

Peningkatan Produksi, Kemampuan Sosial Media dan Pemasaran dalam Upaya Pengembangan Usaha pada Bali Indra Souvenir

^{1*}Ni Wayan Setiasih, ²Ida Ayu Mirah Cahya Dewi, ³Luh Putu Ersamiya Ika Jayanthi, ⁴Luh Gde Cahya Maykernia Pratiwi, ⁵Erma Sulistyo Rini

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali^{1,2,3,4,5}

*Email: setiasih@stikom-bali.ac.id¹, ersamiya@stikom-bali.ac.id³, mirahcahyadewi@stikom-bali.ac.id⁵

ABSTRAK

Kerajinan tangan di Bali memainkan peran krusial dalam perekonomian dan melestarikan identitas budaya. Saat ini terdapat tantangan dari persaingan global, evolusi selera konsumen, dan dampak pandemi COVID-19. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan dukungan kepada Bali Indra Souvenir, sebuah UMKM yang bergerak dalam bidang kerajinan tangan, yang sedang mengalami tantangan dalam produksi dan pemasaran. Melalui pemberian mesin heat press dan pelatihan penggunaan media sosial, terutama Instagram, peningkatan kapasitas produksi dan akses pasar yang lebih luas. Metode kegiatan melibatkan beberapa langkah penting, termasuk kunjungan awal, analisis masalah, penyediaan peralatan, pelatihan penggunaan mesin heat press, dan juga sosialisasi pemasaran digital. Hasilnya, mitra mengalami peningkatan efisiensi produksi, kualitas produk, dan keterampilan dalam pemasaran digital dengan kiranya 60%. Monitoring menunjukkan capaian positif dalam peningkatan keterampilan mitra dan perluasan jangkauan pasar. Pengabdian ini sukses mencapai target kenaikan produktivitas dan pemasaran berbasis digital bagi mitra.

Kata kunci : Kerajinan tangan Bali, UMKM, produksi, pemasaran digital

ABSTRACT

Handicrafts in Bali play a crucial role in the economy and preserving cultural identity. Currently there are challenges from global competition, the evolution of consumer tastes, and the impact of the COVID-19 pandemic. This research aims to provide support to Bali Indra Souvenir, an MSME operating in the handicraft sector, which is experiencing challenges in production and marketing. By providing heat press machines and training on the use of social media, especially Instagram, production capacity is increased and wider market access is achieved. The activity method involves several important steps, including initial visits, problem analysis, provision of equipment, training on the use of heat press machines, and also digital marketing outreach. As a result, partners experienced increases in production efficiency, product quality, and skills in digital marketing by approximately 60%. Monitoring shows positive achievements in improving partner skills and expanding market reach. This service has succeeded in achieving the target of increasing productivity and digital-based marketing for partners.

Key words: handicrafts, UMKM, digital based marketing

PENDAHULUAN

Usaha kerajinan tangan di Bali memiliki peran penting dalam ekonomi regional dan telah menjadi identitas budaya yang khas bagi pulau ini. Sektor kerajinan tangan di Bali juga dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti persaingan global, perubahan dalam selera konsumen, dan dampak dari peristiwa eksternal, seperti pandemi COVID-19. Penelitian dan pengembangan strategi yang tepat menjadi esensial dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan sektor kerajinan tangan.

Peningkatan penjualan kerajinan tangan di Bali merupakan suatu aspek yang krusial dalam memajukan industri kerajinan tangan yang merupakan salah satu sektor ekonomi yang penting di Pulau Bali. Seiring dengan pertumbuhan pariwisata yang terus meningkat, kerajinan tangan Bali telah menjadi daya tarik utama bagi wisatawan, dan oleh karena itu, potensi pasar yang besar tersedia untuk produk-produk kerajinan tangan tersebut. Peningkatan penjualan ini dapat dicapai melalui berbagai strategi seperti perluasan pasar, promosi produk yang lebih efektif, pengembangan kualitas produk, serta peningkatan aksesibilitas pasar global melalui sosial media instagram.

Terdapat tiga hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM ketika ingin masuk ke ranah digital yaitu; kualitas produksi, kapasitas produksi, dan literasi digital. Ketiga hal ini harus di pertegas oleh pelaku UMKM agar unit usaha yang dibuka di ranah digital bukan hanya sekedar sebagai pelengkap, akan tetapi bisa diharapkan bertahan lama (Hanim dkk., 2022)

Kerajinan tangan Bali Indra Souvenir merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang menggeluti bidang kerajinan tangan pembuatan oleh-oleh khas Bali. Dalam prosesnya, mitra mengalami kegagalan dalam mengembangkan usahanya karena adanya ketidaktertarikan pembeli terhadap *souvenir* yang dijual dan juga desain/gambar yang digunakan dalam produk masih dilakukan secara manual yakni melukis dengan tangan (*homemade*) yang

mengakibatkan waktu pengerjaan yang cukup lama sehingga produksi yang dihasilkan sangat terbatas, serta adanya penurunan omset pasca COVID-19. Setelah dilakukan observasi dan wawancara terhadap mitra, didapatkan permasalahan lainnya yakni pemasaran yang dilakukan masih konvensional serta belum mengandalkan sosial media dalam memasarkan produknya. Untuk pemasaran produk saat ini dilakukan dengan supply langsung ke toko oleh-oleh Bali. Hal lain yang menyebabkan pemasaran dianggap sulit adalah adanya kegagalan pemahaman, aktivitas pemasaran sering di artikan sebagai aktivitas menawarkan produk dan menjual produk, tapi bila ditinjau lebih lanjut ternyata makna pemasaran bukan hanya sekedar menawarkan dan menjual produk saja, melainkan aktivitas yang menganalisa dan mengevaluasi tentang kebutuhan dan keinginan konsumen (Wangarry dkk., 2018).

Melalui kegiatan pengabdian ini di fokuskan untuk membantu menyelesaikan permasalahan pokok mitra yaitu meningkatkan proses produksi dengan pemberian alat berupa mesin *heat press*. Mesin *heat press* berfungsi membuat tekstur sablon lebih halus jika diraba menggunakan tangan, mampu melakukan proses *pressing* dengan hasil akurat dalam waktu yang singkat secara hitungan detik saja, serta mudah digunakan, cocok untuk kebutuhan semua jenis teknik sablon kaos, baik manual, *cutting* dan yang lainnya (Kurniawan dkk., 2018). Permasalahan lainnya yakni meningkatkan kemampuan pemasaran produk dengan memberikan pelatihan dan sosialisasi sosial media dan pemasaran serta penggunaan Instagram sebagai media promosi (Ratna Gumilang, 2019).

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pendahuluan yang telah dijabarkan didapatkan rumusan masalah yaitu bagaimana meningkatkan proses produksi dengan pemberian mesin *heat press* serta kemampuan pemasaran dan sosial media dalam upaya mengembangkan

usaha pada Bali Indra Souvenir melalui sosialisasi dan pelatihan pemasaran serta sosial media seperti Instagram?

METODE

Pada pengabdian ini menggunakan metode pelaksanaan kegiatan yang diawali dengan melakukan kunjungan awal kepada mitra untuk merencanakan kegiatan serta menggali informasi dan data – data dari mitra guna untuk memetakan permasalahan secara mendalam dari mitra, kemudian melakukan persiapan meliputi persiapan rencana kerja, persiapan pembelian alat/mesin *heat press*, persiapan pelatihan dan sosialisasi sosial media dan pemasaran pada mitra. Tahap selanjutnya pemberian alat, pelaksanaan pelatihan dan sosialisasi penggunaan mesin *heat press*, penggunaan sosial media Instagram dan pemasaran. Tahap akhir yakni pendampingan mitra guna melakukan monitoring terhadap pelaksanaan pelatihan yang telah dilakukan sebelumnya. Metode pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1.



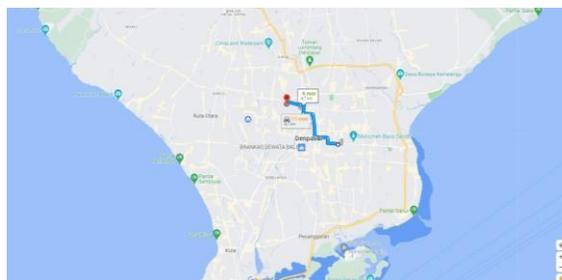
Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini, mitra diharapkan terlibat aktif dan memberikan kontribusi dengan meluangkan waktu yang cukup besar. Mitra juga diharapkan memiliki peran yang signifikan dalam proses kegiatan tersebut. Mitra kegiatan ini berperan sebagai pelaksana ide dan turut serta dalam pelatihan secara aktif.

Lokasi Kegiatan

Lokasi Pengabdian terletak di Jl. Merta Jaya Gg.II/3, Denpasar yang berjarak 4,7 km dari ITB STIKOM Bali. Gambar 2 menunjukkan lokasi Mitra Bali Indra Souvenir.



Gambar 2. Lokasi Kegiatan

Produksi Barang pada Mitra

Bali Indra Souvenir memiliki produk berupa *tote bag*, sandal jepit, dompet kecil dan kipas seperti pada Gambar 3. dan 4. yang selama ini disupply langsung ke toko oleh-oleh khas Bali, namun selama ini proses desain/gambarnya masih manual mempergunakan lukisan tangan sehingga proses produksi lama dan menghasilkan produk yang terbatas. Pemberian mesin *heat press* diharapkan mampu membantu Mitra dalam proses produksi barang agar lebih efektif dan efisien.

Proses pemasaran juga sempat terhenti ketika adanya pandemi Covid-19 dikarenakan sebagian besar konsumen adalah wisatawan domestik maupun mancanegara sehingga membuat Bali Indra Souvenir harus mencari strategi pemasaran lain yakni pemasaran produk melalui sosial media (Wahyuni dkk., 2023).



Gambar 3. Produk Sandal *Homemade*



Gambar 4. Produk Dompet Kecil

Sosial media yang dipilih yakni Instagram dikarenakan pengguna Instagram cukup banyak dan dari segala umur. Namun Mitra sendiri kurang memiliki kemampuan pemasaran yang baik, oleh karena itu pengabdian ini ditujukan untuk memberikan peningkatan kemampuan pemasaran guna memperoleh peningkatan penjualan produk dan penggunaan sosial media Instagram dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

Pelaksanaan Kegiatan

1. Menggali Informasi dan Data

Pada tahap awal dilakukan kunjungan awal untuk merencanakan pelaksanaan kegiatan dan menggali informasi serta data-data dari Mitra yang dapat dilihat pada Gambar 5. Informasi yang didapat yakni Mitra memiliki usaha yang setelah pandemi COVID-19 susah untuk bangkit kembali dan tidak paham melakukan strategi pemasaran yang tepat. Dari permasalahan tersebut pemberian mesin serta pelatihan dan sosialisasi mengenai strategi pemasaran diperlukan untuk meningkatkan proses produksi dan pemasaran produk Mitra.



Gambar 5. Menggali Informasi dari Mitra

2. Pemberian Mesin dan Pelatihan, Sosialisasi

Berdasarkan hasil analisis situasi yang diperoleh pada saat observasi langsung dan melakukan diskusi awal dengan mitra, dipahami ada beberapa peralatan yang dibutuhkan untuk menunjang peningkatan kapasitas alat produksi. Saat ini mitra kekurangan alat produksi dikarenakan proses pembuatan desain/gambar produk masih dilakukan secara manual dengan menggunakan tangan. Dengan keterbatasan tersebut, diberikan sebuah alat mesin *heat press* yang dapat membantu meningkatkan proses produksi yang dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Pemberian Mesin Heat Press

Setelah pemberian mesin, maka dilakukan pelatihan penggunaan mesin tersebut kepada Mitra yang dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Pelatihan Penggunaan Mesin

Gambar yang dihasilkan oleh mesin tersebut membuat tampilan menjadi lebih halus saat diraba dengan tangan dan warna serta gambar terlihat lebih tajam, yang dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Hasil Cetakan Mesin *Heat Press*

Tahap selanjutnya yakni pelatihan dan sosialisasi pemasaran. Mitra diberikan pelatihan untuk bisa memasarkan produk yang dimiliki dan mempergunakan teknik seperti pembuatan konten dan iklan pada media sosial untuk lebih menarik pelanggan (Saputra dkk., 2023). Pelatihan dan sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 9. Pelatihan pemasaran produk melalui sosial media yang telah dilaksanakan diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam pemanfaatan sosial media sebagai alat pemasaran. Dengan menggunakan media sosial sebagai alat pemasarannya mampu memperluas jangkauan pemasaran sehingga meningkatkan omset penjualan produk (Werdani dkk., 2020).



Gambar 9. Pelatihan dan Sosialisasi Pemasaran

3. Pembuatan Media Sosial Instagram

Media sosial yang dipilih untuk digunakan oleh Mitra yakni Instagram. Hasil dari pelatihan sosial media dan pemasaran dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram untuk media promosi dan pemasaran produk dapat efektif digunakan dengan beberapa hal yakni, pembuatan konten yang menarik, menggunakan fitur *stories*, mempergunakan *hashtags* yang relevan dengan Bali Indra Souvenir, penggunaan fitur Instagram *shopping* serta fitur *live streaming* (Framuditya Bagas Saputra dkk., 2023).

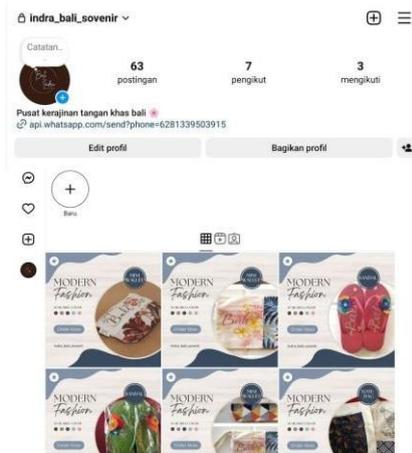
Instagram merupakan media yang sering terdapat dengan fitur yang berfokus pada gambar dan video, tidak seperti facebook yang lebih dahulu muncul memiliki fitur lebih bebas dan lebih fleksibel dalam penggunaan (Saputra dkk., 2023). Gambar dan video yang sering di publikasikan oleh pengguna akun di instagram biasanya disertai status (*caption*) ini yang menjelaskan gambar dan video yang diunggah dalam akun tersebut. Sering dijumpai dalam pengguna akun di instagram menemukan kata-kata ataupun kalimat yang dalam instagram melenceng dari bahasa Indonesia ini sebagai wujud mendeskripsikan bentuk variasi kesalahpahaman penggunaan bahasa Indonesia di instagram sebagai masalah yang sering terjadi (Ima Nur Rezgina, 2023).

Dalam hal ini Bali Indra Souvenir berusaha menerapkan materi yang telah diberikan sebelumnya pada pelatihan dan sosialisasi sosial media dan pemasaran untuk meningkatkan jangkauan pembeli

serta pemasaran produk yang lebih menarik.

Hadirnya media sosial ini akan memberikan peluang besar bagi Mitra untuk membuat dan mengembangkan usaha bisnisnya yang ditargetkan dengan mudah dan bisa menjadi alat komunikasi dan promosi dalam penjualan (Noventa dkk., 2023).

Pembuatan media sosial untuk Bali Indra Souvenir dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Instagram Bali Indra Souvenir

4. Monitoring Kegiatan

Pentingnya pengawasan dan penilaian kegiatan pengabdian masyarakat agar dapat berjalan efektif sesuai target dan memberikan dampak positif pada mitra, yaitu Bali Indra Souvenir. Beberapa hal yang dinilai dalam evaluasi mencakup interaksi peserta dalam kegiatan sosialisasi, pencapaian tujuan pengabdian, kepuasan peserta, peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra, serta perbaikan dalam proses produksi barang.

Luaran Kegiatan

Untuk realisasi kegiatan dan capaian luaran pengabdian masyarakat dengan mitra Bali Indra Souvenir, di antaranya sebagai berikut.

Tabel 1. Luaran Kegiatan

Luaran Kegiatan	Capaian Kegiatan	Hasil
Penambahan alat produksi	Peningkatan kapasitas alat produksi mitra dengan pemberian mesin <i>heat press</i>	Sudah terlaksana sesuai capaian.
Pelatihan dan Sosialisasi sosial media serta pemasaran	Sudah terlaksana sesuai capaian	Sudah terlaksana sesuai capaian.
Pembuatan sosial media Instagram	Memperluas area pemasaran produk mitra, sebelumnya tidak memiliki sosial media khusus terkait produk mitra.	Sudah terlaksana sesuai capaian.

SIMPULAN

Beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut.

1. Ada beberapa target dan luaran dari kegiatan ini yang telah terpenuhi seperti peningkatan kapasitas alat produksi, *sharing knowledge* melalui pelatihan dan sosialisasi pemasaran dan sosial media, perluasan area pemasaran dengan media online seperti media sosial.
2. Kegiatan evaluasi dan monitoring yang sudah dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini memperoleh hasil bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian pada mitra telah dilaksanakan sesuai dengan perencanaan serta target kegiatan yang telah ditetapkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan terima kasih kepada Mitra Pengabdian Bali Indra Souvenir yang memberikan kesediaannya bekerjasama dalam pengabdian ini dan kepada ITB STIKOM Bali yang memberi pendanaan untuk mendukung keberlangsungan kegiatan pengabdian sejalan pada target yang telah ditetapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Framuditya Bagas Saputra, Amyra Syalsabila, Yurni Fadhillah, & Ricky Firmansyah. (2023). Peran Sosial Media Instagram Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan Perusahaan Mangkok Manis. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 1(3), 66–77. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i3.199>
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2022). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 30–39. <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- Ima Nur Rezgina. (2023). Analisis Kesalahan Gaya Berbahasa Pada Sosial Media Instagram Dalam Caption dan komentar. *Simpati*, 1(2), 137–149. <https://doi.org/10.59024/simpati.v1i2.166>
- Kurniawan, S., Isnén, M., Setiawan, A., Wahyudi Legi Program Studi Teknik Elektronika, I., Jambi, P., Lingkar Barat, J., Pete Alam Barajo Kota Jambi, B., Mahasiswa Program Studi Teknik Elektronika, I., & Artikel, I. (2018). Pengaruh temperatur dan lama pengepresan pada alat hot press pelepah pinang. *Jurnal Inovator*, 1(1), 1–2.
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 626–635. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Saputra, H. T., Adlimi, N. A., & Batubara, F. A. B. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram. *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, 1(1), 22–28. <https://doi.org/10.31537/jembe.v1i1.1272>
- Wahyuni, S., Joesyiana, K., Zainal, H., Basriani, A., & Wahyuni, S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Kegiatan Pemasaran di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 3(1), 31–36. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v3i1.121>
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt . Hasjrat Abadi Ranotana the Influence of Marketing Mixture on Purchase Decision of Honda Motorcycle At Pt . Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal Emba*, 6(4), 2058–2067.
- Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., Sukoco, J. B., Windriya, A., & Iskandar, D. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30595/jppm.v4i1.4655>