

KREATIVITAS USAHA HIASAN PENGANTIN (Studi Kasus Di Desa Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir)

by Azizah Husin

Submission date: 08-Jun-2024 09:13AM (UTC+0700)

Submission ID: 2397979459

File name: KREATIVITAS_USAHA_HIASAN_PENGANTIN.pdf (634.15K)

Word count: 5541

Character count: 35094

**KREATIVITAS USAHA HIASAN PENGANTIN
(Studi Kasus Di Desa Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir)**

Septi Rahmawati¹, Azizah Husin², Evy Ratna Kartika Waty³

septirahmawati1919@gmail.com¹, azizahusin@fkip.ac.id²

Universitas Sriwijaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kreativitas usaha hiasan pengantin di Desa Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Narasumber dalam penelitian ini ada 5 orang pengrajin hiasan pengantin. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kreativitas dapat dilihat melalui 4P yaitu pribadi: mampu menciptakan ide baru pada hiasan pengantin atas imajiasi sendiri dan berbeda dengan orang lain. Pendorong: memotivasi diri sendiri dengan terus belajar, dorongan dari keluarga dan lingkungan sangatlah berpengaruh terhadap kreativitas para pengrajin hiasan pengantin. Proses: mengikuti kegiatan seperti seminar mengenai hiasan pengantin melalui kegiatan tersebut pengrajin mendapatkan modal, sarana dan prasarana untuk menunjang proses menuju kreatif. Produk: kreativitas tersebut dibuktikan pada produk yang sudah modern dan kekinian, memanfaatkan sosial media untuk promosi ataupun untuk mencari referensi ide baru lainnya sehingga dapat terus meningkatkan kreativitas dalam usahanya.

Kata Kunci: Kreativitas, Usaha, Hiasan Pengantin.

ABSTRACT

This research aims to know creativity bridal jewelry business in Tanjung Batu sub district Ogan Ilir regency. This research uses descriptive research with qualitative. Informant in this research are 5 bridal jewelry artisans. The data collection technique in this research uses observation, interview, and documentation. Based on the result of data analysis in this research, can be concluded that creativity can be seen through 4P namely Person; able to create new ide on bridal jewelry from other people. Press; motivate their self by keep learning, encouragement from family and environment is very influential on bridal jewelry artisans' creativity. Process; participating activity such as seminar about bridal jewelry, from that activity artisans get capital facilities and infrastructure to support process to be creative. Product; creativity is proven on product that is modern and contemporary, using media social to promote or to find other new idea references so that can keep improving creativity in their business.

Keywords: Creativity, Business, Bridal Jewelry.

PENDAHULUAN

Di tengah kondisi ekonomi global yang mengalami perlambatan, pertumbuhan ekonomi Indonesia justru meningkat. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami peningkatan di tahun 2023 setelah mengalami pertumbuhan tertinggi pada tahun 2022. Indonesia perlu menjaga momentum pemulihan ekonomi. Terlebih, ruang bagi Indonesia untuk memanfaatkan momentum bonus demografi terjadi pada tahun ini hingga 2040-an sehingga negara perlu menjaga agar rasio ketergantungan tetap di angka 41, melalui penetapan sejumlah sasaran pembangunan. Sasaran pembangunan juga menjadi fondasi bagi capaian transformasi ekonomi Indonesia, pembangunan ekonomi dilakukan untuk mensejahterakan masyarakat, mengembangkan kegiatan ekonomi, dan juga meningkatkan pendapatan masyarakat dalam jangka panjang.

Kemajuan suatu negara di dukung oleh pembangunan ekonomi yang dilakukan oleh pemerintahan maupun masyarakat itu sendiri. Masyarakat dapat melakukan pemberdayaan diri dengan kemandirian mereka sendiri, ada yang bergerak di bidang ekonomi dengan potensi yang mereka miliki dan ada juga yang menciptakan inovasi baru. Misalnya saja, usaha ekonomi masyarakat yang digeluti sebagian orang dengan harapan agar dapat menunjang perekonomiannya. Namun tak sedikit dari usaha ekonomi masyarakat gagal dalam menunjang perekonomiannya karena tingginya daya saing yang ada. Daya saing perekonomian Indonesia juga tercatat meningkat, dimana Indonesia menjadi negara dengan peningkatan peringkat daya saing tertinggi di dunia. Peningkatan daya saing tersebut menunjukkan bahwa harus adanya penguatan dan dukungan terhadap suatu usaha agar dapat bersaing untuk menjaga tingkat pertumbuhan ekonomi, dengan terjaganya pertumbuhan ekonomi dapat menurunkan angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia.

Berkembangnya kemajuan teknologi, sistem perdagangan, keinginan, kebutuhan dan minat masyarakat yang terus bertambah menimbulkan adanya persaingan dalam usaha ekonomi masyarakat. Persaingan yang semakin tinggi membuat para masyarakat yang memiliki usaha harus tahu strategi yang harus di lakukan. Pada dasarnya keberhasilan usaha dalam memasarkan produk dan meningkatkan kualitas produk sangat tergantung pada kreativitas usaha maka perusahaan dapat menciptakan dan mengembangkan permintaan masyarakat secara meyakinkan.

Desa Tanjung Batu merupakan salah satu dari banyaknya desa di Kabupaten Ogan Ilir dengan masyarakat yang memiliki berbagai macam mata pencaharian salah satunya dengan menekuni usaha-usaha kecil dan menengah. Untuk membangun desa dan meningkatkan ekonomi masyarakat yang lebih baik dengan masyarakat yang memiliki potensi. Salah satu cara masyarakat untuk mewujudkan hal tersebut dengan usaha hiasan pengantin, dengan adanya usaha ini masyarakat dapat memberdayakan dirinya dan dengan harapan dapat memperbaiki perekonomiannya.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, bahwa sebagian masyarakat Desa Tanjung Batu memiliki potensi yang kegiatan pemberdayaan ekonominya bergerak pada usaha hiasan pengantin. Hiasan pengantin yang dibuat oleh masyarakat berupa pak sangkong, gelang burung, ikat pinggang, teratai dan selempang sawit atau selempang sawir yang terbuat dari kuningan. Usaha hiasan pengantin ini sudah sangat lama ditekuni masyarakat Desa Tanjung Batu, salah satu masyarakat yang menekuni usaha ini belajar membuat hiasan pengantin dari orang-orang tua yang paham akan cara pembuatan hiasan pengantin terkhusus pengantin adat Palembang. Untuk menjaga usaha tersebut tetap berjalan dengan baik, maka usaha terus dijalankan dengan membuat berbagai hiasan pengantin tersebut.

Namun, saat ini masih sangat minim sekali anak-anak muda dan remaja yang mampu melestarikan usaha hiasan pengantin ini, mereka tidak mempunyai keinginan untuk mau mengembangkan dan juga ikut membuat. Tidak hanya itu, banyaknya masyarakat yang memiliki usaha hiasan pengantin dengan produk yang sama membuat daya saing di Desa

Tanjung Batu dalam usaha hiasan pengantin ini sangat tinggi. Sulit bagi pelaku usaha jika tidak dapat bersaing di dalam usaha dengan banyaknya pesaing, sehingga masyarakat seharusnya dapat menciptakan suatu inovasi atau ide baru agar dapat mewujudkan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif yang merupakan konsep ekonomi yang berdasarkan pada informasi dan kreativitas, dalam hal ini keterampilan, kemampuan bersaing, dan mental usaha harus dimiliki oleh masyarakat. Pelaku usaha hiasan pengantin ini melakukan promosi di sosial media yang mana hal tersebut dilakukan dengan harapan agar produk yang dibuat dapat terjual dengan harga yang tinggi. Namun, nyatanya penjualan yang dilakukan di sosial media tidak mengubah apapun dan tetap gagal. Pembeli produk juga yang itu-itu saja, tidak berganti dengan pembeli lain. Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa produk yang dibuat tidak juga membuat berbagai masyarakat luar tertarik dalam membeli, bahkan tidak dapat menunjang ekonomi, dapat berpotensi tidak laku dan berujung dijual dengan harga murah.

Dari hal tersebutlah, kemampuan kreativitas masyarakat dalam pembuatan hiasan pengantin sangat diperlukan untuk perkembangan usaha dan menciptakan kualitas hiasan pengantin yang lebih bagus dan kreatif. Masyarakat perlu suatu cara dalam menciptakan kualitas hiasan pengantin yang bagus dengan keterampilan, mutu dan potensi yang mereka miliki agar dapat bersaing di tengah-tengah masyarakat meskipun dengan latar belakang usaha yang sama. Dengan adanya kreativitas masyarakat dalam membuat hiasan pengantin dapat menarik pembeli dengan hal yang berbeda dari pesaing lainnya. Sehingga, produk hiasan pengantin ini tidak akan berputar di pembeli yang itu-itu saja tetapi akan tersebar luas ke masyarakat lainnya. Maka dari itu kreativitas usaha sangatlah diperlukan untuk menjamin bahwa usaha dapat berkembang lebih pesat lagi ketika masyarakat memiliki ide dan inovasi baru dengan keterampilan maupun potensi yang mereka miliki.

Banyak usaha yang maju dan berkembang karena melakukan kreativitas dan juga inovasi baru. Maka, masyarakat yang memiliki usaha hiasan pengantin ini harus lebih kreatif dalam membuat produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat diluar sana, dengan demikian diharapkan dapat mengembangkan produk yang baru dalam usahanya. Dengan adanya hal tersebut, usaha hiasan pengantin dapat berjalan dalam jangka waktu yang panjang karena usaha terus berkembang, berdaya saing dan produk yang ditunjukkan berdaya nilai tinggi dengan adanya kreativitas usaha masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Elisa Fitri berjudul pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada pengrajin limbah tempurung kelapa di desa perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat (2021) menunjukkan bahwa kreativitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pengrajin limbah tempurung di Desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat, yang berarti semakin tinggi kreativitas dan semakin tinggi inovasi produk, maka keberhasilan usaha pengrajin limbah tempurung di Desa Bukit Lawang juga semakin tinggi pula.

Maka, berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul kreativitas usaha hiasan pengantin (Studi Kasus Di Desa Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir).

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku dari orang-orang yang diamati (Sugiyono, 2017). Alasan memilih penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif ini karena dapat digunakan untuk menganalisis, memahami dan

mendeskripsikan secara mendalam mengenai kreativitas usaha hiasan pengantin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Observasi

Pada tahap awal sebelum akhirnya dilakukan wawancara, peneliti melakukan observasi berdasarkan pengamatan langsung yang dilakukan dengan mengamati produk hiasan pengantin yang dibuat serta melihat alat dan bahan yang dipakai dalam pembuatan hiasan pengantin dan juga produk yang dibuat. Dalam pembuatan hiasan pengantin terdapat beberapa alat yang digunakan seperti tata dan lain sebagainya. Alat dan bahan ini dapat menunjang proses pembuatan hiasan pengantin. Beberapa produk yang dibuat oleh pengrajin hiasan pengantin seperti baju pengantin laki-laki dan perempuan, pak sangko, tanjak, ayun-ayun, tunjung pengantin, kalung, Teratai, gandik, sabuk lampung, palak lampuk, palak mandailing, ikat pinggang, gelang kano, gelang burung, suntuang ayun, pending, cempako, dan beringin.

Terdapat beberapa produk hiasan pengantin yang dibuat oleh pengrajin seperti baju pengantin seperti berikut :



Gambar 1 Baju Pengantin Laki-laki

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada baju pengantin laki-laki ini, pengrajin sudah membuat dengan model yang modern. Terdapat perbedaan pada baju pengantin tersebut, ada yang menggunakan kain bludru dengan lengan panjang dan motif manik-manik yang di jahit tangan dengan rapih pada baju pengantin. Pada baju pengantin lainnya menggunakan kain yang berbahan dasar licin dan menggunakan lengan pendek serta motif jahitan yang lebih banyak dari baju pengantin lainnya.



Gambar 2 Baju Pengantin Perempuan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada baju pengantin perempuan diatas, sangat terlihat jauh berbeda. Motif dan model yang ada sudah sangat berbeda dengan model baju pengantin perempuan tradisional yang berwarna merah berpadu keemasan, tetapi tidak hanya baju dengan model tersebut saja yang masih dibuat oleh pengrajin hiasan pengantin, tetapi model baju dengan motif-motif modern juga dibuat. Pada baju pengantin modern tersebut dijahit sendiri oleh pengrajin, bahkan aksesoris manik-manik, warna dan bentuk pada baju pengantin juga dikreasikan sendiri.



Gambar 3 Mahkota Pengantin Laki-laki dan Beringin
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada hiasan pengantin berupa mahkota pengantin laki-laki dan pada mahkota pengantin perempuan disebut beringin yang dibuat dengan berbeda-beda warna, bentuk dan modelnya. Pada mahkota pengantin lelaki hanya berbentuk segitiga dengan berbagai motif yang sudah memiliki cetakkannya dan pada beringin terdapat banyak bentuk seperti bentuk bunga dan daun yang dikreasikan oleh pengrajin hiasan pengantin, bentuk bunga dan daun pada mahkota juga dibuat semegah mungkin tanpa mengurangi kekhasan pada hiasan pengantin khas Palembang. Warna yang dibuat juga dengan dua warna yang berbeda, biasanya pengrajin akan membuat mahkota dengan warna putih dan kuning keemasan.



Gambar 4 Pak Sangkong
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pak sangkong merupakan hiasan pengantin yang digunakan di bagian kepala dan dahi pengantin. Pak sangkong ini memiliki motif yang berbeda-beda pula, meskipun memiliki motif bunga-bunga yang hampir sama di setiap hiasan pengantin pak sangkong, tetapi pada bentuk utuhnya memiliki perbedaan, ada yang dengan bentuk lebih tajam tanpa dilapisi kain ataupun kertas karton dan ada yang dengan bentuk yang lebih tumpul bentuknya pada setiap ujung dan dilapisi dengan kain bludru berwarna merah yang di tempel pada kertas karton.



Gambar 5 Gelang Kano dan Teratai
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gelang kano merupakan gelang yang digunakan oleh pengantin laki-laki dan perempuan. Gelang ini dibuat oleh pengrajin dengan model yang masih tradisional, bentuk dan motifnya juga masih tradisional. Gelang tersebut memiliki banyak ukuran mulai dari yang besar sampai yang kecil, dengan memiliki kaitan agar dapat membuka gelang untuk memudahkan dalam pemasangan pada pengantin. Lalu, ada juga teratai yang biasanya digunakan oleh pengantin perempuan, Teratai ini digunakan melingkar pada bahu yang dapat menutup bagian dada, biasanya ada juga pengrajin yang membuat dengan warna merah, tetapi pada pengrajin kali ini membuat teratai dengan warna kuning dengan motif daun pada pinggir kain dan bunga-bunga yang bertabur, ini semua dijahit menggunakan tangan. Teratai biasanya juga digunakan oleh penari tanggai atau pagar pengantin yang biasanya mengiringi acara pernikahan adat Palembang.



Gambar 6 Gandik, Tanggai, dan Tanjak
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gandik merupakan kain yang memiliki motif bunga-bunga dan juga daun dengan berbagai warna seperti kuning, merah, hitam dan putih. Setiap bentuknya juga berbeda-beda di kreasikan oleh pengrajin sendiri, susunan pada bunga yang di tempel dan dijahit juga berbeda-beda sesuai dengan kreasi pengrajin. Gandik biasanya digunakan di dahi, tidak hanya pengantin yang biasa menggunakan gandik, tetapi penari juga sering menggunakan gandik. Bukan hanya itu, ada juga tanggai yang digunakan oleh pengantin, tanggai merupakan hiasan pada kuku pengantin yang biasanya digunakan saat pengantin akan menari. Dan, tanjak merupakan hiasan yang biasanya digunakan oleh pengantin laki-laki atau digunakan juga oleh penari.

Dalam proses pembuatan hiasan pengantin terdapat beberapa alat dan bahan yang digunakan dalam membuat beberapa produk seperti sebagai berikut:



Gambar 7 Tata Ikat Pinggang dan Gelang Burung
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Tata ini merupakan alat yang digunakan untuk mencetak motif pada ikat pinggang dan gelang pengantin, pada tata ikat pinggang memiliki dua motif yang berbeda sama halnya dengan tata gelang dengan dua motif burung yang berbeda-beda pula. Ada 5 tata satu-satu yang berbentuk seperti paku tetapi dengan bentuk yang bermacam-macam, tata satu-satu ini digunakan untuk membuat motif pada ikat pinggang dan juga gelang.

Beberapa produk hiasan pengantin serta alat dan bahan yang dibuat oleh pengrajin hiasan pengantin ini membuat dengan berbagai macam bentuk, warna dan motif yang berbeda. Hal ini dilakukan oleh pengrajin hiasan pengantin agar dapat menarik perhatian masyarakat dan para pelanggannya agar dapat terus memesan produk. Pembuatan produk ini akan dengan mudah dibuat jika alat dan bahan yang digunakan juga mendukung, jika alat dan bahan yang dimiliki lengkap maka pengrajin dapat dengan mudah membuat pesanan produk oleh pelanggan.

Dari berbagai macam hiasan pengantin diatas, narasumber UH (26) menjadi salah satu pengrajin yang tidak hanya membuat produk tetapi juga menyewakan. Produk yang disewakan adalah baju pengantin yang dijahitnya sendiri, hiasan pengantin, pelaminan dan juga make up. Sehingga dirinya memiliki banyak cara untuk dapat mewujudkan kreativitasnya lewat pekerjaan yang tengah ditekuninya dalam waktu yang masih baru yaitu 3-4 tahun. Berikut ini merupakan hasil dari produk yang dibuat dan disewakan oleh UH (26):



Gambar 8 Pengantin Laki-laki dan Perempuan

Sumber: Dokumentasi Narasumber

Dapat dilihat pada produk yang di gunakan oleh pengantin laki-laki dan perempuan terlihat bahwa sudah menggunakan model, warna, bentuk yang sudah modern. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang di buat dengan kreatif dan berbeda dari milik orang lain.

2. Hasil Analisis Wawancara

Pengumpulan data hasil penelitian menggunakan teknik wawancara yang diperkuat dengan observasi. Agar data penelitian ini lebih terarah dan jelas, peneliti akan mendeskripsikan data yang diperoleh di lapangan yang berhubungan dengan kreativitas usaha hiasan pengantin. Wawancara ini dilakukan kepada 5 subjek penelitian yaitu R (45), M (46), S (55), R (71) dan UH (26).

Maka dari itu, berdasarkan triangulasi teknik yang dilakukan kepada 5 subjek penelitian yaitu R (45), M (46), S (55), R (71) dan UH (26). Masing-masing memiliki perbedaan baik dari pribadi, pendorong, proses maupun produk, hal ini dapat dilihat melalui hasil wawancara. Pada R (45) yang sudah menjalankan usaha hiasan pengantin selama kurang lebih 10 tahun yang berawal dari menjadi pekerja harian membuat hiasan pengantin sampai akhirnya bisa membuka usaha sendiri. Setiap harinya membuat hiasan pengantin yang bermacam-macam sesuai dengan pesanan pelanggan. R (45) juga selalu terus belajar mengenai hiasan pengantin ini, dirinya juga terlihat sangat pandai dalam menciptakan hal-hal baru dengan selalu memberikan model yang berbeda setiap bentuk yang ada pada hiasan pengantin, dengan selalu berusaha menemukan hal-hal baru dalam setiap rangkaian proses pembuatan produk, ketika merangkai produk ia selalu menemukan inisiatif sendiri sehingga terciptalah model baru pada hiasan pengantin yang dijualnya, Hal ini dilakukannya agar produknya bisa berbeda dengan milik orang lain sehingga dapat menarik perhatian pelanggan lainnya. Tidak hanya mengandalkan inisiatif sendiri, tetapi dengan mengamati setiap perbedaan-perbedaan yang ada pada hiasan pengantin yang dipesan oleh pelangganya, maka dapat dengan mudah untuk mengetahui perubahan atau perkembangan pada produk dan produk yang diminati oleh masyarakat.

R (45) juga mempersiapkan banyak hal dalam menjalankan usahanya seperti modal dalam usaha, hiasan pengantin ini membutuhkan modal yang besar, meskipun tidak pernah mendapatkan modal dari pihak lain tetapi tidak menutup kemungkinan baginya untuk terus menjalankan usahanya. Karena usaha yang dijalankannya bukanlah usaha turun-temurun, jadi harus dipertahankan dengan baik agar usaha tetap dapat terus berkembang dan maju. Dari kemajuan usaha yang dijalankannya ini terlihat bahwa minat dari pelanggan sangatlah baik dengan memiliki 1 pelanggan tetap dan 3 pelanggan tetap yang memesan khusus untuk mengisi tokoh di pasar.

Pada M (46) yang sudah menjalankan usahanya selama kurang lebih 10 tahun yang merupakan usaha turun-temurun dari orang tuanya. Dalam waktu yang cukup lama inilah, ia mampu membuat banyak produk-produk hiasan pengantin dan juga menservis produk milik orang lain agar menjadi baru dan bagus kembali. M (46) memang tidak selalu menemukan ide baru atau menciptakan ide-ide baru dalam pembuatan hiasan pengantin, tetapi menservis produk yang tadinya sudah berubah warna jadi kusam ataupun lusuh menjadi produk yang terlihat baru tanpa mengubah bentuk apapun dari sebelumnya. Tidak hanya menservis, ia juga menjahit baju pengantin yang ia rangkai sendiri dari bentuk manik-manik yang bertabur di pakaian pengantin. Bentuk dan model yang dibuatnya juga tidak berubah dari sebelumnya atau seperti yang diinginkan oleh pelanggan, sehingga ia membuat dengan bentuk yang sama persis dari sebelumnya. M (46) memotivasi diri dengan terus belajar membuat dan menerima pesanan dari pelanggan yang berbeda-beda, dari permintaan pelangganlah ia mampu mencoba banyak hal baru apalagi perkembangan zaman saat ini. Modal yang sangat terbatas membuat dirinya terkendala dalam mengikuti perkembangan pada produk hiasan pengantin yang semakin banyak perubahan, sebenarnya ia juga sangat ingin mengikuti pameran atau kegiatan mengenai hiasan pengantin tetapi kendala pada modal sehingga tidak dapat membuat stock produk dan juga tidak memiliki pegawai. Sehingga, dari keterbatasan itulah akhirnya ia hanya menjalankan usaha seadanya saja.

Pada S (55) yang merupakan pengrajin hiasan pengantin yang sudah menjalankan usahanya hampir 20 tahunan. Dalam jangka waktu yang sangat lama itulah sampai saat ini ia menjadi pengrajin hiasan pengantin dengan pelanggan yang tetap ada 3 khusus untuk mengisi tokoh di pasar. Dengan mengamati produk-produk yang dibuat oleh pengrajin lain maupun produk yang di pesan oleh pelanggan, sehingga dapat dengan mudah mengetahui perkembangan dan perubahan yang ada pada hiasan pengantin. Dari tahun ke tahun pasti akan selalu ada perubahan sehingga produk akan semakin modern, saat ini ia juga sudah membuat produk yang sudah modern karena memang pelanggan memberikan pesanan dengan model hiasan pengantin yang sudah modern.

Ketertarikannya pada hiasan pengantin membuatnya mampu menjalankan usaha agar terus maju, salah satunya dengan mengikuti perkumpulan para pengrajin hiasan pengantin yang sempat diadakan oleh masyarakat desa, dari kegiatan tersebutlah ia belajar banyak hal mengenai hiasan pengantin dan sekaligus mendapat bantuan modal berupa alat dan bahan untuk menunjang kebutuhan dalam proses pembuatan produk. Walau dirinya tidak pernah membuat produk dengan bentuk atau model yang diciptakannya sendiri, tetapi ia peka akan perubahan-perubahan yang semakin berkembang pada hiasan pengantin, sehingga ia cenderung mengikuti perkembangan zaman saat ini.

Selanjutnya dari R (71) yang juga merupakan pengrajin hiasan pengantin yang menjalankan usaha turun-temurunya ini sudah sangat lama hampir 20 tahun lebih. Namun, meskipun sudah menjalankan usaha sudah dalam kurun waktu yang lama tetapi sampai saat ini produk yang dibuatnya masih tradisional. Dirinya memang tidak memiliki pelanggan tetap, tetapi sedikitnya ia memiliki beberapa pelanggan tidak tetap yang masih memesan produk padanya dan pesanan tersebut juga masih yang tradisional sehingga yang dibuatnya hanya itu-itu saja dan tidak terdapat hal baru, bahkan tidak menciptakan hal-hal yang baru

dalam produk hiasan pengantin. Apalagi, dirinya juga tidak pernah menjual online seperti yang dilakukan oleh pengrajin lainnya. Hal ini menjadi faktor penghambat dirinya untuk menarik perhatian pelanggan diluar sana, dirinya juga tidak punya minat dalam mengikuti pameran, seminar atau kursus/pelatihan yang berkaitan dengan hiasan pengantian.

Dan yang terakhir yaitu UH (26) yang sangat berbeda dengan narasumber lainnya, dirinya menjalankan usaha ini baru 3-4 tahunan. Tidak hanya membuat hiasan pengantin tetapi juga menyewakan. Ia belajar membuat hiasan pengantin melalui orang tuanya, tetapi dalam usaha menyewa itu adalah keinginannya sendiri yang didukung oleh suaminya. Baru 1 tahun ia menjalan usaha sewa menyewa ini sehingga belum banyak pelanggan yang menyewa, tetapi dengan adanya promosi di social media, ia berusaha agar dapat menarik perhatian orang dengan cara tersebut. Tidak hanya dengan cara itu, ia juga merupakan pengrajin yang sangat terampil dalam memberikan model modern yang sangat berbeda dengan milik orang lain contohnya saja pada baju pengantin.

Tidak hanya memiliki model baju pengantin yang tradisional, tetapi juga memiliki baju pengantin yang modern dengan bentuk aksesoris yang dirangkainya sendiri. Ia juga sangat peka akan perkembangan zaman, dengan melihat banyak ide-ide yang bermunculan di social media, sehingga hal-hal baru tersebut dapat menjadi inspirasinya dalam menjalankan usaha. Pada penyewaan ia menyewakan baju pengantin dan pelaminan pengantin, ia selalu memastikan ada yang baru dalam dekor pernikahan pada pelaminan yang disewakannya ini, agar lebih menarik. Walau masih terbilang baru, tetapi ia mampu mempekerjakan satu pegawai yang akan membantunya dalam pemasangan pelaminan yang disewakannya.

PEMBAHASAN

Menurut Munandar (2009) terdapat strategi 4P (person, press, process dan product) yang dapat mengembangkan kreativitas individu yaitu sebagai berikut :

1. Pribadi

Berdasarkan triangulasi teknik, terdapat 2 subjek penelitian yang memiliki kepribadian yang sangat kreatif yaitu R (45) dan UH (26) , hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan yaitu mengatakan bahwa mereka mampu menciptakan ide-ide baru agar dapat menarik perhatian pelanggan. Mereka mencoba untuk membuat model yang berbeda dengan milik orang lain atas inisiatif sendiri.

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa R (45) merupakan pribadi yang termasuk sangat kreatif. Hal ini ditunjukkan melalui ciri-ciri seperti memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan percaya diri, seperti halnya mereka selalu mencari tahu perkembangan dan perubahan yang ada di zaman saat ini mengenai hiasan pengantin, agar dapat produk yang dibuatnya berbeda dengan milik orang lain. Dirinya menciptakan banyak ide-ide baru dalam pembuatan hiasan pengantin atas inisiatifnya sendiri sehingga apa yang dirangkainya itu sangat berbeda dengan milik orang lain contohnya seperti pembuatan bentuk bunga-bunga dan daun yang ada di hiasan pengantin, bentuk tersebut dibuat berbeda-beda agar tercipta hal baru pada produk hiasan pengantin yang dibuatnya. Tidak hanya dari itu, keuletan dan kemahirannya dalam membuat hiasan pengantin juga menunjukkan bahwa dirinya adalah orang yang kreatif, kemahirannya ini dikarenakan dirinya terus mau belajar selama menjalankan usaha hiasan pengantin.

Tidak hanya itu, UH (26) juga termasuk kedalam pribadi sangat kreatif. Hal ini dapat dilihat dari kekreatifannya dalam mengkomposisi aksesoris-aksesoris untuk baju pengantin yang dijahitnya sendiri. Baju pengantin yang dibuatnya juga sudah sangat modern, sehingga sangat berbeda dengan milik orang lain. Tidak hanya membuat produk hiasan pengantin, tetapi dirinya juga membuka sewa seperti baju pengantin dan pelaminan pernikahan, hal ini sangat jarang dilakukan oleh pengrajin hiasan pengantin. Biasanya, orang hanya membuat hiasan pengantin lalu menjual ke pelanggan, tetapi ia membuat dan juga menyewakan hiasan

pengantin.

Namun, ada juga 2 subjek penelitian yang bisa dikatakan kreatif seperti M (46) dan S (55). Subjek penelitian ini termasuk kedalam kurang kreatif karena ditunjukkan bahwa mereka tidak pernah mencoba untuk menciptakan ide-ide baru walaupun mereka tau bahwa saat ini banyak perubahan dan perkembangan yang ada pada hiasan pengantin seperti perubahan dalam model yang tradisional ke modern. Tetapi, mereka tidak dengan sengaja mengubah model pada hiasan pengantin dengan alasan bahwa hanya mengikuti pesanan dari pelanggannya saja. Jika pelanggan memesan hiasan pengantin dengan model yang berubah-ubah, maka mereka hanya mengikuti contoh dari pesanan pelanggan. Mereka sama-sama memiliki keinginan untuk membuat model yang baru pada produknya masing-masing, namun tidak terealisasikan.

Lalu, pada subjek penelitian R (71) termasuk kedalam pribadi yang kurang kreatif. Hal itu dapat dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan bahwa dirinya tidak sama sekali pernah menciptakan ide-ide baru, terlebih lagi produk yang dibuatnya dari tahun ke tahun itu masih tradisional di era banyaknya pengrajin hiasan pengantin yang membuat produk yang sudah modern dan mengikuti perkembangan zaman.

2. Pendorong

Berdasarkan triangulasi teknik menyatakan bahwa semua subjek penelitian mendapat dorongan dan juga dukungan terutama dari keluarga dan juga lingkungan sekitar. Apalagi, dari 5 subjek penelitian ada 3 subjek penelitian yaitu M (46), R (71) dan UH (26) yang menjalankan usaha hiasan pengantin ini karena memang sudah mendapat dukungan dari keluarga sejak lama dan usaha yang dijalankan saat ini adalah usaha yang sudah turun-temurun dari orang tuanya masing-masing, semenjak remaja mereka sudah diajarkan cara pembuatan hiasan pengantin sehingga hal ini dapat menunjukkan bahwa keluarga sangat mendukung adanya kreativitas dalam usaha hiasan pengantin. Namun, R (45) dan S (55) yang juga mendapatkan dorongan dari lingkungan sekitar, mereka bisa belajar membuat hiasan pengantin sampai saat ini dikarenakan pernah bekerja sebagai pengrajin hiasan pengantin di tempat orang lain dan juga belajar sendiri dengan cara mengamati setiap yang dilakukan oleh pengrajin hiasan pengantin di lingkungan sekitar mereka, sehingga mampu menjalankan sendiri usaha hiasan pengantinnya.

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, menunjukkan pengrajin hiasan pengantin ini sangat butuh dorongan dari diri sendiri maupun orang lain, terlihat pada usaha mereka yang selalu memotivasi diri dengan terus belajar membuat hiasan pengantin dan menerima pesanan-pesanan dari pelanggan, bahkan modal menjadi salah satu dorongan terpenting bagi pengrajin hiasan pengantin untuk dapat memotivasi dirinya. Tidak hanya itu, pengaruh dari adanya pesanan dan pelanggan merupakan hal yang paling penting. Dengan adanya pelanggan tetap maupun bukan, pengrajin akan sangat semangat dalam mengerjakan pekerjaannya. Pelanggan tetap yang selalu memesan produk dalam jumlah banyak sangatlah menjadi pendorong untuk dapat terus mampu menciptakan satu hal-hal baru.

3. Proses

Berdasarkan triangulasi teknik terdapat 1 subjek penelitian yang pernah mengikuti kegiatan seperti seminar yang diperuntukkan untuk para pengrajin hiasan pengantin salah satunya di Desa Tanjung Batu yaitu S (55) yang pernah mengikuti kegiatan seminar ini atas tawaran orang lain, dalam kegiatan ini dirinya mendapatkan banyak ilmu dan pelajaran dalam proses pembuatan hiasan pengantin. Sehingga, melalui kegiatan inilah dirinya pernah mendapatkan bantuan berupa sarana dan prasarana berupa alat dan bahan dalam pembuatan hiasan pengantin, seperti tata besi yang memiliki macam-macam bentuk, aluminium dan tembaga sebagai alat pokoknya dalam membuat hiasan pengantin. Alat dan bahan tersebut menjadi penunjang kelancaran dalam proses usaha, sehingga tidak terdapat hambatan dalam berkreasi pada setiap produk yang akan dibuat. Namun, jauh berbeda dengan 1 subjek

penelitian pada R (71) yang mengaku bahwa dirinya tidak memiliki minat atau keinginan untuk mengikuti kegiatan seminar, pameran ataupun pelatihan/kursus mengenai hiasan pengantin, hal ini disebabkan oleh faktor umurnya yang sudah senja, sehingga dirinya hanya mengalir saja dalam menjalankan usaha hiasan pengantinnya ini.

Berdasarkan pembahasan diatas menyatakan bahwa tidak semua pengrajin hiasan pengantin pernah mengikuti kegiatan mengenai hiasan pengantin. Padahal, dengan mengikuti kegiatan tersebut, dapat menambah ilmu pengetahuan serta peluang besar bagi pengrajin hiasan pengantin untuk terus berkarya dalam hiasan pengantin yang dibuatnya. Adanya kegiatan-kegiatan tersebut, memungkinkan untuk mendapatkan bantuan pada sarana dan prasarana atau modal berupa uang yang dapat menunjang keberhasilan dalam proses pembuatan hiasan pengantin. Apalagi, pembuatan hiasan pengantin sangat memerlukan modal yang besar.

4. Produk

Berdasarkan triangulasi teknik ada 2 subjek penelitian yaitu R (45) dan UH (26) yang memiliki usaha hiasan pengantin yang berbeda dari orang lain baik model maupun yang lainnya. Mereka lebih sering mencoba untuk menciptakan ide-ide baru dalam hiasan pengantin baik pada bentuk dan warna. Seperti pada produk hiasan pengantin yang dibuat oleh R (45) bahwa dirinya membuat dan membentuk model yang berbeda-beda setiap rangkaiannya, seperti ketika membuat bentuk bunga atau pun daun pada hiasan pengantin selalu dibuat berbeda bentuknya, mengubah bentuk bunga dan daun dengan imajinasi sendiri, hal ini dilakukannya berulang kali dan dengan berbeda-beda setiap produknya tanpa mengurangi kekhasan pada produk.

Tidak hanya itu, 3 subjek penelitian yaitu R (45), S (55) dan UH (26) yang sangat memanfaatkan sosial media sebagai tempat untuk mempromosikan produk dan juga untuk mencari referensi-referensi produk yang ada di sosial media. Mereka mempromosikan produk yang dibuat melalui aplikasi seperti Facebook, Whatsapp, dan Shopee. Dengan cara tersebutlah mereka dapat menarik perhatian masyarakat yang akan membeli produk, terlebih lagi jika produk yang dijual sangat menarik dan berbeda dari orang lain. Terbukti dengan banyaknya pelanggan tetap yang mereka miliki, hal itu menunjukkan bahwa produk yang dibuat sangat menarik perhatian pelanggan. dengan pemahaman mengenai teknologi yang canggih saat ini, maka dapat berdampak positif bagi perkembangan usaha yang dijalankan.

Berdasarkan pembahasan diatas menyatakan bahwa setiap pengrajin membuat produk yang sama, namun dengan bentuk dan model yang berbeda-beda. Setiap pengrajin memiliki ciri khasnya masing-masing, ada yang membuat hiasan pengantin modern tetapi setiap rangkaian bentuk berbeda sesuai dengan inisiatifnya, ada yang tidak hanya membuat tetapi menservis produk yang tadinya sudah lusuh menjadi bagus kembali, ada yang hanya membuat mengikuti pesanan dari pelanggan, ada tidak hanya membuat tetapi juga menyewakan dan ada yang hanya membuat produk tradisional sampai saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa setiap produk yang dipasarkan walaupun sama namun berbeda bentuknya. Perbedaan tersebutlah yang dapat menentukan sampai mana batas kemampuan pengrajin pada kreativitas dalam usaha hiasan pengantinnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan kreativitas usaha hiasan pengantin di Desa Tanjung Batu diantaranya sudah sangat kreatif karena mereka mampu menciptakan ide-ide baru pada hiasan pengantin atas imajinasi dan inisiatifnya masing-masing dan berbeda dengan orang lain, mereka memiliki dorongan dalam dirinya masing-masing untuk dapat menjadi orang yang kreatif, memotivasi diri sendiri dengan terus belajar dalam membuat hiasan pengantin, sehingga adanya kreativitas dalam usaha hiasan pengantinnya. Hal ini juga dibuktikan pada produknya yang

sudah membuat hiasan pengantin dengan model yang modern dan kekinian, dengan adanya ide baru yang dibuat oleh pengrajin hiasan pengantin, dengan memanfaatkan sosial media baik untuk promosi ataupun untuk mencari referensi ide-ide baru lainnya sehingga dapat terus meningkatkan kreativitas dalam usahanya.

Ada juga pengrajin yang kreatif dan terus berusaha untuk mampu menciptakan hal-hal baru walaupun terkadang mereka masih lebih fokus pada model produk yang sama, namun mereka juga merasa terhambat oleh kurangnya modal baik uang maupun sarana dan prasarana, namun hal tersebut tidak menurunkan minat pengrajin untuk dapat terus berkembang menjadi lebih kreatif. Tetapi, masih ada pengrajin hiasan pengantin yang kurang kreatif karena tidak sama sekali memiliki keinginan untuk menciptakan ide baru pada hiasan pengantin, hal ini dikarenakan keterbatasan umur dan kurangnya kemampuan dalam menguasai teknologi sehingga tidak mampu melakukan pembaruan, karena hanya melakukan kegiatan positif sebagai pengrajin hiasan pengantin.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifuddin, M., & Mashur, R. (2015). *Kewirausahaan Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. Jakarta: MAGNAScript Publishing.
- Asmi, A. R., & Syarifuddin. (2017). *Buku Ajar Kewirausahaan "Berpikir Menjadi entrepreneur"*. Palembang: Unsri Press.
- Asmi, A. R., & Syarifuddin. (2018). *Buku Ajar Kewirausahaan Cara Berpikir dan Panduan Menjadi Entrepreneur*. Palembang: Unsri Press.
- Afriyani, Y. & Muhajirin. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada UKM Dina Kelurahan Titobo. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 8 (1): 79-90.
- Ahmad, M, Y. & Indah., M. (2021). Kreativitas Belajar Peserta Didik Pada Pembelajaran Pendidikan Agama Islam: Pengaruh Lingkungan Sekolah dalam Pengajaran. *Al-Thariqah*. 6 (2): 41-48.
- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (2022). *Sasaran Pembangunan 2023 untuk Transformasi Ekonomi dan Bonus Demografi*. <https://www.bappenas.go.id/id/berita/bappenas-sasaran-pembangunan-2023-untuk-transformasi-ekonomi-dan-bonus-demografi-5dSVW>. Diakses, Pada 22 September 2023.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Ilir. (2023). *Kecamatan Tanjung Batu Dalam Angka 2023*. Indralaya: Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Ilir.
- Budiastuti, E., dkk. (2023). Pelatihan Shibori Untuk Meningkatkan Kreativitas Siswa MTS Negeri 3 Klaten. *Porosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*. 18 (1).
- Dewi, R., & Tati, H. (2021). Pengaruh Kreativitas dan Kemampuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kuliner di Baturaja Timur Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*. 2 (1): 75-93.
- Ermanovic (2016). *Kewirausahaan*. Palembang: Unsri Press.
- Fitri, E. (2021). *Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengrajin Limbah Tempurung Kelapa Di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat*. Skripsi. Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Fitriani, L, A. (2023). *Peran Kreativitas Dan Inovasi Dalam Diversifikasi Produk Terhadap Pengembangan Bisnis Makanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Yussy Akmal Bandar Lampung)*. Skripsi. Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Husin, A. (2013). The Effect Of Curriculum In Building Creative Nation. *International Conference on Education and Language (ICEL)*. 1 (1): 84-89.
- Husin, A. (2016). Teacher Creativity In The Classroom Management. *Sriwijaya University Learning and Education International Conference*. 2 (1): 185-194.
- Husin, A. (2020). Entrepreneurship Education for Family Investment Values in Indonesia and the Philippines. *Journal of nonformal education*. 9 (2): 392-401.
- Rus, Y., & Riny, A. (2017). *Desain Ragam Hias Berbantuan Coreldraw*. Bandung: ITB Press.
- Kenedi. (2017). Pengembangan Kreativitas Siswa Dalam Proses Pembelajaran Di Kelas II SMP Negeri 3 Rokan IV Koto. *Suara Guru: Jurnal Ilmu Pendidikan Sosial, Sains, Dan Humaniora*. 3 (2): 329-347.

- Kono, P., Febby, S. I., Kasim., & Yanti, S. (2023). Pengembangan Kreativitas Masyarakat Dalam Pembuatan Cake Pisang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat teknologi Pertanian*. 2 (1): 41-48.
- Kamaruddin, M, J., Lukiyana., & Vina, P. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembeli Dengan Kebijakan PSBB Sebagai Variabel Moderating Pada UMKM Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. 6 (1): 1-13.
- Munandar, Utami. (2009). Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Siswati, E., & Chusnul, A. (2021). Pengelolaan Usaha Mikro dan Aplikasinya. Surabaya: Ubhara Press.
- Sari, T, I, P. (2022). Kreativitas Mahasiswa Dalam Pembuatan Media Pembelajaran Di Program Studi Pendidikan Masyarakat Fkip Universitas Sriwijaya. Skripsi. Indralaya: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.
- Rianysah, R., & Deden, A. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kreativitas dan Inovasi Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Konsultan Perencanaan dan Pengawasan Arsitektir di Kota Serang, Provinsi Banten. *Jimm Unikom*. 2 (1): 1-17.
- Tiffany, V., Nanang, R., & Ganal, R. (2019). Busana Pengantin Aesan Gede (Tenun Songket dan Aksesoris) Pada Upacara Pernikahan Adat Palembang Sumatera Selatan. *Jurnal Seni dan Reka Rancang*. 1 (2): 213-222.
- Word Press. Sejarah Kelahiran Desa Tanjung Batu. <https://tanjungbatu.wordpress.com/sejarah/>. Diakses, Pada 27 Januari 2024.
- Yuswatiningsih, E., & Hindyah, I, S. (2017). Peningkatan Kreativitas Verbal Pada Anak Usia Sekolah. Mojokerto: STIKes Majapahit Mojokerto.

KREATIVITAS USAHA HIASAN PENGANTIN (Studi Kasus Di Desa Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir)

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.bappenas.go.id

Internet Source

1%

2

repository.um-surabaya.ac.id

Internet Source

1%

3

repository.unsri.ac.id

Internet Source

1%

4

ojs.unida.ac.id

Internet Source

1%

5

core.ac.uk

Internet Source

1%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off