

**Media Sosial sebagai Strategi Peningkatan Ekonomi bagi Bisnis Kerajinan Eceng  
Gondok "Witrove" di Surabaya  
Herlina Suksmawati**

Email korespondensi: [herlinasuksma@gmail.com](mailto:herlinasuksma@gmail.com)

***Abstract***

*Water hyacinth is a weed in waters, but this weed will be profitable if used as raw material for crafts, and touched with art and creative ideas. The results of processing water hyacinth plants can be created into products that have functions or benefits. These natural materials can be used as raw materials for crafts which have high artistic and economic value. Making various water hyacinth crafts can be developed into a commercial craft industry. The necessary materials and equipment are easy to obtain or purchased at low prices. The manufacturing process is also quite easy, it can be done by both male and female workers. Water hyacinth can be combined with other materials to form craft products that are more varied, luxurious and elegant. Apart from that, water hyacinth crafts are easy to market, and even have the potential to be marketed as export commodities to various countries. In line with the rapid development of the handicraft market, the partner group wishes to develop creativity and innovate to develop products made from water hyacinth so that they are more attractive to the market and have selling value. The marketing carried out by handicraft craftsmen in Witrove Surabaya still uses traditional marketing models, which only depend on the place where the craftsmen exhibit their products. To increase income, in this case assistance is needed in marketing using social media.*

**Keywords:** *Water Hyacinth; Social Media; @Witrove*

**Abstrak**

Enceng gondok merupakan gulma di perairan, namun gulma ini akan menguntungkan apabila dimanfaatkan sebagai bahan baku kerajinan, dan disentuh dengan seni dan ide-ide kreatif. Hasil pengolahan tanaman enceng gondok tersebut dapat dikreasikan menjadi produk yang memiliki fungsi atau manfaat. Bahan dari alam tersebut dapat dijadikan sebagai bahan baku kerajinan yang memiliki nilai seni dan nilai ekonomi yang tinggi. Pembuatan aneka kerajinan enceng gondok dapat dikembangkan menjadi usaha industri kerajinan komersial. Bahan dan peralatan yang diperlukan mudah diperoleh atau dibeli dengan harga murah. Proses pembuatannya juga cukup mudah, dapat dikerjakan oleh tenaga kerja pria maupun wanita. Enceng gondok dapat dikombinasikan dengan bahan lain sehingga membentuk produk kerajinan yang lebih bervariasi, berkesan mewah dan elegan. Di samping itu, kerajinan enceng gondok mudah dipasarkan, bahkan berpotensi dipasarkan sebagai komoditas ekspor ke berbagai negara. Seiring dengan berkembang pesat pasar kerajinan tangan maka kelompok mitra berkeinginan untuk mengembangkan kreasi dan berinovasi untuk mengembangkan produk-produk berbahan dasar eceng gondok agar lebih dapat diminati pasar dan bernilai jual. Pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin handycraft di Witrove Surabaya, masih menggunakan pemodelan pemasaran tradisional, yang hanya bergantung kepada tempat pengrajin memamerkan produk mereka. Untuk meningkatkan penghasilan maka dalam hal ini dibutuhkan pendampingan dalam pemasaran dengan menggunakan media sosial.

**Kata Kunci:** Eceng Gondok; Media Sosial; @Witrove

## 1. PENDAHULUAN

Enceng gondok (*Eichornia crassipes*) termasuk dalam famili Pontederiaceae. Enceng gondok tidak membentuk buah, tetapi tanaman ini berkembang secara vegetatif dengan sangat cepat. Enceng gondok merupakan tanaman yang mengapung, terkadang berakar sampai tanah. Enceng gondok menghasilkan tunas yang merambat keluar dari ketiak daun, sehingga menumbuhkan tanaman baru dengan tinggi 0,4-0,8 m. Batang enceng gondok yang dewasa ukurannya lebih panjang daripada batang yang muda, karena batang yang muda berukuran pendek dan berperut. Daun enceng gondok memiliki panjang 25 cm. Bunga enceng gondok berbentuk bulir sebanyak 10-35 buah, yang sering disebut dengan lila, berbatang dengan panjang 2-3 cm, dan pelepahnya berbentuk tabung dengan ukuran panjang 1,5-2 cm dari akar.

Enceng gondok (dalam bahasa Jawa: bèngok/wèwèhan/kembang bopong) merupakan tanaman yang hidup di daerah tropis sampai subtropis. Daun enceng gondok berbentuk bulat telur berwarna hijau segar dan mengkilap. Batang daun memanjang, berbentuk silindris, dengan diameter 1-2 cm. Batang ini mengandung air yang dilapisi serat yang kuat dan lentur. Batang apabila 13 dikeringkan, berwarna putih atau cokelat. Akar tanaman enceng gondok mampu menetralkan air yang tercemar limbah. Bunga yang berwarna ungu muda (lila) sering dimanfaatkan sebagai bunga potong.

Enceng gondok digolongkan sebagai gulma perairan yang mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan dan berkembang biak secara cepat. Kendati enceng gondok merupakan gulma di perairan, namun gulma ini akan menguntungkan apabila dimanfaatkan sebagai bahan baku kerajinan, dan disentuh dengan seni dan ide-ide kreatif. Hasil pengolahan tanaman enceng gondok tersebut dapat dikreasikan menjadi produk yang memiliki fungsi atau manfaat. Bahan dari alam tersebut dapat dijadikan sebagai bahan baku kerajinan yang memiliki nilai seni dan nilai ekonomi yang tinggi. Keuntungan lainnya bagi lingkungan sekitar adalah ikut mengendalikan ekosistem di perairan seperti rawa dengan mengurangi jumlah populasi gulma yang tidak terkendali. Selain itu, limbah enceng gondok yang tidak terpakai dapat dijadikan fermentasi pakan ternak karena enceng gondok mempunyai kandungan nutrisi yang dibutuhkan ternak (Rorong & Suryanto, 2010). Salah satu cara pengolahan secara biologis adalah dengan melakukan pembuatan silase (Dharmawati & Djaya, 2015).

Pembuatan aneka kerajinan enceng gondok dapat dikembangkan menjadi usaha industri kerajinan komersial. Bahan dan peralatan yang diperlukan mudah diperoleh atau dibeli dengan harga murah. Proses pembuatannya juga cukup mudah, dapat dikerjakan oleh tenaga kerja pria maupun wanita. Enceng gondok dapat dikombinasikan dengan bahan lain sehingga membentuk produk kerajinan yang lebih bervariasi, berkesan mewah dan elegan. Di samping itu, kerajinan enceng gondok mudah dipasarkan, bahkan berpotensi dipasarkan sebagai komoditas ekspor ke berbagai negara (Gerbono dan Djarijah, 2005: 74).

Pengembangan desain atau produk kerajinan merupakan salah satu alternatif untuk memenuhi tuntutan pasar dan persaingan di pasar global yang semakin tajam. Pengembangan

desain dibutuhkan untuk mengantisipasi tuntutan standar kualitas selera konsumen yang berubah-ubah dan perkembangan zaman. Namun desain tidak selalu diawali oleh permintaan pasar, tetapi dapat juga dikarenakan munculnya inovasi atau kreasi baru, karena adanya penelitian dan pengembangan teknologi yang akan mempengaruhi pasar itu sendiri.

Produk-produk berbahan dasar eceng gondok merupakan pengembangan Industri kreatif yang sekarang sedang digalakkan pemerintah serta diminati, masyarakat baik produsen maupun konsumen (Wulandari dkk, 2013). Kerajinan eceng gondok adalah komoditi yang sering dijadikan cinderamata maupun keperluan rumah seperti kursi, tas, dompet dan lain-lain (Nuryanto, 2006). Tidak jarang para ibu rumah tangga atau pun masyarakat mengincar barang-barang handmade yang unik dan indah jika dimiliki, dengan dikembangkannya produk-produk berbahan dasar eceng gondok. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat yang sudah dikenal sebagai pusat kerajinan eceng gondok.

Seiring dengan berkembang pesat pasar kerajinan tangan maka kelompok mitra berkeinginan untuk mengembangkan kreasi dan berinovasi untuk mengembangkan produk-produk berbahan dasar eceng gondok agar lebih dapat diminati pasar dan bernilai jual (Dungga dkk, 2018), kerajinan yang dihasilkan UKM beraneka ragam serta berbahan dasar eceng gondok yang bernilai jual tinggi dan bahan hasil olahan limbah eceng gondok dapat dijadikan pakan ternak yang dapat dimanfaatkan sebagai makanan ternak yang dikemas rapi, bahkan kerajinan tangan yang berbahan dasar eceng godok yang unik dan memiliki harga jual dipasaran nasional maupun internasional (Mirawati, 2007). Dalam program ini produk-produk tersebut akan dikembangkan agar mempunyai nilai tambah yang lebih tinggi dan unik serta dapat lebih bersaing dipasaran (Hidayatullah, 2011).

Pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin handycraft di Witrove Surabaya, masih menggunakan pemodelan pemasaran tradisional, yang hanya bergantung kepada tempat pengrajin memamerkan produk mereka. Pengembangan pemasaran terbatas kepada lokasi atau tempat pengrajin melakukan produksi dan penjualan. Keterbatasan tersebut yang menyebabkan perkembangan jumlah produksi mengalami pasang-surut dan dengan jumlah produksi yang tidak begitu banyak.

Selain permasalahan diatas, permasalahan lain yang dihadapi oleh UKM adalah: produksi yang dilakukan, tidak melalui tahapan desain terlebih dahulu, akan tetapi melalui metode prototipe yang terkadang tidak melihat pangsa pasar atau melihat kebutuhan pasar. Selain itu lokasi penjualan bergantung kepada lokasi produksi sehingga kesempatan untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih luas menjadi terhambat, untuk memperluas usahanya dan meningkatkan omset dibutuhkan promosi atau pameran yang membutuhkan biaya yang tidak sedikit, pemasaran dan pengembangan usaha yang dilakukan masih menggunakan metode konvensional, yang bergantung kepada lokasi. Keterbatasan pemasaran yang bergantung hanya kepada tempat produksi atau lokasi sekitar tempat produksi maka menyebabkan rendahnya tingkat penjualan yang berakibat kepada dampak penyerapan tenaga kerja, tingkat kesejahteraan masyarakat pengrajin handycraft dan ketidakpastian akan jumlah produksi. Sebagai solusi kami menawarkan model pemasaran secara online, yang tidak mengenal batasan dan waktu dalam pemasarannya.

Pemasaran online atau perdagangan elektronik (atau ecommerce) adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. Dengan kondisi saat ini, batasan atau pemisahan antara berbagai produk seperti komputer dan televisi telah mengalami mengabur (konvergensi), sehingga menyebabkan penggunaan e-commerce dari tahun ke tahun akan terus meningkat.

Witrove by Wiwit Collection merupakan bisnis yang dikelola oleh sepasang suami-istri, Pak Supardi dan Ibu Wiwit, yaitu bisnis kerajinan yang terbuat dari Eceng Gondok. Adanya latar belakang yang mendorong pembuatan kerajinan ini yang menjadikan Witrove sebagai kerajinan yang memberikan pengaruh baik kepada keberadaan keluarga ini. Witrove hadir dengan produk-produk beragam yang lebih mengarah pada dekorasi rumah, seperti keranjang, box penyimpanan, tatakan gelas, tempat tisu, dan masih banyak produk dekorasi lainnya. Adapun produk yang dikeluarkan tak hanya kerajinan eceng gondok yang polos, tetapi juga ditambah beberapa aksesoris (misal: pom-pom atau renda) untuk meningkatkan keindahan dari kerajinan yang ada. Ketersediaan produk dengan berbagai macam bentuk dan ukuran ini memberikan kemudahan untuk pelanggan memilih produk dengan kesesuaian jenis seperti apa yang mereka sukai. Saat ini, Witrove telah memiliki akun media sosial Instagram dan Facebook, dengan e-commerce Shopee yang didaftarkan untuk pemesanan secara online.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **Lokasi Pelaksanaan Penyuluhan**

Kegiatan Penyuluhan dilaksanakan di UMKM yaitu Witrove adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), maka dari itu lokasi untuk membuka usaha ini adalah dirumah sang pemilik yang berlokasi di Kebraon Indah Permai C-46 Karangpilang, Surabaya.

### **Metode Pemecahan Masalah**

Salah satu permasalahan yang dialami oleh Witrove handycraft Surabaya yaitu kurangnya optimalisasi strategi pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce karena adanya keterbatasan tenaga dan pengetahuan tentang pemasaran digital. Untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut dapat dilakukan dengan cara memberi pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran bagi produk UMKM. Pelatihan dilakukan dengan dua metode, yaitu pemberian tutorial dan visualisasi tentang cara memanfaatkan media sosial Instagram untuk memaksimalkan pemasaran produk.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Witrove by Wiwit Collection merupakan bisnis yang dikelola oleh sepasang suami-istri, Pak Supardi dan Ibu Wiwit, yaitu bisnis kerajinan yang terbuat dari Eceng Gondok. Adanya latar belakang yang mendorong pembuatan kerajinan ini yang menjadikan Witrove sebagai kerajinan yang memberikan pengaruh baik kepada keberadaan keluarga ini. Witrove hadir dengan produk-produk beragam yang lebih mengarah pada dekorasi rumah, seperti

keranjang, box penyimpanan, tatakan gelas, tempat tisu, dan masih banyak produk dekorasi lainnya. Adapun produk yang dikeluarkan tak hanya kerajinan eceng gondok yang polos, tetapi juga ditambah beberapa aksesoris (misal: pom-pom atau renda) untuk meningkatkan keindahan dari kerajinan yang ada. Ketersediaan produk dengan berbagai macam bentuk dan ukuran ini memberikan kemudahan untuk pelanggan memilih produk dengan kesesuaian jenis seperti apa yang mereka sukai.

Sebelum pendampingan, kami melakukan survei terlebih dahulu mengenai metode pemasaran yang dilakukan oleh Witrove. Akhirnya bertemulah kami dengan Witrove yang kami rasa dapat kami perluas lagi jaringan media sosialnya untuk semakin dikenal masyarakat, dilihat dari ketertarikan masyarakat untuk mendekorasi rumah dengan barang-barang estetik, seperti anyaman, kayu, dan bahan alami lainnya. Adapun sasaran utama kami adalah media sosial TikTok, yang menjadi tempat audiens untuk dapat mengetahui keberadaan Witrove dengan adanya fitur For Your Page yang algoritmanya akan disesuaikan dengan kebutuhan dari para pengguna, terutama harapan kami untuk dapat tersampaikan pada pihak pengguna yang memiliki ketertarikan akan dekorasi rumah.

Kembali pada keadaan sebelum pendampingan, pihak Witrove telah memperoleh “nama” yang telah dikenal masyarakat secara langsung, bahkan tak sedikit menghadiri workshop yang diadakan oleh pemerintah atau beberapa pihak lain. Selain itu, produk Witrove pernah menjadi salah satu produk yang ditampilkan dalam ajang show.

Dalam kegiatannya, kami melakukan perencanaan pertemuan dengan pihak Witrove yang pada akhirnya mempertemukan kami dengan Pak Supardi. Bersamanya, kami melakukan sesi wawancara terkait permasalahan yang terjadi di Witrove dalam aspek kegiatan produksi dan pemasaran. Pak Supardi menyetujui untuk dibantu dalam melakukan strategi pemasaran melalui media sosial Instagram, juga meningkatkan Brand Awareness dari Witrove ini ke platform TikTok. Selain itu, pengembangan katalog produk yang dapat diakses dan menjadi salah satu sarana transaksi dari Witrove ini dapat menggunakan e-commerce seperti Shopee. Kami juga memberi saran untuk packaging dapat menggunakan tote bag sebagai pengganti plastik tempel. Saran ini diterima dengan sangat baik, dalam prosesnya Pak Supardi lah yang menentukan jenis tote bag-nya, yang kecil untuk produk berukuran kecil seperti dompet, taplak gelas, dan tas lengan ukuran mini. Sedangkan tote bag ukuran besar untuk produk yang besar seperti tas jinjing, topi pantai, hiasan dinding, dll. Untuk warna kami yang menentukan sedangkan desain Pak Supardi berinisiatif membuatnya sendiri.

## **Pendampingan Pembuatan Media Sosial**

### **Pemasaran Media Sosial (Instagram)**

#### **a) Feeds Instagram**

Penggunaan warna yang disesuaikan dengan konsep Witrove, memberi makna alami, nyata, dan hangat. Terdapat keterangan produk yang mampu memberikan pengetahuan singkat kepada customer.



Gambar 1. Konten untuk Instagram Witrove

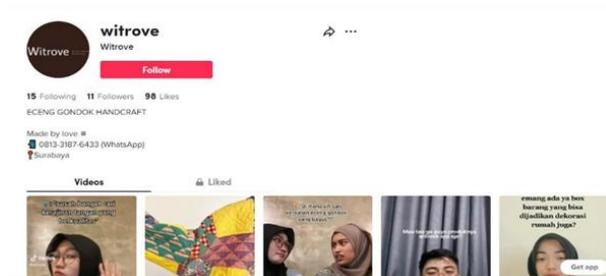
b) Copywriting: Content Write

Nama produk, foto produk, dan watermark Witrove. Adapun caption meliputi:

[NAMA PRODUK] [KETERANGAN PRODUK] [KALIMAT PERSUASIF]  
[CONTACT PERSON]

#witrove #wiwitcollection #handcrafted #handmade #creativehandcraft #ecenggondok  
#handmadewithlove #homedecor #kerajinanecenggondok #kerajinansurabaya  
#kerajinansby #kerajinansurabayabarat #kerajinankarangpilang #kerajinankebraon  
#surabaya

Pemasaran Media Sosial (TikTok)



Gambar 2. Profile TikTok Witrove

Kami melihat bahwa produk dari Witrove ini sudah cukup maju dengan menggunakan media sosial instagram dan facebook. Untuk kedua akun instagram ini dikelola oleh anak dari pemilik Witrove sendiri. Sehingga kami menyarankan untuk membuat akun Tiktok. Akun tiktaknya sendiri kami beri nama sesuai dengan nama tokonya yaitu @witrove. Untuk kategori media sosial yang sudah kami buat telah berhasil memperoleh insight yang banyak. Video kami setidaknya telah ditonton oleh 1.043 kali dari total 8 video yang kami upload, mendapat kunjungan ke akun tiktok Witrove sebanyak 50 akun. 37 likes, 3 komentar, dan 1 share dari semua video yang kami upload.

Kekuatan dari Witrove yaitu tidak memiliki kompetitor di daerah sekitarnya. Sehingga Witrove merupakan pengggagas utama kerajinan eceng gondok di daerah Kebraon. Selain itu, Witrove sudah mendapat pendampingan dan fasilitas dari pemerintah sebagai UMKM berpengaruh. Sehingga pemilik dari Witrove sering menjadi narasumber dalam setiap pelatihan dan pendampingan UMKM. Witrove sudah menjadi UMKM yang dicontoh oleh UMKM yang lainnya yang baru dirintis. Witrove memiliki peluang yaitu dengan adanya keahlian para pengrajin, yang dapat membuat berbagai kerajinan tangan yang variatif dan menarik bagi para publik. Selain memanfaatkan tanaman parasit yakni eceng gondok, Witrove berpotensi untuk mencapai pangsa pasar internasional setelah mendapat kesempatan untuk melakukan pameran di luar negeri.

Sedangkan untuk targeting dari Witrove adalah orang-orang yang menyukai karya kerajinan tangan yang berkualitas, dimana dalam produk yang berkualitas terdiri dari bahan-bahan yang berkualitas juga. Bahan-bahan yang berkualitas bagus tersebut tidak didapatkan dengan harga yang murah. Seperti kata pepatah, ada harga ada rupa. Begitu pun harga dari produk-produk Witrove yang bisa dibilang tidak murah karena barang berkualitas tinggi tentu harganya mahal. Oleh karena itu orang yang memiliki penghasilan sendiri dapat dengan mudah membeli barang-barang yang mahal. Produk Witrove merupakan anyaman kerajinan tangan yang dibuat secara manual tanpa bantuan mesin maka sang pemilik pun berani menjual dengan harga yang sesuai dengan lama waktunya pengerjaan, ketelitian menganyam, dan hasil yang harus sesuai dengan standar. Kisaran harga yang diberikan pun mulai dari harga Rp. 15.000 untuk produk anyaman kecil seperti bando sedangkan yang mahal bisa mencapai harga Rp. 5.000.000 berupa meja dan kursi. Terutama sejak ada pendampingan pemasaran dengan menggunakan media social, produk-produk Witrove mengalami peningkatan.

#### **4. KESIMPULAN**

Perubahan pemasaran konvensional menuju digital merupakan hal harus diikuti oleh para pejuang bisnis yang ada di Indonesia. Dengan banyaknya perubahan yang terjadi pada berbagai sektor dan industri semenjak munculnya Era Revolusi Industri 4.0, teknologi berkembang jauh lebih cepat dari apa yang manusia pernah bisa bayangkan. Sistem marketing dan sosial juga ikut mengalami pergeseran sehingga haruslah dilakukan adaptasi untuk bisa menyeimbangi perubahan algoritma pasar yang ada saat ini. Terlebih lagi dengan adanya sistem kapitalisme digital yang membuat persaingan pasar menjadi semakin bebas dan variatif. Kapitalisme digital ini membuat para pengusaha harus bekerja lebih keras bukan hanya dalam segi materi tetapi juga kreativitas dan inovasi.

Witrove by Wiwit Collection merupakan UMKM asli Surabaya yang memiliki potensi pasar yang tinggi dan tengah berkembang. Pendampingan ini dilakukan agar Witrove by Wiwit Collection bisa mencapai segmentasi pasarnya secara maksimal dan juga meluaskan pemasaran dan penjualan Witrove sendiri. Analisis yang kami lakukan mencapai kesimpulan bahwa terdapat konsistensi Witrove dalam melakukan penjualan dari segi media multi-platform.

## **REFERENSI**

- Dharmawati, S., & Djaya, S. (2015). Penerapan Teknologi Pengolahan Pakan Fermentasi Bagi Kelompok Ternak Itik Di Kelurahan Landasan Ulin B Arat Kecamatan Liang Anggang Kota Banjarbaru. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 1(1).
- Gerbono, Anton dan Djarijah, Abbas Siregar. 2005. *Kerajinan Enceng Gondok*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hidayatullah A. 2011. Analisis Keuntungan Usaha Kerajinan Anyaman Eceng Gondok Di Kecamatan Amuntai Selatan Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Ziraa'ah*. 32 (3): 315- 325.
- Mirawati A. 2007. Perancangan buku bertema pemanfaatan eceng gondok beserta media promosinya. [Tesis]. Surabaya (ID): Petra Christian University.
- Nuryanto H. 2006. *Dari Eceng Gondok Menjadi Rupiah*. Jakarta (ID): Azka Mulia Media.
- Rorong JA & Suryanto E. 2010. Analisis Fitokimia Eceng Gondok (*Eichhornia crassipes*) dan Efeknya sebagai Agen Photoreduksi Fe<sup>3+</sup>. *Chemistry Progress*. 3(1): 33-41.
- Wulandari, N., Atma, I. E. S. P. U., & Jl, J. Y. (2013). *Kajian Nilai Ekonomis Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Pemanfaatan Eceng Gondok Di Desa Rowoboni Kabupaten Semarang Tahun 2013*. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Atma Jaya Yogyakarta

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dalam kesempatan ini saya sebagai penyuluh mengucapkan terimakasih banyak kepada Ibu Wiwit selaku owner dari Witrove Handicraf yang telah menerima kami dengan team untuk saling berbagi ilmu dalam bidang digital marketing. Dan saya ucapkan terima kasih banyak kepada para mahasiswa sebagai team penyuluh yang telah banyak membantu dalam proses penyuluhan.