

# PENGEMBANGAN INFRASTRUKTUR DESA BERBASIS BUDAYA KERAJINAN WAYANG KULIT GUNA MENINGKATKAN PEMASARAN DI PUCUNG, DESA WUKIRSARI, KABUPATEN BANTUL, YOGYAKARTA

**Elisabet Asalia Sarita Putri**

STIEPARI Semarang

**Haniek Listyorini**

STIEPARI Semarang

**Sri Yuwanti**

STIEPARI Semarang

**Suwarti Suwarti**

STIEPARI Semarang

Korespondensi penulis: [watysmiccomm@gmail.com](mailto:watysmiccomm@gmail.com)

**Abstract.** Infrastructure development is the duty and responsibility of both the Central Government, Provincial Government and Regency/City Regional Governments in accordance with the division of government affairs. One of the places in Bantul Regency that introduces leather puppet crafts to the wider community is Pucung as a center for shadow puppets. The development of village infrastructure based on the wayang kulit craft culture needs to identify the efforts of wayang kulit craftsmen in overcoming marketing barriers, infrastructure development efforts that have been carried out so far, and prioritized infrastructure to be equipped with the aim of increasing the marketing of wayang kulit crafts. This study uses qualitative methods with observations and interviews. The results of this study are that craftsmen market wayang kulit crafts online and digitally E-commerce to overcome the obstacles they face, the infrastructure related to the marketing of leather puppets that has been developed so far is a means of communication in the form of internet and WIFI, and infrastructure that is prioritized to be equipped is e-commerce digital marketplace.

**Keywords:** Village Infrastructure Development, Puppet Craft Culture, Marketing.

**Abstrak.** Pembangunan infrastruktur merupakan tugas dan tanggung jawab baik Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah Provinsi maupun Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota disesuaikan dengan pembagian urusan pemerintahan. Salah satu tempat di Kabupaten Bantul yang memperkenalkan kerajinan wayang kulit kepada masyarakat luas adalah Pucung sebagai sentra kerajinan wayang kulit. Pengembangan infrastruktur desa berbasis budaya kerajinan wayang kulit ini perlu identifikasi upaya pengrajin wayang kulit dalam mengatasi hambatan pemasaran, upaya pengembangan infrastruktur yang selama ini telah dilakukan, dan infrastruktur yang diprioritaskan untuk dilengkapi dengan tujuan untuk meningkatkan pemasaran kerajinan wayang kulit. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini adalah pengrajin memasarkan kerajinan wayang kulit secara daring dan digital E-commerce untuk mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi, infrastruktur terkait pemasaran kerajinan wayang kulit yang selama ini telah dikembangkan adalah sarana

komunikasi berupa internet dan WIFI, dan infrastruktur yang diprioritaskan untuk dilengkapi adalah pasar digital *E-commerce*.

**Kata Kunci: Pengembangan Infrastruktur Desa, Budaya Kerajinan Wayang Kulit, Pemasaran**

## LATAR BELAKANG

Pengembangan infrastruktur adalah salah satu langkah yang sangat penting dilakukan agar memberikan kenyamanan dan kemudahan masyarakat serta merupakan penunjang perekonomian dan sosial masyarakat di suatu daerah. Pembangunan infrastruktur merupakan tugas dan tanggung jawab baik Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah Provinsi maupun Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota disesuaikan dengan pembagian urusan pemerintahan (“Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah” 2014). Namun demikian dalam operasionalnya dapat melibatkan peran aktif pihak swasta maupun masyarakat. Masyarakat yang berada di wilayah pengembangan harus didorong untuk mengidentifikasi tujuannya sendiri dan menjalankan pembangunan untuk meningkatkan pemenuhan kebutuhan masyarakat lokal (Sripambudi, Hilman, and Triono 2020).

Salah satu tempat di Kabupaten Bantul yang memperkenalkan kerajinan wayang kulit kepada masyarakat luas adalah Pucung sebagai sentra kerajinan wayang kulit. Lokasi sentra kerajinan wayang kulit ini berada di Dusun Karangasem, Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, selama ini dibantu oleh Pemerintah Daerah yaitu Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian (DISKUKMP) Kabupaten Bantul dengan memasarkan kerajinan wayang kulit melalui pameran kerajinan, pameran UKM, dan pameran budaya di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta atau berbagai daerah lainnya di Indonesia seperti Jakarta, Bengkulu, Bali, dan lain-lain serta pengadaan pelatihan-pelatihan pemasaran bagi pengrajin.

Sentra kerajinan wayang kulit berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat karena hampir semua masyarakat desa berpenghasilan dari industri yang mereka dirikan di rumah masing-masing. Infrastruktur yang buruk umumnya dipandang sebagai salah satu kunci hambatan dalam pembangunan ekonomi (Angraini and Prakoso 2016). Berdasarkan permasalahan tersebut maka sentra kerajinan wayang kulit di Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta memerlukan pengembangan infrastruktur yang memadai agar dapat meningkatkan ekonomi-sosial masyarakat dan pemasaran serta memberikan kemudahan, keamanan, kenyamanan kepada masyarakat terutama pengrajin.

## Rumusan Masalah

- Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka masalah yang dirumuskan adalah:
- Bagaimana upaya pengrajin wayang kulit dalam mengatasi hambatan pemasaran kerajinan wayang kulit di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta?

- b. Bagaimana upaya pengembangan infrastruktur terkait pemasaran kerajinan wayang kulit yang selama ini telah dilakukan di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta?
- c. Infrastruktur apa yang diprioritaskan untuk dilengkapi dalam memasarkan kerajinan wayang kulit di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta?

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Kebudayaan**

Kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar (Koentjaraningrat 2015). Ada tujuh unsur kebudayaan menurut Koentjaraningrat (2015), yaitu:

- a. Bahasa
- b. Sistem pengetahuan
- c. Organisasi sosial
- d. Sistem peralatan hidup dan teknologi
- e. Sistem mata pencaharian hidup
- f. Sistem religi
- g. Kesenian

### **Pemasaran**

Kotler dan Keller (2016) mengutip Asosiasi Pemasaran Amerika bahwa pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberi nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi. Bauran pemasaran mencakup empat komponen (Kotler and Keller 2012) meliputi:

- a. *Product* (Produk)
- b. *Price* (Harga)
- c. *Place* (Distribusi)
- d. *Promotion* (Promosi)

Pengelompokan pasar terdiri dari lima segmen yaitu:

- a. Geografik
- b. Demografis
- c. Psikografis
- d. Perilaku
- e. Campuran atau multiatribut

### **Infrastruktur**

Suatu sistem yang menunjang sistem sosial dan ekonomi yang secara sekaligus menjadi penghubung sistem lingkungan, dimana sistem ini bisa digunakan sebagai dasar

dalam mengambil kebijakan (Kodoatie 2005). Tujuh jenis kelompok besar infrastruktur (Grigg and Fontane 2000) sebagai berikut:

- a. Transportasi (jalan, jalan raya, jembatan),
- b. Pelayanan transportasi (transit, bandara, pelabuhan),
- c. Komunikasi,
- d. Keairan (air, air buangan, sistem keairan, termasuk jalan air yaitu sungai, saluran terbuka, pipa, dll),
- e. Pengelolaan limbah (sistem pengelolaan limbah padat),
- f. Bangunan,
- g. Distribusi dan produksi energi.

### **Desa**

Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia (“Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa,” n.d.).

### **Sentra Kerajinan**

Sentra UKM adalah pusat kegiatan bisnis di kawasan kegiatan bisnis di kawasan/lokasi tertentu dimana terdapat UKM yang menggunakan bahan baku/sarana yang sama, menghasilkan produk yang sama/sejenis serta memiliki prospek untuk dikembangkan menjadi bagian integral dari klaster dan sebagai titik masuk (*entry point*) dari upaya pengembangan klaster (“Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor 02/Per/M.KUKM/I/2008” 2008).

### **Wayang Kulit**

Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi V menyebutkan bahwa wayang adalah boneka tiruan orang yang terbuat dari pahatan kulit atau kayu dan sebagainya yang dapat dimanfaatkan untuk memerankan tokoh di pertunjukan drama tradisional (Bali, Jawa, Sunda, dsb), biasanya dimainkan oleh seseorang yang disebut dalang (“Wayang - KBBI Daring” n.d.).

### **Pengembangan**

Pengembangan adalah suatu strategi yang dipergunakan untuk memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi suatu daerah serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat maupun bagi pemerintah (Amerta 2019).

### **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran sebagai berikut:

1. Pengembangan infrastruktur desa berbasis budaya kerajinan wayang kulit diharapkan akan berpengaruh secara langsung terhadap masyarakat lokal.

Kemudahan, kelengkapan, dan kenyamanan infrastruktur desa akan memengaruhi kehidupan masyarakat terutama pada pengrajin wayang kulit.

2. Pengembangan infrastruktur desa berbasis budaya kerajinan wayang kulit ini perlu dilakukan identifikasi upaya pengrajin wayang kulit dalam mengatasi hambatan pemasaran oleh para pengrajin lalu mengidentifikasi upaya pengembangan infrastruktur terkait pemasaran yang selama ini telah dilakukan dan identifikasi infrastruktur apa yang diprioritaskan untuk dilengkapi.
3. Jika dikembangkan dengan baik berdasarkan kualitas yang ada maka diharapkan akan memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal terlebih pengrajin wayang kulit sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif untuk memperoleh data dan fakta yang diperlukan berkaitan dengan tujuan dan judul yang diambil, penulis menggunakan metode deskriptif yaitu suatu penulisan yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui penelitian lapangan seperti wawancara, observasi, dokumentasi dan penelitian kepustakaan atau data yang diperoleh dari sumber lain.

### **Teknik Cuplikan**

Pelaksanaan penelitian dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu peneliti menemukan informan yang mengetahui dan memahami tentang masalah yang diteliti sekaligus dapat berperan sebagai narasumber. Ada beberapa narasumber yang terkait dalam penelitian ini antara lain :

1. Pengrajin wayang kulit sekaligus pemilik galeri kerajinan wayang kulit (1 orang).
2. Ketua Paguyuban Pengrajin Wayang Kulit (1 orang).
3. Pemerintah Desa Wukirsari sebagai narasumber administratif (1 orang)
4. Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian Kabupaten Bantul (1 orang)

### **Hasil Penelitian**

#### **Upaya Pengrajin Wayang Kulit Dalam Mengatasi Hambatan Pemasaran di Sentra Kerajinan Wayang Kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta**

Upaya dalam mengatasi hambatan pemasaran kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Produk khas sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul adalah wayang kulit yang dipasarkan dengan harga beragam mulai dari Rp40.000-Rp5.000.000.
2. Kerajinan wayang kulit dipasarkan di dalam negeri dan luar negeri tapi mayoritas dipasarkan di dalam negeri untuk semua kelompok umur dengan usia dewasa dan

- lanjut usia yang lebih dominan, berjenis kelamin laki-laki, berprofesi sebagai pedagang kerajinan, budayawan atau seniman, dan pelajar yang berasal dari kelas sosial bawah sampai atas serta kerajinan wayang kulit digunakan untuk koleksi atau pajangan, souvenir, dan pedalangan.
3. Upaya pengrajin dalam memasarkan kerajinan wayang kulit di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari adalah secara personal bertatap muka di galeri, pameran, langsung daring dan pasar digital baik melalui media sosial, WhatsApp, dan pasar digital seperti Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan lain-lain serta pedagang eceran.
  4. Proses dalam mengupayakan pemasaran kerajinan wayang kulit adalah pengrajin secara langsung mengunggah produk kerajinan wayang kulit melalui daring dan pasar digital. Pemerintah Desa menjembatani DISKUKMP Kabupaten Bantul untuk berhubungan langsung dengan para pengrajin dalam pemasaran atau kegiatan lainnya. Pengrajin mengajukan proposal pameran untuk mengikuti seleksi peserta pameran yang akan diseleksi oleh DISKUKMP Kabupaten Bantul atau peserta ditunjuk secara langsung oleh DISKUKMP Kabupaten Bantul.
  5. Hambatan pemasaran kerajinan wayang kulit adalah meningkatnya harga bahan baku kulit, harga produk kerajinan wayang kulit, dan kondisi eksternal Covid-19.
  6. Upaya pengrajin dalam mengatasi hambatan pemasaran kerajinan wayang kulit adalah melakukan pemasaran secara daring dan digital.

### **Pengembangan Infrastruktur Terkait Pemasaran Kerajinan Wayang Kulit Yang Selama Ini Telah Dilakukan di Sentra Kerajinan Wayang Kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta**

Upaya pengembangan infrastruktur terkait pemasaran kerajinan wayang kulit yang selama ini telah dilakukan di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Infrastruktur terkait pemasaran kerajinan wayang kulit yang tersedia di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari adalah galeri pribadi pengrajin dan galeri bersama, jalan Desa, dan internet.
2. Kondisi galeri cukup baik, jalan Desa cukup baik, dan internet dan WIFI baik.
3. Upaya pengembangan infrastruktur terkait pemasaran yang selama ini telah dilakukan di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta adalah sarana komunikasi berupa internet dan WIFI.
4. Proses pengembangan infrastruktur terkait pemasaran di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari adalah pengembangan langsung secara pribadi oleh pengrajin mendaftar kepada penyedia layanan WIFI.

### **Infrastruktur Yang Diprioritaskan Untuk Dilengkapi Dalam Memasarkan Kerajinan Wayang Kulit di Sentra Kerajinan Wayang Kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta**

Infrastruktur yang diprioritaskan untuk dilengkapi dalam memasarkan kerajinan wayang kulit di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta sebagai berikut:

1. Infrastruktur yang diprioritaskan dalam memasarkan kerajinan wayang kulit di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta adalah jalur transportasi berupa jalan Desa, bangunan berupa galeri UKM pengrajin yang terdapat di rumah-rumah pengrajin dan *showroom* (galeri) bersama, dan sarana komunikasi berupa internet dan WIFI tapi perlu dilengkapi dengan pasar digital *E-commerce*.
2. Dampak infrastruktur yang diprioritaskan untuk dilengkapi dalam memasarkan kerajinan wayang kulit di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta diharapkan berdampak positif dengan adanya peningkatan penjualan kerajinan wayang kulit, pengenalan kerajinan wayang kulit dan lokasi sentra kerajinan wayang kulit secara luas, adanya lapangan usaha baru bagi pemuda-pemuda sentra kerajinan wayang kulit untuk memasarkan kerajinan wayang kulit, dan regenerasi pengrajin wayang kulit lanjut usia kepada pemuda yang memahami teknologi.
3. Pengrajin berperan dan berkontribusi memproduksi kerajinan wayang kulit. Peran dan kontribusi Ketua Paguyuban Pengrajin Wayang Kulit adalah sebagai jembatan para pengrajin kepada DISKUKMP Kabupaten Bantul atau lembaga terkait dalam memenuhi kebutuhan bahan baku, pemasaran, manajemen, dan lain-lain. Selanjutnya, Pemerintah Desa berperan dan berkontribusi dalam menyediakan fasilitas tanah kas dan sebagai jembatan bagi DISKUKMP Kabupaten Bantul dan pihak-pihak yang akan bekerjasama untuk pengembangan sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari. Peran dan kontribusi DISKUKMP Kabupaten Bantul adalah memfasilitasi infrastruktur pemasaran berupa Kampung Digital di tahun 2020 dan pengadaan pelatihan pemasaran platform digital di tahun 2021.
4. Harapan-harapan terhadap pengembangan infrastruktur di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta yaitu pertama, bagi pengrajin dan paguyuban pengrajin wayang kulit diharapkan penjualan kerajinan wayang kulit dapat meningkat, pengembangan diversifikasi produk selain kerajinan wayang kulit, budaya kerajinan wayang kulit dapat lestari, adanya regenerasi pengrajin wayang kulit, dan perluasan lingkup pemasaran kerajinan wayang kulit ke tingkat internasional. Ke dua, bagi Pemerintah diharapkan adanya perhatian pada penataan sentra kerajinan wayang kulit, perhatian pada pengrajin agar mendapat fasilitas umum yang lebih baik, dan pengembangan fasilitas jalur transportasi berupa jalan Desa.

## **Pembahasan**

### **Upaya Pengrajin Wayang Kulit Dalam Mengatasi Hambatan Pemasaran di Sentra Kerajinan Wayang Kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta**

Upaya pengrajin dalam mengatasi hambatan-hambatan terkait pemasaran kerajinan wayang kulit dilakukan oleh pengrajin secara mandiri dengan mendaftarkan akun pribadi pengrajin, disebut ‘*toko online*’, di pasar daring dan pasar digital *E-commerce*. Pasar daring dan pasar digital *E-commerce* ini dapat menjangkau konsumen dari semua kelompok kelas sosial, asal konsumen dalam negeri dan luar negeri, profesi konsumen dari budayawan atau seniman hingga pelajar, dari semua kelompok usia, dan penggunaan kerajinan wayang kulit. Hal ini dilakukan oleh pengrajin agar dapat memasarkan kerajinan wayang kulit dengan harga yang bervariasi sehingga konsumen dapat membelinya sesuai daya belinya. Bagi konsumen yang berasal dari luar negeri dapat mengakses pasar daring dan digital *E-commerce* tanpa harus datang secara langsung di galeri atau pameran terlebih bagi konsumen dari pulau Sumatera, Sulawesi, Kalimantan, dan daerah lainnya. Pasar daring dan digital *E-commerce* digunakan pengrajin untuk memasarkan kerajinan wayang kulit agar dapat berjalan lancar untuk mendapatkan kembali modal yang dikeluarkan (balik modal) untuk membeli bahan baku kulit yang semakin mahal, konsumen dapat mengetahui dan memilih dengan mudah varian harga kerajinan wayang kulit, dan memudahkan konsumen membeli kerajinan wayang kulit tanpa bepergian dan berkumpul pada masa pandemi Covid-19.

### **Pengembangan Infrastruktur Terkait Pemasaran Kerajinan Wayang Kulit Yang Selama Ini Telah Dilakukan di Sentra Kerajinan Wayang Kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta**

Pengembangan internet berupa Kampung Digital pernah dilakukan oleh Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian (DISKUKMP) Kabupaten Bantul dengan pemasangan antenna internet. Kampung Digital ditujukan untuk dapat memfasilitasi pengrajin dalam memasarkan kerajinan wayang kulit disebabkan jaringan internet sangat sulit didapatkan di sentra kerajinan wayang kulit namun pengembangan Kampung Digital ini tidak dapat dilanjutkan pada tahun 2020 disebabkan oleh anggaran yang terpangkas. Jaringan internet juga telah berkembang dengan adanya jaringan WIFI. Jaringan WIFI tersebut dilakukan dengan sistem pembagian jaringan di mana satu jaringan WIFI dapat dipakai untuk tiga rumah pengrajin. Pengembangan WIFI dilakukan secara pribadi oleh pengrajin dengan mendaftar kepada perantara penyedia layanan WIFI. Walaupun jaringan WIFI telah tersedia di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, pengrajin tertentu belum merasa puas dengan kecepatan jaringan WIFI yang lambat dan mahal biaya berlangganan setiap bulan.

## **Infrastruktur Yang Diprioritaskan Untuk Dilengkapi Dalam Memasarkan Kerajinan Wayang Kulit di Sentra Kerajinan Wayang Kulit Pucung, Desa Wukirsari, Kabupaten Bantul, Yogyakarta**

Pasar digital *E-commerce* memiliki program promo seperti Promo Shopee 12.12, Tokopedia WIB (Waktu Indonesia Belanja), dan program promo pasar digital *E-commerce* lainnya yang memberikan diskon harga barang dan bebas ongkos kirim yang dapat menarik peminat wayang kulit. Seiring waktu tempat pemasaran seperti pameran dan galeri dapat digantikan oleh pasar digital *E-commerce* untuk menarik dan memudahkan konsumen membeli kerajinan wayang kulit di mana pengrajin tidak memerlukan tempat khusus secara fisik seperti pameran dan galeri untuk memajang kerajinan wayang kulit karena pengrajin dapat memasarkannya di rumah-rumah pribadi pengrajin dengan pasar digital *E-commerce*.

Kini infrastruktur terkait pemasaran tidak terbatas pada fisik namun infrastruktur terkait pemasaran dapat berupa cara memasarkan kerajinan wayang kulit yaitu pasar digital *E-commerce*. Pengrajin mau atau tidak mau bahkan memiliki keterampilan atau tidak maka harus segera dapat beradaptasi dengan pasar digital *E-commerce* sejalan dengan pertumbuhan pengguna pasar digital *E-commerce*, peningkatan penggunaan internet, dan persaingan UKM lainnya yang telah menggunakan pasar digital *E-commerce*. Sayangnya, pasar digital *E-commerce* yang diprioritaskan untuk dilengkapi masih terbatas hanya dapat dilakukan oleh pengrajin muda yang memahami teknologi informasi dan memiliki kemampuan dalam mengoperasikan aplikasi pasar digital *E-commerce*. Pengrajin lanjut usia mengalami kesulitan karena belum memahami cara memasarkan kerajinan wayang kulit di pasar digital *E-commerce* seperti mengunggah foto kerajinan wayang kulit yang bagus, mengisi berbagai data hingga mengoperasikan aplikasi pasar digital *E-commerce*.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengrajin memasarkan kerajinan wayang kulit secara daring dan digital *E-commerce* sebagai upaya dalam mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi, karena kerajinan wayang kulit akan lebih cepat terjual untuk mendapatkan kembali modal membeli bahan baku yang harganya meningkat setiap tahun, harga dan kualitas yang ditawarkan beragam dan jelas, dan dapat menjangkau semua segmen pasar peminat kerajinan wayang kulit terlebih bagi konsumen yang berada di luar negeri.

2. Infrastruktur terkait pemasaran kerajinan wayang kulit yang selama ini telah dikembangkan adalah sarana komunikasi berupa internet dan WIFI karena pengrajin aktif memasarkan kerajinan wayang kulit di pasar daring dan pasar digital *E-commerce*, sehingga membutuhkan internet dan WIFI yang lancar.
3. Jalur transportasi, bangunan, dan komunikasi adalah infrastruktur yang diprioritaskan tapi perlu dilengkapi dengan pasar digital *E-commerce* karena harga dan kualitas dapat dijangkau oleh semua segmen konsumen, serta memudahkan dan mempercepat konsumen dalam membeli kerajinan wayang kulit.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan beberapa permasalahan yang belum terpecahkan, sehingga penulis mengajukan beberapa saran. Saran tersebut antara lain sebagai berikut :

- a. Bagi pengrajin wayang kulit:
  1. Pengrajin perlu mengembangkan diversifikasi produk kerajinan wayang seperti kerajinan wayang plastik, kardus, kertas karton, dan sebagainya dan mengembangkan tokoh-tokoh wayang seperti tokoh nasional, tokoh cerita anak-anak, dan sebagainya serta cenderamata dengan beragam desain atau tema agar lebih mudah memasarkannya kepada konsumen bukan peminat kerajinan wayang kulit di dalam negeri dan luar negeri.
  2. Pengrajin muda hingga lanjut usia perlu bertransformasi dari pasar konvensional ke pasar digital *E-commerce* agar sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, dapat masuk dalam ekosistem digital di Indonesia.
  3. Pengrajin perlu memiliki kesadaran saling bekerja sama dalam mengembangkan sistem pasar digital *E-commerce* gabungan di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari untuk memasarkan kerajinan wayang kulit.
- b. Bagi Paguyuban Pengrajin Wayang Kulit Pucung Manunggal:
  1. Paguyuban Pengrajin Wayang Kulit Pucung Manunggal perlu bekerja sama dengan pengrajin mengembangkan diversifikasi produk berupa kerajinan wayang plastik, kardus, kertas karton, dan sebagainya, dan mengembangkan tokoh-tokoh wayang selain tokoh pakem wayang kulit serta cenderamata dengan beragam desain atau tema agar lebih mudah memasarkannya kepada konsumen bukan peminat kerajinan wayang kulit di dalam negeri dan luar negeri.
  2. Paguyuban Pengrajin Wayang Kulit Pucung Manunggal perlu bekerja sama dengan pengrajin dalam meregenerasi pengrajin wayang kulit kepada pemuda yang memahami teknologi.
  3. Paguyuban Pengrajin Wayang Kulit Pucung Manunggal perlu bekerja sama dengan Pemerintah Desa dan DISKUKMP Kabupaten Bantul membuka lapangan usaha baru bagi pemuda-pemuda untuk memasarkan kerajinan wayang kulit secara digital.

4. Paguyuban Pengrajin Wayang Kulit Pucung Manunggal perlu bergerak bersama para pengrajin untuk bergabung dengan SMESCO Indonesia yang dapat dijumpai DISKUKMP Kabupaten Bantul agar mendapatkan pembinaan berkelanjutan untuk para pengrajin di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari.
- c. Bagi Pemerintah Desa Wukirsari:
1. Pemerintah Desa Wukirsari perlu mengembangkan infrastruktur inklusif WIFI berupa akses bebas WIFI atau sistem akses WIFI lainnya bagi pengrajin dengan mengadakan kerja sama perusahaan pelayanan WIFI atau stakeholder lainnya yang mampu mengembangkan jaringan WIFI di wilayah Desa Wukirsari untuk mendukung pemasaran digital *E-commerce*.
  2. Pemerintah Desa Wukirsari perlu mengembangkan pusat digital (*digital center*) bekerja sama dengan para stakeholder untuk memfasilitasi pemasaran digital *E-commerce* gabungan di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari.
- d. Bagi Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian (DISKUKMP) Kabupaten Bantul:
1. Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian (DISKUKMP) Kabupaten Bantul perlu mengadakan pelatihan ragam desain dan produk kerajinan wayang plastik, kardus, kertas karton, dan sebagainya serta cenderamata bagi semua pengrajin.
  2. Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian (DISKUKMP) Kabupaten Bantul perlu menjembatani sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari, untuk menjadi mitra SMESCO Indonesia yaitu lembaga resmi bagian dari Lembaga Layanan Pemasaran Koperasi dan UKM Kementerian Koperasi dan UKM agar mendapatkan akses pemasaran UKM, konsultasi pemasaran, peningkatan kemampuan manajemen SDM, pengadaan event promosi digital, dan pelatihan-pelatihan digital secara berkelanjutan bagi pengrajin.
  3. Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian (DISKUKMP) Kabupaten Bantul perlu mempertimbangkan pengembangan pusat digital (*digital center*) bekerja sama dengan Pemerintah Desa dan para stakeholder lain untuk menunjang pemasaran digital *E-commerce* gabungan di sentra kerajinan wayang kulit Pucung, Desa Wukirsari.
  4. Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian (DISKUKMP) Kabupaten Bantul perlu memperkenalkan kerajinan wayang kulit dan lokasi sentra kerajinan wayang kulit secara luas sebagai sentra kerajinan yang juga memiliki produk-produk kerajinan wayang selain kerajinan wayang kulit.
  5. Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian (DISKUKMP) Kabupaten Bantul perlu memfasilitasi pemasaran kerajinan wayang kulit secara lebih luas ke tingkat internasional.

### **Implikasi Hasil Penelitian**

Pemasaran kerajinan wayang kulit sudah dilakukan dengan cukup baik yang ditunjang dengan jalur transportasi, bangunan, dan komunikasi tapi perlu dilengkapi dengan pasar digital *E-commerce*. Pemasaran digital *E-commerce* akan semakin baik digunakan

dengan dikembangkannya infrastruktur pusat digital (*digital center*) di mana terdapat digitalisasi produksi, digitalisasi pemasaran, digitalisasi promosi, digitalisasi branding, dan digitalisasi kolaborasi oleh Pemerintah Desa, DISKUKMP Kabupaten Bantul, dan para stakeholder lainnya untuk menunjang pemasaran digital gabungan agar dapat membantu pengrajin usia lanjut bersama-sama memasarkan kerajinan wayang kulit.

### Riset yang Akan Datang dan Keterbatasan Penelitian

Perlu dilakukan penelitian mengenai pemasaran kerajinan wayang kulit berbasis pemasaran digital *E-commerce*. Pengembangan produk kerajinan berbasis kreativitas dan inovasi:

- a. Pengembangan UKM berbasis industri kreatif kerajinan
- b. Pengembangan infrastruktur digital berbasis industri kreatif kerajinan
- c. Pengembangan sistem pemasaran digital UKM kerajinan berbasis komunitas lokal
- d. Kompetensi pelaku UKM kerajinan dalam menghadapi transformasi pasar digital
- e. Peningkatan kompetensi pelaku UKM kerajinan dalam era pemasaran digital
- f. Pengembangan pemasaran digital sebagai tolok ukur keberhasilan UKM kerajinan

Keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian adalah adanya penerapan protokol kesehatan COVID-19 yaitu Kebijakan PPKM tahun 2021 berdasarkan Instruksi Bupati Bantul Nomor 1 Tahun 2021 menjadi keterbatasan penulis dalam proses wawancara dan kunjungan secara langsung dan lebih mendalam maka penulis melakukan wawancara melalui telepon dan pesan selain bertatap muka.

### DAFTAR REFERENSI

- Amerta, I Made Suniastha. 2019. "Pengembangan Pariwisata Alternatif." Scopindo Media Pustaka. 2019. [https://books.google.co.id/books?id=kBy\\_DwAAQBAJ&pg=PA14&lpg=PA14&dq=paturusi+2001&source=bl&ots=3zLV1huPw0&sig=ACfU3U25sg4VrHKtPe0A5G1qmFKg3dC5Kg&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjo2reuo6HqAhUUU30KHcGTAHcQ6AEwBXoECAoQAQ#v=onepage&q=paturusi 2001&f=false](https://books.google.co.id/books?id=kBy_DwAAQBAJ&pg=PA14&lpg=PA14&dq=paturusi+2001&source=bl&ots=3zLV1huPw0&sig=ACfU3U25sg4VrHKtPe0A5G1qmFKg3dC5Kg&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjo2reuo6HqAhUUU30KHcGTAHcQ6AEwBXoECAoQAQ#v=onepage&q=paturusi%2001&f=false).
- Angraini, Weny, and B.S. Eko Prakoso. 2016. "Prioritas Pembangunan Infrastruktur Kabupaten Lampung Barat Berbasis Pendapat Masyarakat." *Jurnal Bumi Indonesia* 5 (3): 1–10. <http://lib.geo.ugm.ac.id/ojs/index.php/jbi/article/view/525>.
- Grigg, N., and G. Fontane. 2000. "Infrastructure System Management & Optimization, Internasional Seminar Paradigm & Strategy of Infrastructure Management." Diponegoro University.
- Kodoatie, Robert J. 2005. *Pengantar Manajemen Infrastruktur*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Koentjaraningrat. 2015. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Edisi Revi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. 14th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- "Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor 02/Per/M.KUKM/I/2008." 2008.
- Sripambudi, Galuh Istu, Yusuf Adam Hilman, and Bambang Triono. 2020. "Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Infrastruktur Objek Wisata Telaga Ngebel Di Kabupaten Ponorogo." *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 3 (1): 38–

50. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v3i1.421>.

“Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa.” n.d.

“Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.” 2014.

“Wayang - KBBI Daring.” n.d. Accessed August 3, 2020.  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/wayang>.