

## Pemanfaatan Bahan Lokal “Getah Nyatu” Untuk Memperkuat Ekonomi Kreatif Masyarakat Daerah Aliran Sungai (DAS) Kahayan di Kota Palangka Raya

Triyani\*, Suprayitno, Kartika Ananda, Mutia Anjani, Huda Musthofa, Angelika Putri

Universitas Palangka Raya

\*Email: triyani@fkip.upr.ac.id

### Abstract

The partner involved in this service activity is IKM Pandji. The problems faced by IKM Pandji partners are related to production and marketing problems. To solve this problem, the Community Entrepreneurship Assistant Lecturer Empowerment Program Team offers alternative solutions in the form of procuring more sophisticated production equipment, providing training and assistance in making nyatu sap crafts, marketing training and assistance through the IG, Tiktok, Facebook, Shopee, Lazada and Tokopedia platforms. Apart from that, this program also offers practical work and evaluation programs at each stage of the program. For problems in the production sector, the team applies methods of outreach activities, training and mentoring activities, as well as procurement of equipment to support the production of Getah Nyatu. Apart from that, in the marketing sector, the team applies training and mentoring methods which are intended to train and equip groups of craftsmen to have understanding and skills in marketing their handicraft products digitally. By promoting handicraft products digitally, it is hoped that Getah Nyatu crafts will attract the attention of consumers, both nationally and internationally. Marketing training through e-commerce platforms is expected to be able to provide understanding and skills in selecting media as a link for delivering advertising messages to consumers. This solution was provided to partners (IKM Pandji) with the aim of realizing the main objective, namely providing understanding and skills in producing crafts through optimizing local Getah Nyatu materials and being able to market their craft products at local, national and international market levels.

**Keywords:** *creative economy, local ingredients; nyatu rubber; watershed communities*

### Pendahuluan

*United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai proses penciptaan, produksi dan distribusi dari barang dan jasa yang menggunakan modal kreativitas dan intelektual sebagai input utama dari proses produksi. Proses produksi ekonomi kreatif tersebut menggabungkan aspek pengetahuan, intelektual, dan kreativitas untuk memproduksi barang dan jasa serta *intangible intellectual* atau jasa astistik dengan konten kreatif dan memberikan nilai tambah (UNCTAD, 2008). John Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya, warisan budaya dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan (Howkins, 2001). Richard Florida, dalam bukunya *The*

*Rise of Creative Class Cities and Creative Class* menyebutkan bahwa manusia pada dasarnya kreatif (Richard, 2002). Geertz menekankan kebudayaan sebagai sekumpulan ide dan proses kreatif dari akal budi yang diwariskan kemudian mewarnai kehidupan sebuah kemasyarakatan. Proses kreatif dari akal budi jika diimplementasikan terhadap suatu bidang dapat menghasilkan produk yang kreatif (Aysa, 2020). Ekonomi kreatif disokong dengan kemampuan bakat keterampilan dan kreativitas yang merupakan elemen dasar dari setiap individu (Ananda, 2018) Unsur utama dari industri kreatif adalah kreativitas, keahlian dan keterampilan yang dapat meningkatkan kesejahteraan melalui kreasi intelektual (Rakib, 2018). Dari hal tersebut dapat dipahami bahwa unsur utama industri kreatif adalah kekuatan kreativitas, keterampilan

dan kemampuan dalam mengolah suatu barang atau hal lainnya.

Secara yuridis formal nomenklatur ekonomi kreatif tercantum dalam Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Adapun yang dimaksud dengan Ekonomi Kreatif dalam Diktum Pertama Inpres Nomor 6 Tahun 2009 adalah “...kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia” (Rochmat, 2016). Ekonomi kreatif telah dikembangkan diberbagai negara dan menunjukkan hasil yang positif. Industri kreatif diprediksi akan menjadi industri masa depan sebagai *fourth wave industry* (industri gelombang keempat), yang menekankan pada gagasan dan ide kreatif. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju (Sutriyanti, 2017). Ekonomi kreatif dapat dijadikan solusi sebagai sosial *entreprise* bagi masyarakat suatu daerah. Pada umumnya setiap daerah memiliki potensi produk yang bisa dikembangkan. Keunikan atau kekhasan produk lokal yang diberikan sentuhan kreativitas dan teknologi dapat dijadikan prospek bisnis (Nuwa, 2020). Realisasi nilai tambah ekonomi kreatif di Indonesia mencapai Rp1,05 triliun pada triwulan III-2023 atau telah mencapai target 82,1% pada Tahun 2023 (Kristantyo, 2023). Konsep ekonomi kreatif memberikan penekanan pada perekonomian, khususnya pengaruh terhadap pengangguran, pembangunan regional dan dinamika kawasan urban (Andari, 2007; Dina, 2015).

Kondisi masyarakat Daerah Aliran Sungai (DAS) Kahayan, dari aspek tingkat pendidikan masih tergolong rendah. Dari aspek kondisi ekonomi atau kesejahteraan masih rendah, karena mayoritas

masyarakatnya bekerja sebagai buruh di pasar buruh cuci, dan menjadi asisten rumah tangga. Selain itu berdasarkan data BPS Tahun 2023 persentase penduduk miskin naik menjadi 3,75% atau 10,86 ribu orang penduduk miskin dari yang sebelumnya hanya mencapai 3,44% atau 10,22 ribu penduduk miskin (Amos, 2022). Untuk mengurai masalah ekonomi salah satunya melalui optimalisasi kelompok pengrajin. Salah satu kelompok pengrajin yang bisa diberdayakan yakni kelompok pengrajin Getah Nyatu. Kalimantan Tengah merupakan daerah yang kaya potensi produk lokal yang dapat dikembangkan. Salah satu potensi bahan lokal dari Kalimantan Tengah yakni Getah Nyatu yang berasal dari pohon Nyatu yang memiliki kemampuan berkembang biak dalam waktu yang singkat yakni kisaran 6 bulan sudah mencapai tinggi 8 meter, selanjutnya sudah dapat dipanen dan diolah untuk dibuat souvenir yang bagus dan digemari wisatawan. Perubahan sistem kehidupan ekonomi masyarakat secara global yang berkelanjutan baik dalam bidang produksi, distribusi, dan konsumsi memunculkan pola pemakaian terhadap kebutuhan barang-barang dengan cara yang kreatif dan inovatif. Kreativitas dapat digali melalui kewirausahaan dengan memanfaatkan peluang keberlimpahan sumber daya alam manusia maupun budaya (Ridzal dan Hasan, 2019).

Permasalahan yang dihadapi oleh kelompok pengrajin Getah Nyatu khususnya di Derah Aliran Sungai Kahayan yakni *Pertama*, dalam bidang produksi hanya memiliki peralatan sederhana sehingga kemampuan untuk menghasilkan suatu produk cukup lama dan terbatas serta kurangnya pelatihan dan pendampingan, sehingga rawan tertinggal dalam persaingan bisnis serta kurangnya kreativitas dalam menghasilkan produk. *Kedua*, kelompok pengrajin belum memiliki keterampilan maupun keahlian dalam pemasaran produk secara digital (*digital marketing*) sehingga kurangnya *networking* dan pemasaran produk belum maksimal menjangkau pasar nasional dan internasional. Produk Getah

Nyatu merupakan salah satu unggulan kerajinan lokal yang hanya ada di Kalimantan khususnya di Kalimantan Tengah, sehingga kegiatan ini penting untuk dilakukan sebagai upaya melestarikan produk dan juga dapat mengenalkan potensi yang luar biasa dari Getah Nyatu tersebut. Kondisi eksisting kelompok pengrajin Getah Nyatu sangat potensial. Hal ini dapat dilihat dari profit yang didapatkan, 1 (satu) Kilogram Getah Nyatu dengan harga 350.000 (tiga ratus lima puluh ribu rupiah) ditambah modal lainnya 650.000 (enam ratus lima puluh ribu rupiah) mampu menghasilkan 3 kerajinan ukuran sedang dengan harga 1.250.000 (satu juta dua ratus lima puluh ribu rupiah) per kerajinan yang dihasilkan. Jadi dengan modal 1.000.000 (satu juta rupiah) bisa menghasilkan 3.750.000 (tiga juta tujuh ratus lima puluh ribu rupiah) dengan estimasi keuntungan 2.750.000 (dua juta tujuh ratus lima puluh ribu rupiah). Angka tersebut tentunya memberikan gambaran terkait dengan profit yang didapatkan cukup besar. Berikut gambaran profil mitra IKM Pandji untuk Program Pemberdayaan Dosen Pendamping Wirausaha Masyarakat.

Dari gambaran profil mitra yakni IKM Pandji terlihat bahwa produk akhir kerajinan Getah Nyatu menggambarkan produk yang memiliki nilai jual tinggi. Akan tetapi keterbatasan peralatan yang sederhana, produk yang dikembangkan masih terbatas pada 1 (satu) jenis serta nihilnya pemasaran secara online menjadi permasalahan serius yang perlu untuk segera dipecahkan melalui Program Pemberdayaan Dosen Pendamping Wirausaha Masyarakat.

Tujuan dari kegiatan pengabdian di Daerah Aliran Sungai Kahayan yakni memberikan pemahaman dan *skill* dalam memproduksi kerajinan melalui optimalisasi bahan lokal Getah Nyatu serta mampu memasarkan produk kerajinannya pada level pasar lokal, nasional maupun internasional.

## Metode Pelaksanaan

### Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Jangka waktu penyelesaian kegiatan dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan, dimulai pada bulan Oktober hingga Desember 2024 bertempat di IKM Pandji Kota Palangka Raya. Kegiatan sosialisasi terkait dengan pentingnya pemasaran produk Getah Nyatu melalui platform *e-commerce* dilakukan pada hari Senin 5 Agustus 2024. Pelatihan pembuatan kerajinan Getah Nyatu dilaksanakan pada hari Senin 14 Oktober 2024. Pelatihan digital marketing pada hari Senin 14 Oktober 2024.

## Hasil dan Pembahasan

### Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi pentingnya pemasaran produk Getah Nyatu dilakukan untuk memberikan motivasi kepada para pengrajin untuk mempromosikan hasil kerajinannya dalam platform *e-commerce* seperti *shopee* Instagram dan Lazada. Saat ini, pemasaran melalui platform *e-commerce* memberikan keuntungan yang sangat luar biasa. Hal ini dikarenakan seluruh lapisan masyarakat bisa melihat produk yang dipasarkan. Sehingga potensi produk terjual bisa semakin besar. Sebelum dilakukan proses sosialisasi pemasaran belum memiliki platform *e-commerce* untuk memasarkan produk kerajinannya. Melalui kegiatan sosialisasi ini, pemilik IKM Pandji sepakat untuk membuat platform *e-commerce* yakni Instagram, Shopee dan Lazada.



Gambar 1. Sosialisasi Pentingnya Pemasaran Melalui Platform E-Commerce

### **Pelatihan Pembuatan Kerajinan Getah Nyatu**

Kegiatan pelatihan dan pendampingan dimaksudkan untuk melatih kelompok pengrajin Getah Nyatu IKM Pandji dalam memanfaatkan dan mengolah bahan baku lokal Getah Nyatu menggunakan peralatan yang lebih canggih, sehingga mampu menghasilkan lebih banyak produk kerajinan. Pelatihan dan pendampingan kepada Kelompok Pengrajin Getah Nyatu nantinya akan menggandeng ahli seni rupa dan budaya Kalimantan Tengah dan tentunya yang sudah memiliki sertifikat sebagai pelatih. Pelatihan dan pendampingan ini dilakukan agar dapat menghasilkan lebih banyak produk kerajinan serta lebih menarik dari segi bentuk. Dengan adanya kegiatan pelatihan dan pendampingan ini diharapkan masyarakat memiliki semangat untuk mengembangkan kreativitas dan produktivitas dalam pengolahan Getah Nyatu. Keterampilan kreatif dan inovatif yang dimiliki oleh masyarakat mampu dapat dijadikan pondasi, kiat dan sumber daya untuk menemukan peluang yang dapat memberikan kesuksesan.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Kerajinan Getah Nyatu

### **Pelatihan Digital Marketing**

Permasalahan dalam bidang pemasaran dijumpai dengan menerapkan kegiatan pelatihan dan pendampingan memanfaatkan *platform e-commerce*. Kelompok Pengrajin belum memiliki

keterampilan maupun keahlian dalam pemasaran produk secara digital (*digital marketing*) sehingga kurangnya *networking* dan pemasaran produk belum maksimal menjangkau pasar nasional dan internasional. Kegiatan pelatihan dan pendampingan dimaksudkan untuk melatih serta membekali kelompok pengrajin agar memiliki pemahaman dan keterampilan dalam memasarkan produk kerajinannya secara digital. *Platform* yang akan digunakan nantinya yakni Instagram, Tiktok, Facebook, Shopee, Tokopedia dan Lazada. Dengan mempromosikan hasil kerajinan secara digital diharapkan kerajinan Getah Nyatu bisa dilirik konsumen, baik secara nasional maupun internasional. Pelatihan pemasaran melalui *platform e-commerce* diharapkan mampu memberikan pemahaman dan keterampilan dalam pemilihan media sebagai penghubung penyampaian pesan iklan yang akan disampaikan kepada konsumen.



Gambar 3. Hasil Pembuatan Kerajinan Getah Nyatu Pelatihan Digital Marketing

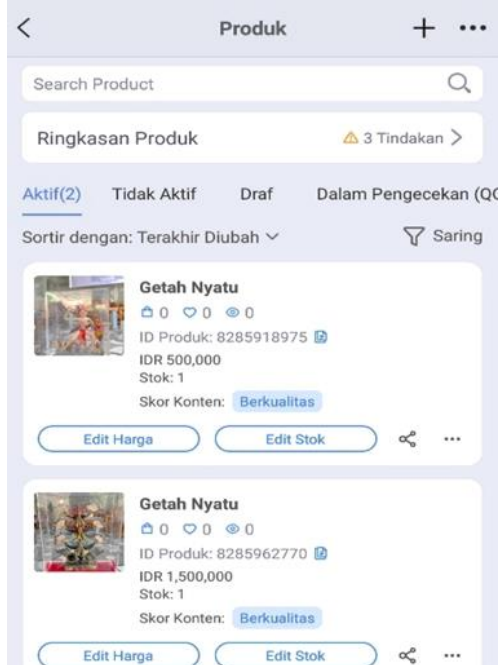
Permasalahan dalam bidang pemasaran dijumpai dengan menerapkan kegiatan pelatihan dan pendampingan memanfaatkan *platform e-commerce*. Kelompok Pengrajin belum memiliki keterampilan maupun keahlian dalam pemasaran produk secara digital (*digital marketing*) sehingga kurangnya *networking* dan pemasaran produk belum maksimal menjangkau pasar nasional dan internasional. Kegiatan pelatihan dan pendampingan dimaksudkan untuk melatih serta membekali kelompok pengrajin agar memiliki pemahaman dan



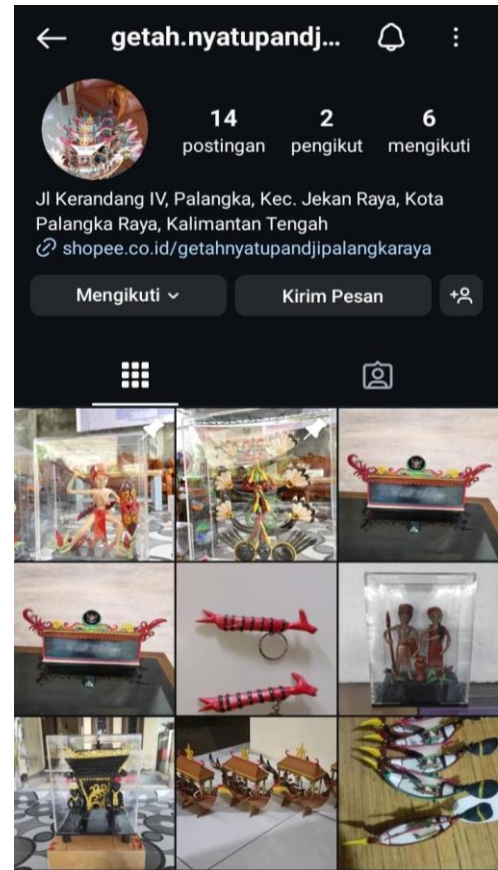
keterampilan dalam memasarkan produk kerajinannya secara digital. Platform yang akan digunakan nantinya yakni Instagram, Tiktok, Facebook, Shopee, Tokopedia dan Lazada. Dengan mempromosikan hasil kerajinan secara digital diharapkan kerajinan Getah Nyatu bisa dilirik konsumen, baik secara nasional maupun internasional. Pelatihan pemasaran melalui platform e-commerce diharapkan mampu memberikan pemahaman dan keterampilan dalam pemilihan media sebagai penghubung penyampaian pesan iklan yang akan disampaikan kepada konsumen.



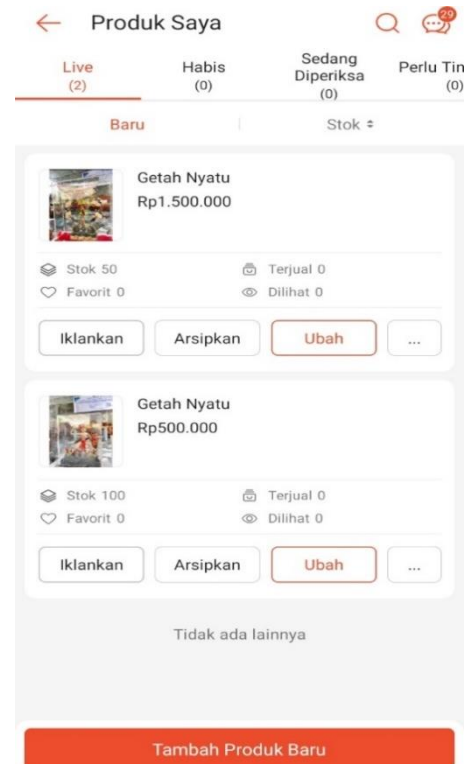
Gambar 4. Pelatihan Digital Marketing



Gambar 5. Pemasaran Kerajinan Getah Nyatu di Platform Lazada



Gambar 6. Pemasaran Kerajinan Getah Nyatu di Platform Shopee



Gambar 7. Pemasaran Kerajinan Getah Nyatu di Platform Instagram

### **Tahap Evaluasi dan Refleksi Kegiatan**

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan evaluasi dan refleksi dengan tujuan untuk mengetahui respon terhadap kegiatan pengabdian yang sudah dilaksanakan serta untuk mengukur sejauh mana capaian kegiatan yang sudah dilakukan seperti mengetahui kekurangan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai bahan perbaikan untuk kedepannya.

Dari kegiatan refleksi dan evaluasi yang secara langsung kami tanyakan kepada peserta kegiatan pengabdian bahwa peserta sangat menyambut baik acara tersebut. Melalui kegiatan pengabdian ini secara langsung memperkenalkan bahwa Kalimantan Tengah memiliki bahan lokal yang sangat luar biasa nilai ekonominya jika diolah dengan baik dan kreatif yakni adanya Getah Nyatu. Melalui kegiatan ini masyarakat Daerah Aliran Sungai dan Mahasiswa diberikan pemahaman terkait cara pengolahan getah nyatu sampai pada tahap pemasaran. Harapannya masyarakat memiliki antusias yang tinggi terhadap kerajinan Getah Nyatu.

### **Kesimpulan**

Program Pengabdian Kepada Masyarakat terlaksana dengan baik. Peserta terlibat aktif selama mengikuti Pelatihan pembuatan kerajinan dengan memanfaatkan bahan lokal Getah Nyatu. Program pengabdian terdiri dari kegiatan sosialisasi pentingnya pemanfaatan *platform e-commerce*, pelatihan pembuatan kerajinan getah nyatu dan pelatihan pembuatan *platform e-commerce* untuk pemasaran kerajinan Getah Nyatu. Diharapkan dengan adanya pelatihan ini masyarakat semakin giat untuk menumbuhkan ekonomi kreatif melalui kerajinan getah nyatu.

### **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Palangka

Raya yang telah memberikan pendanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan skema Program Dosen Pendamping Wirausaha Masyarakat. Selain itu, ucapan terimakasih juga disampaikan kepada mitra pengabdian yakni IKM Pandji serta peserta kegiatan pengabdian yakni masyarakat Daerah Aliran Sungai (DAS) dan Mahasiswa.

### **Daftar Pustaka**

- Amos A.R., Arevina, Dina, Fahmi Yusrizza 2022. *Statistik Kota Palangka Raya* 2022.
- Andari R, Bakhshi H, Hutton W, O'Keeffe A, Schneider P. 2007. *Staying Ahead: The economic performance of the UK's Creative Industries*, The Work Foundation. London.
- Ananda AD dan Susilowati D. 2017. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. 1(1):120-142.
- Aysa I R. 2020. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2): 121-128.
- Dina M, Deni E, dan Andari R. 2001. *Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban Di Kota Palembang. Proceeding Economic Globalization Trend and Risk For Developing Country*. Howkins J. The Creative Economy. UK : The Penguin Press.
- Kristantyo W. Industri Kreatif Terus Moncer. 2023. (Dikutip 24 Maret 2024). Tersedia Online: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7859/industri-kreatif-terus-moncer?lang=1>The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). *Creative Economy Report 2008*. Geneva. 2008; 3-4.

- Nuwa dkk. 2020. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Souvenir Khas Dayak Bahan Baku Getah Nyatu Pada Kelompok UKT-Bahalap. *Jurnal Agrienvi*, 14 (1): 1-7.
- Rakib M, Yunus M dan Amin N. 2018. Industry Development Based on Entrepreneurship Training in Developing Local Economy in Parepare City. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 2 (1) : 32-45.
- Ridzal N A dan Hasan W A. 2019. Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal Dengan Meningkatkan Jiwa Wirausaha Dalam Pemanfaatan Sumber Daya Alam Di Kelurahan Masiri Kecamatan Batauga Kabupaten Buton Selatan. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Membangun Negeri*, 3(2): 26-35.
- Richard F. 2002. *The Rise of Creative Class : And How It's Transforming Work, Leisure, community and everyday Life*, New York, Basic Book.
- Rochmat AP. 2016. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Sutriyanti. 2017. Pengaturan Ekonomi Kreatif Guna Mengembangkan Sumber Ekonomi Baru. *Jurnal Kajian*, 22 (4): 269-280.