

STRATEGI HARGA PRODUK SERAT ALAM NON TEKSTIL (SANT) PANDAN DESA GRENGGENG,KECAMATAN KARANGANYAR, KABUPATEN KEBUMEN

Retno Widiastuti

Balai Besar Kerajinan dan Batik
Email: retnowidiastuti@yahoo.com

ABSTRAK

Salah satu motor penggerak ekonomi Kabupaten Kebumen adalah industri pengolahan (manufaktur). Namun demikian sebegini besar kegiatan di bidang industri tersebut masih sangat terbatas pada kegiatan industri kecil dan menengah (IKM). Pola industri semacam ini sangat baik untuk kepentingan pemerataan penghasilan bagi masyarakat, namun kurang strategis bagi kepentingan perekonomian daerah secara makro. Sebagaimana diketahui bahwa sector industri di Kabupaten Kebumen sebegini besar atau lebih dari 99 % industri kecil dengan segala keterbatasannya. Desa Grenggeng, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Kebumen adalah sentra IKM pandan yang mampu menghidupi lebih dari seribu rumah tangga. Pandan yang dipergunakan untuk bahan kerajinan umumnya tumbuh di perbukitan ataupun pegunungan. Sifatnya yang lemas tapi liat, panjang, mudah diwarnai, mudah dianyam menjadikan komoditas ini hampir bisa ditemui di desa tersebut. Produk yang dihasilkan sekarang ini tidak hanya untuk bahan anyaman tikar saja, namun sudah jauh berkembang termasuk untuk topi fashion, tas wanita, kursi, laundry box, sarung bantal, krei, almari, meja, dan lain-lain. Teknologi pengolahan yang sangat sederhana tersebut, daun pandan yang telah mendapat sentuhan desain yang memadai akan dapat menghasilkan produk-produk yang mampu menembus pasar ekspor. Strategi harga pada masing-masing sub rantai industri pandan ditetapkan dengan mempertimbangkan biaya produksi, persepsi dan harapan penggunaan produk bagi pemakai, tingkat persaingan, elastisitas permintaan terhadap harga dan aspek yuridis dan etis dari harga. Atas pertimbangan itu terbentuk harga yang hampir sama pada masing-masing sub rantai industri

Kata Kunci : Grenggeng, Pandan, IKM, strategi harga

PENDAHULUAN

Industri anyaman yang merupakan bagian dari industri mikro dan industri kecil adalah cabang sub-sektor Industri Kecil Menengah (IKM). Industri anyaman sudah dikenal dalam kehidupan nenek moyang bangsa Indonesia sejak zaman prasejarah. Dalam perkembangannya, desain dan motif anyaman menjadi semakin rumit, indah, dan beragam sehingga mampu meningkatkan jumlah peminatnya. Perkembangan kegunaan produk juga semakin beragam terutama dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan pola hidup masyarakat (Handoyo *et al*, 1989).

Sumber daya hutan non kayu yang dapat dimanfaatkan untuk usaha kecil dan menengah sangat beragam dan dapat menciptakan *multiplier effect* kegiatan ekonomi yang

berkaitan. Misalnya saja pada usaha kerajinan pandan paling tidak tercipta lapangan kerja untuk pekebun pandan (penanam, pemanen); pedagang pengumpul; pengolah bahan mentah menjadi serat; pedagang bahan serat; penganyam dan penenun; perajin pengepul; juragan; eksportir; pengusaha transportasi dan *warehousing*; sopir dan kernet; pengusaha ekspedisi; administrasi, dll (Widiastuti, 2012; Ahimsa, 2003; Suparlan, 1994)

Salah satu motor penggerak ekonomi Kabupaten Kebumen adalah industri pengolahan (manufaktur). Namun demikian sebagian besar kegiatan di bidang industri tersebut masih sangat terbatas pada kegiatan industri kecil dan menengah (IKM). Pola industri semacam ini sangat baik untuk kepentingan pemerataan penghasilan bagi masyarakat, namun kurang strategis bagi kepentingan perekonomian daerah secara makro. Sebagaimana diketahui bahwa sector industri di Kabupaten Kebumen sebagian besar atau lebih dari 99 % industri kecil dengan segala keterbatasannya. Untuk mengupayakan adanya peningkatan secara signifikan di antaranya agar industri kecil menjadi industri menengah masih belum memberikan hasil yang menggembirakan. Demikian pula dari industri menengah menjadi industri besar. Hal tersebut tentu mempengaruhi peran sektor industri dalam kontribusinya untuk menggerakkan perekonomian (Direktorat Jenderal IKM, 2006)

Dalam perspektif ekonomi, nilai tambah suatu produk tidak pernah lepas dari harga jual produk sehingga menjadikan strategis tidaknya suatu produk ditentukan oleh harga. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lainnya menghasilkan biaya (Kotler, 1997). Untuk memilih sasaran harga organisasi/perusahaan harus memutuskan apa yang ingin dicapai dengan produk yang dihasilkan, sehingga untuk mencapainya menurut Cravens (1994) ada hal-hal yang perlu dipertimbangkan antara lain :biaya produksi, persepsi dan harapan penggunaan produk bagi pemakainya, tingkat persaingan, elastisitas permintaan terhadap harga, aspek juridis dan etis dari harga.

METODE PENELITIAN

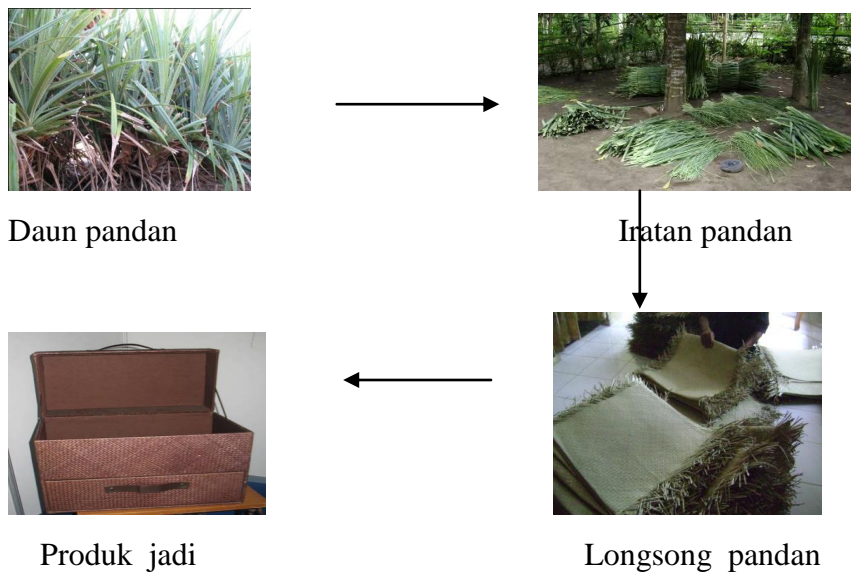
Metode penelitian yang digunakan bersifat deskriptif eksploratif, yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran sistematis dan akurat mengenai fakta, sifat serta kondisi obyek yang diteliti. Oleh karena itu metode kualitatif senantiasa memiliki sifat holistik, yaitu penafsiran terhadap data dalam hubungannya dengan berbagai aspek yang mungkin ada (Muhajir, 2000; Kaelan, 2005).

Untuk menguji hipotesis faktor-faktor yang berperan dalam keberlangsungan usaha industri kecil sudah banyak dilakukan oleh para ilmuwan positivistic, sedangkan penelitian kualitatif yang bersumber dari deskripsi dan eksplanasi yang lebih mendalam pada IKM anyaman SANT masih langka dilakukan oleh para peneliti, sehingga model ini diharapkan akan memperkaya kanzah penelitian ilmiah

HASIL DAN PEMBAHASAN

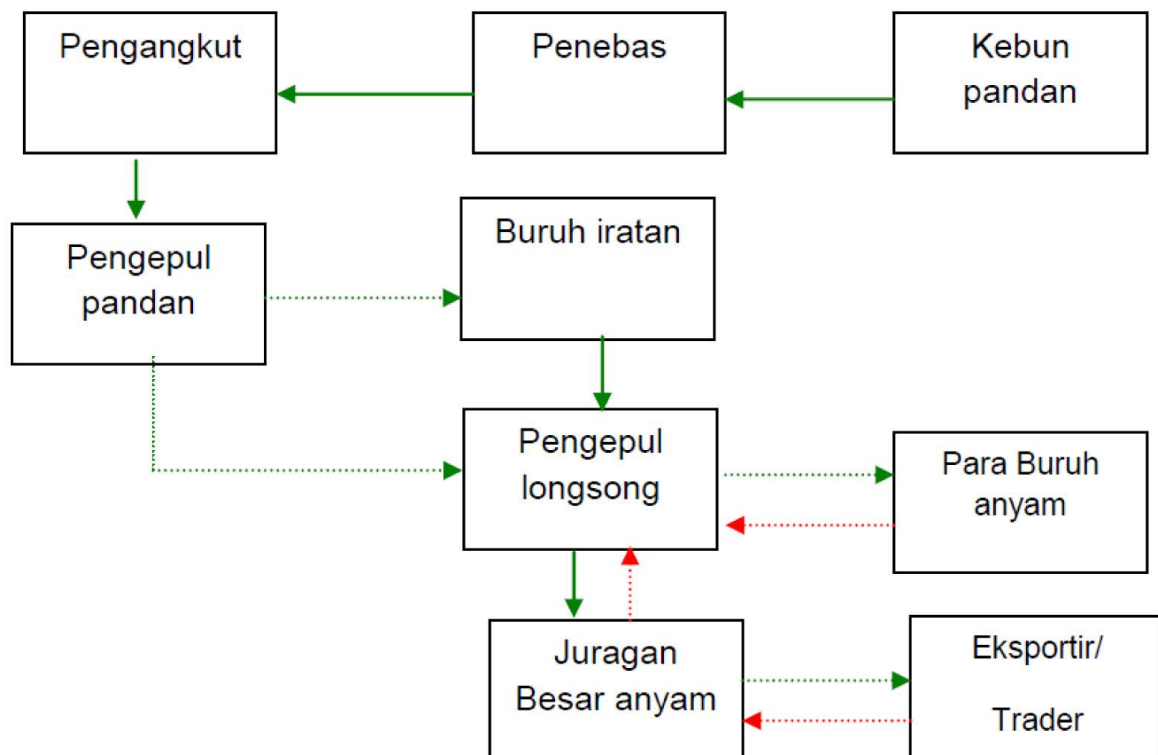
Desa Grenggeng, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Kebumen adalah salah satu desa yang berhasil mengangkat potensi sumber daya alam setempat menjadi sentra industri pandan dan mampu menggerakkan ekonomi desa. Industri kerajinan pandan memanfaatkan daun *Pandanus tectorius* Parkinson; *P. silvestries*; *P. terrestris* (Heyne, 1987). Nama daerah *Pandanus tectorius*. Park antara lain pandan laut (Sunda); pandan nipah (Maluku); pandan Ponelo (Gorontalo); pandan abu (sumatera)

Menurut Widiastuti (2001) produk yang menjadi komoditi sub-rantai industri anyaman pandan desa Grenggeng adalah daun pandan; iratan pandan; longsong pandan/ topi pandan ; produk jadi dengan pelaku usaha berbeda seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk Pada Sub Rantai IKM Pengolahan Pandan

Saluran distribusi pada masing-masing sub rantai industri terbentuk secara alamiah baik secara perorangan maupun kelompok. Saluran distribusi juga mempengaruhi strategi harga pada IKM pandan. Berdasarkan penelitian lapangan bentuk saluran distribusi pandan desa Grenggeng adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Saluran distribusi pandan Grenggeng menjadi produk jadi

Sumber: Data primer (2014) diolah

Pada produk yang dianyam penelitian dilakukan di Desa Grenggeng, Kecamatan Karang Anyar, Kabupaten Kebumen. Daun pandan kebanyakan dipetik dari kebun sendiri oleh penganyam (± 1000 orang) secara periodik kemudian diolah untuk menghilangkan duri, dan lidi. Daun pandan yang telah berbentuk lembaran direbus, direndam semalam dan dikeringkan 3-4 hari. Daun pandan kering kemudian dianyam dengan ukuran $\pm 30 - 45$ cm atau menurut pemesan. Anyaman setengah jadi (longsong) disetor kepada pengepul di desa tersebut juga (ada 20an orang pengepul) dan dikirim kepada pemesan di Yogya, Tasik, Bali, Jakarta untuk dibuat produk jadi untuk dipasarkan oleh eksportier/trader.

Strategi harga pada masing-masing sub rantai industri pandan ditetapkan dengan mempertimbangkan biaya produksi, persepsi dan harapan penggunaan produk bagi pemakai, tingkat persaingan, elastisitas permintaan terhadap harga dan aspek yuridis dan etis dari harga. Biaya produksi di tiap sub rantai industri tidak pernah memperhitungkan jika lahan harus menyewa, depresiasi alat, perbandingan jika melakukan pekerjaan sejenis; produk pandan masih dipersepsikan sebagai produk inferior; tingkat persaingan sangat sempurna karena semua pelaku usaha mengetahui harga produk dan pelaku usaha sangat banyak; harga kurang elastis karena permintaan cenderung datar; aspek yuridis produk pandan yang menyangkut HAKI (merk, model, desain) lebih banyak dipegang oleh trader. Atas pertimbangan itu terbentuk harga yang hampir sama pada masing-masing sub rantai industri seperti pada Tabel berikut:

Tabel 1. Faktor/Proses Pembentuk Harga

No	Tempat	Faktor/Proses Pembentuk Harga	Harga (Rp)
1	Kebun pandan	Tebang, potong per 7 bongkok	25.000
2	Pengolah daun pandan	Penghilangan duri dan lidi, irat, perebusan, perendaman, pengeringan	4000/kg pandan kering
3 a	Pemintal tali pandan	Upah Ngleles, pilin, pital	4000 – 5.000/kg tali
3 b	Penganyam pandan	Anyam ukuran 30 cm x 90 cm	3000 – 4000/lembar
4	Di Pengepul	angkut	1000/kg tali
5	Di Juragan Besar	Upah Perebusan, pengeringan, bahan pewarna	5000/kg
6	Di buruh mrahu	Membentuk tas	2500/buah
7	Di Juragan besar:	a. Jahit puring	500/lembar
		b. Pasang puring	500/lembar
		c. Membentuk corcase	100/lembar
		d. Pasang handle, asesoris	500/buah

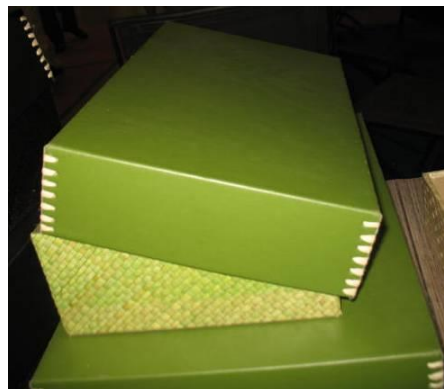
Sumber : wawancara dengan pelaku usaha (2014)

Daun pandan dari Grenggeng dipromosikan sebagai yang terbaik di dunia karena lebih lemas, liat, panjang, mudah dianyam, diwarnai, dan tersedia melimpah, sedangkan pandan dari Pantai Selatan dikenal kuat, kaku, tapi pendek, sehingga saat ini hanya mampu dibuat tali/tampar. Menurut penuturan para pelaku sekarang muncul pandan yang berasal dari daerah Borobudur dan dianggap kualitasnya lebih baik namun belum setenar Grenggeng, Karena sudah mempunyai nama tadi, ada cerita bahwa pandan yang berasal dari Purbalingga, Gunung Kidul dipasarkan sebagai pandan dari Grenggeng. Pandan yang disukai penganyam adalah yang panjang, lemas, liat. ini hanya tersedia jika sumber bahan baku masih melimpah. Jika permintaan tinggi, kadangkala daun yang masih muda dan belum panjang juga dipanen untuk mengejar kuantitas (Widiastuti, 2012)

Berdasarkan penuturan pengepul anyaman pandan di Grenggeng (Pak Slamet, mantan Lurah desa) omset pada saat sekitar tahun 1997-1999 bisa mencapai Rp. 600 juta/bulan. Masa emas tersebut juga turut dinikmati perajin kecil, karena ada kontinuitas pekerjaan dan mereka turut memperoleh rejeki dari para juragan besar yang mendapat order dari para eksportir.

Dari teknologi pengolahan yang sangat sederhana tersebut, daun pandan yang telah diolah dengan sentuhan desain yang memadai akan dapat menghasilkan produk-produk yang mampu menembus pasar ekspor. Sampai saat penelitian dilakukan sub industri pandan yang

sudah menikmati nilai tambah baru di tingkat pengepul dan juragan besar. Di tingkat eksportir/trader angka pasti tidak diberikan, namun kira-kira 30% keuntungan ada disana. Hal tersebut dapat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah eksportir/trader kerajinan termasuk yang dari bahan pandan. Beberapa eksportir/trader yang memiliki akses pasar ke luar negeri banyak terdapat di Yogya; Tasikmalaya; Bali; Jakarta; Bandung; Surabaya. Beberapa produk kerajinan dari pandan yang berpotensi untuk pasar ekspor antara lain terlihat pada gambar 3





Gambar 3 : Beberapa Contoh Produk Pandan

Pada perajin yang menangani pengolahan lebih lanjut dari pandan olahan untuk anyaman, ketidak konsistennya mutu dan suplai pandan olahan akan berakibat pada mutu anyaman. Hal tersebut dapat mengakibatkan menurunnya pesanan terhadap produknya, jika dibiarkan maka dapat berakibat pada kelangsungan usahanya.

Demikian juga bagi juragan besar yang berhubungan langsung dengan eskportir kerajinan pandan. Dimana mereka biasanya sudah menekan kontrak yang mengatur tentang, mutu, jumlah, harga produknya. Ketidak pastian atau kemunduran jadwal pemenuhan kontrak dapat berakibat dengan ditolaknya atau tidak terbayarnya produk yang sudah disetorkan.

Tabel 2. Contoh Harga Tiap komponen/Proses kegiatan pada IKM Pandan Pembuatan Sebuah Tas Wanita

NO	KEGIATAN/PROSES	HARGA (Rp)	KETERANGAN
1	Tebang (per bongkok)	3000	Pada petani
2	Angkut (per bongkok)	1000	Pada Pengumpul
3	Proses menjadi iratan per kg	1000	Di pengirat
4	Angkut per kg	1000	Di Juragan pintal
5	Pintal pandan per kg	4000	Di pemintal
6	Angkut per kg	1000	Di juragan besar
7	Proses Pewarnaan,pemutihan per kg	5000	Di Juragan besar
10	Praun per buah (1/2 tali pandan)	2500	Di buruh mrahu
12	Finishing per buah	5000	Di Juragan Besar

Sumber : Wawancara dengan pelaku usaha (2014)

KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi harga pada masing-masing sub rantai industri pandan ditetapkan dengan mempertimbangkan biaya produksi, persepsi dan harapan penggunaan produk bagi pemakai, tingkat persaingan, elastisitas permintaan terhadap harga dan aspek yuridis dan etis dari harga.

Saran yang bisa diberikan sehingga kesinambungan usaha Sejak dari pekebun, penebas, pengumpul, pengirat, penganyam, buruh leles, buruh pintal tali, buruh praun, buruh jahit, buruh pasang asesoris, pengepul, juragan besar, eksportir/trader antara lain CSR dari juragan besar dan eksportir/trader ke sub industri pendukungnya; subsidi pemerintah setempat untuk pembebasan pajak PBB bagi pekarangan yang ditanami pandan; peningkatan SDM, pembinaan, keikutsertaan pameran, akses jalan yang lebih baik ke Desa Grenggeng dan pembentukan sentra IKM pandan oleh Pemda Kebumen

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Dinas Kehutanan dan Perkebunan Jawa Tengah dan Kabupaten Kebumen ; masyarakat dan pelaku usaha pandan Desa Grenggeng; Kepala Balai Besar Kerajinan dan Batik atas kesempatan yang diberikan, teriring doa semoga amal Ibadan Bapak/Ibu mendapat balasan yang berlipat dari Allah SWT.amin

DAFTAR PUSTAKA

- Ahimsa, P.S. 2003. *Ekonomi Moral, Rasional dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa*. Esei-esei Antropologi Ekonomi. Kepel. Press Yogyakarta.
- Cravens, D.W. (1994), *Strategic Marketing*, 4th ed. Burr Ridge, Illinois: Irwin, Inc
- Direktorat Jendral Industri kecil dan Menengah., 2006. *Pembinaan dan Pengembangan IKM Kerajinan*. Jakarta
- Suparlan, 1994. *Mempersiapkan Masyarakat Pedesaan Menuju Era Industrialisasi*. Makalah dalam Semiloka Nasional Pembangunan Masyarakat Pedesaan yang Terpadu dan Berkesinambungan. Balitbangsos DepSos R.I
- Handoyo; Rahayu, S; Riyanto; Widodo, T. 1989. *Sejarah & Perkembangan Desain Anyaman. Proyek Peningkatan Teknologi Industri*. Balai Besar Kerajinan dan Batik. Yogyakarta
- Heyne, K. 1987. *Tumbuhan berguna Indonesia vol I – IV*, cetakan I. Badan Penelitian dan Pengembangan Kehutanan, Departemen Kehutanan. Penerbit Yayasan Sarana Warna Jaya, Jakarta
- Kaelan, MS. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat. Pengertian, Dasar Epistemologi, penerapan*. Paradigma YK.

- Kotler, P (1997), *Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 9th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall International, Inc.
- Muhadjir, Noeng, 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi IV. Penerbit Rake Sarasin. Yogyakarta.
- Widiastuti, R, 2001. *Peralatan dan Pengolahan Serat Alam Non Tekstil*. Makalah pada training programme on Production Process of Non Textile Natural Fiber for Small and Medium Scale Weaving and Knitting Industries. Kerjasama BBKB dan JICA.
- Widiastuti, R. 2012. *Mendedah Industri Kerajinan Berbasis Serat Alam Non Tekstil di DIY*. Disertasi. Program Studi Ilmu Kehutanan. Fakultas Kehutanan Universitas Gadjahmada. Yogyakarta.