakan, Usaha Porduk KUMAN menimbulkan versi yang unik. Sehingga Usaha Produk KUMAN memiliki variasi produk yang diminati saat ini.

### Simpulan

Berdasarkan penelitian ini maka Usaha Produk KUMAN merupakan bisnis yang baru namun memiliki prospek keuntungan yang menjanjikan. Terlihat dari peningkatan penjualan setiap bulan semakin meningkat. Kemudian Usaha Produk KUMAN memiliki produk yang unik dan memiliki motif yang beragam dan mempunyai makna yang cukup dalam dan nasionalis sehingga mempunyai daya tarik yang cukup tinggi

### Daftar Pustaka

- Lifestyle.okezone.com. 2016. *Triawan munaf kembangkan 16 industri kreatif*  
<http://lifestyle.okezone.com/read/2016/03/15/406/1336561/triawanmunaf-kembangkan-16-industri-kreatif>.
- Maulina, Erna dan Meci Nilam Sari. 2017. *Kebijakan Dan Strategi Bisnis Wanita Pengusaha: Studi Pada Usaha Kecantikan Salon Nadisse*. JurnalAdBispreneur Vol. 2, No.1: 69-78.
- Porter, Michael. 1985. *Competitive Advantage*. NY: The Free Press.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.
- Suryatama, Erwin, 2014. *Analisis SWOT*. Cetakan pertama. Surabaya : Kata Pena.