

PEMBERDAYAAN INDUSTRI KREATIF DALAM UPAYA MEWUJUDKAN KESEJAHTERAAN PENGRAJIN DI DESA SAMBANGAN

Komang Febrinayanti Dantes¹, Ketut Sudiatmaka², Ni Ketut Sari Adnyani³, I Gusti Ayu Apsari Hadi⁴

¹²³⁴Jurusan Hukum dan Kewarganegaraan FHIS UNDIKSHA
Email: febrinayanti.dantes@undiksha.ac.id

ABSTRACT

The purpose of implementing this community service activity is to help solve the problems of PKK women in Sambangan Village in the fields of production, management and marketing by reviewing the role of the creative industry in supporting the improvement of the welfare of the Sambangan Village community. The method used to overcome the problem is to conduct a discussion and participation method as a strategic approach to the program which is carried out in several stages, namely the Preparation Phase, Coaching and Training Phase, Assistance and Evaluation Phase. The results of the program evaluation are presented in a qualitative descriptive manner. The results of the implementation of service activities show that these service activities include a marketing management strategy and product diversification for craft PKM partners in Sambangan Village, an increase in sales turnover of $\pm 60\%$, development of marketing management such as the addition of production support tools in the form of promotions and promotions that are quite efficient through the media. -Social media include Instagram, Facebook and market place $\pm 75\%$.

Keywords: Creative industry, PKK mother, Sambangan Village, well-being

ABSTRAK

Tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu penyelesaian masalah Ibu-Ibu PKK Desa Sambangan di bidang produksi, manajemen dan pemasaran dengan meninjau peran industri kreatif dalam menunjang peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Sambangan. Metode yang digunakan untuk mengatasi permasalahan adalah dengan melakukan metode diskusi dan partisipasi sebagai pendekatan strategis program yang dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu Tahap Persiapan, Tahap Pembinaan dan Pelatihan, Tahap Pendampingan dan evaluasi. Hasil evaluasi program disajikan secara kualitatif deskriptif. Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini antara lain adanya strategi marketing manajemen dan diversifikasi produk terhadap mitra PKM kerajinan di Desa Sambangan, peningkatan omset penjualan $\pm 60\%$, pengembangan marketing manajemen seperti penambahan alat penunjang produksi berupa dan promosi serta peningkatan promosi yang cukup efisien melalui media-media sosial antara lain instagram, face book dan market place $\pm 75\%$.

Kata kunci: Industri kreatif, Ibu PKK, Desa Sambangan, kesejahteraan

PENDAHULUAN

Industri kreatif telah membuktikan proporsi kontribusinya yang signifikan dan terus meningkat dalam pendapatan negara. Namun demikian, pengembangan industri kreatif di Indonesia memiliki beberapa kendala antara lain adalah permasalahan regulasi dan proteksi pemerintah serta kurangnya pengetahuan teknologi dan inovasi yang dimiliki oleh para pelaku bisnis (Murniati,

2009 : 1). Industri kreatif dapat diartikan sebagai industri yang unsur utamanya adalah kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual (Simatupang, 2008). Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau mutu produk saja, tetapi bersaing berdasarkan teknologi,

inovasi, kreativitas dan imajinasi (Esti dan Suryani, 2008).

Ditetapkannya desa Sambangan sebagai desa wisata dapat memberi manfaat lebih kepada warga desa Sambangan, bisa menggerakkan roda perekonomian dan membuka lapangan kerja Desa Sambangan terdiri dari tiga banjar dinas, yaitu Banjar Dinas Banjar Anyar, Banjar Dinas Sambangan dan Banjar Dinas Babakandengan jumlah masyarakat 8.366 orang atau 2.169 KK, dengan perincian seperti pada tabel 1. berikut ini.

Tabel 1. Demografi Desa Sambangan

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	3987
2	Perempuan	3786
3	Mobilitas penduduk	641,3

Sumber: Data Demografi Desa Sambangan Tahun 2021.

Mendukung desa Sambangan sebagai desa wisata perlu ditunjang oleh bangkitnya industri kreatif pedesaan seperti kerajinan anyaman bambu yang baru mulai ditekuni Ibu-Ibu PKK. Kerajinan adalah merupakan alternatif baru yang sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai pendukung pengembangan potensi pariwisata ke depan. Di samping itu pula merupakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sebagai *home industry*. Kerajinan yang sudah ada di desa Sambangan berupa kerajinan anyaman bambu. Di desa Sambangan sampai saat ini baru tengah mengembangkan produk kerajinan anyaman bambu dengan hasil yang cukup baik. Sudah biasa dipasarkan baik dalam negeri maupun sampai ke luar negeri. Namun dalam hal pengembangannya terbentur dalam permasalahan modal dan pemasaran. Sehingga diharapkan kepada pihak pemerintah untuk lebih memperhatikan nasib pengrajin kecil yang ada di pedesaan, khususnya yang ada di desa Sambangan yang sangat berpotensi.

Desa Sambangan memiliki kelompok Ibu-Ibu PKK dalam keanggotaan koperasi

wanita tetapi tidak terlalu aktif, jika ada kegiatan di desa saja Ibu-Ibu PKK diberdayakan. Selama ini keterampilan menganyam bambu dipelajari otodidak, pernah mendapatkan pelatihan mengembangkan variasi motif dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Buleleng, namun belum maksimal dalam artian tidak berkelanjutan. Selain itu kemampuan daya saing untuk mempromosikan produk belum dikuasai oleh mitra. Berdasarkan kondisi mitra menurut hasil koordinasi awal dengan mitra, yaitu Bunda Mahesa usaha kerajinan anyaman bambu yang ditekuni belum maksimal, mitra juga belum mengerti prospek maupun celah memasarkan produk. Mitra belum memiliki jadwal pertemuan yang dilakukan rutin setiap bulan di kelurahan khusus membahas peningkatan ketrampilan dan pendapatan anggota. Pertemuan rutin diadakan hanya sebatas masalah keuangan koperasi (simpan dan pinjam), sehingga memiliki kegiatan hanya sebatas pertemuan Ibu-Ibu PKK dan belum produktif, karena tidak adanya waktu yang dijadwalkan tidak adanya agenda untuk menambah keahlian mitra dalam keterampilan, serta terbatasnya tempat pengetahuan dan keterampilan promosi melalui penerapan ipteks oleh mitra diharapkan dapat membantu mitra dari aspek produksi, manajemen dan pemasaran. Ibu-Ibu PKK belum memiliki keterampilan dalam manajemen usaha walaupun masih skala kecil. Keanggotaan Ibu-Ibu PKK di Desa Sambangan sejumlah ± 35 orang. mempertimbangkan prosedur protokol kesehatan dalam PKM ini jumlah Ibu PKK yang dilibatkan dalam pemberdayaan ± 20 orang peserta pelatihan dan pendampingan.

PKK Desa Sambangan terkenal ± 10 program pokoknya yang pada hakekatnya merupakan kebutuhan dasar manusia yaitu: 1) Penghayatan dan pengamalan Pancasila, 2) Gotong royong, 3) Pangan, 4) Sandang, 5) Perumahan dan tatalaksana rumah tangga, 6) Pendidikan dan keterampilan, 7) Kesehatan, 8) Pengembangan kehidupan berkoperasi, 9)

Kelestarian lingkungan hidup, 10) Perencanaan sehat.

Pelaksanaan kegiatan PKK di desa Sambangan selama ini umumnya hanya sebagai ajang silaturahmi ibu-ibu warga desa, belum diikuti dengan peningkatan mutu hidup keluarga serta peran wanita secara mandiri dalam pembangunan kelurahan melalui kegiatan kewirausahaan (*entrepreneurship*), yang akan berdampak langsung pada peningkatan perekonomian rumah tangga.

Permasalahan yang selama ini dihadapi oleh mitra Ibu PKK yaitu hampir $\pm 35\%$ belum mencapai sasaran, yaitu faktor kegagalan dalam berwirausaha adalah sbb.: 1) Tidak kompeten dalam manajerial dan pengelolaan usaha; 2) Kurang pengalaman dalam mengkoordinasikan, mengelola SDM, dan mengintegrasikan operasional perusahaan; 3) Kurang dapat mengendalikan keuangan; 4) Gagal dalam perencanaan; 5) Lokasi usaha yang tidak memadai dan kurang strategis; 6) Kurangnya pengawasan peralatan; 7) Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha; 8) Ketidakmampuan melakukan peralihan/transisi kewirausahaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat dikemukakan permasalahan di atas, melalui PM Transfer Iptek deprogram dilakukan pemberdayaan Ibu-Ibu PKK di desa Sambangan dalam rangka meningkatkan pendapatan keluarga dengan pemberdayaan potensi kerajinan Di Desa Sambangan Melalui Inovasi Teknologi Produksi (INTIP) Pada Industri Kreatif Pedesaan Dalam Upaya Mewujudkan Kesejahteraan.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan menggunakan metode diskusi, tutorial dan *workshop* (transfer ilmu) dan dengan pelatihan dan pendampingan oleh tim pelaksana PKM. Pelatihan dilakukan dengan memberi beberapa materi dan praktek di bidang produksi, manajemen dan

pemasaran. Dengan metode pendampingan langsung diharapkan Ibu-Ibu PKK Desa Sambangan dapat lebih mudah mengerti dan menerapkan konsep dan proses peningkatan kapasitas produksi, pemetaan jumlah pesanan, manajemen waktu dan keanggotaan Ibu-Ibu PKK dan perluasan pangsa pasar dalam bentuk *offline* dan *online*.

Program ini merupakan program yang bersifat aktual dalam rangka peningkatan pengetahuan, pemahaman, wawasan, dan keterampilan pemberdayaan potensi kerajinan melalui diskusi, tutorial dan *workshop* dengan pelatihan dan pendampingan terbimbing dari tim pengusul P2M Undiksha selaku instruktur ahli yang akan memfasilitasi kebutuhan Ibu-Ibu PKK Desa Sambangan.

Metode yang digunakan untuk mengatasi permasalahan adalah dengan melakukan metode diskusi dan partisipasi sebagai pendekatan strategis program yang dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu Tahap Persiapan, Tahap Pembinaan dan Pelatihan, Tahap Pendampingan dan evaluasi.

Sifat dari kegiatan ini adalah berbasis kebutuhan dan kemampuan mitra, maka metode yang digunakan dalam pelaksanaannya adalah dengan pendekatan partisipatif (*participative approach*) dimana mitra PKM terlibat langsung baik dalam FGD (*focus group discussion*), wawancara, berdiskusi, dan menentukan keputusan tindakan.

Pelaksanaan kegiatan melalui 4 tahapan berikut :

1. Tahap Persiapan dan Perencanaan Tim pelaksana PKM melakukan persiapan dan perencanaan dalam bentuk: (a) Koordinasi dengan mitra; (b) Bersepakat dengan mitra tentang permasalahan prioritas yang akan diselesaikan; (c) Sosialisasi implementasi PKM. Pada tahap ini tim pelaksana akan memaparkan maksud dan tujuan, metode dan teknis pelaksanaan kegiatan, serta melakukan diskusi dan FGD untuk menyepakati prioritas masalah yang dihadapi dan alternatif solusinya. (d) Penyusunan Program Kegiatan. Tim pelaksana melakukan FGD dengan kedua mitra

untuk menentukan bentuk, waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan. Program kegiatan terdiri dari penyuluhan pentingnya strategi manajemen pemasaran, yang terdiri dari ; pelatihan pemasaran dan promosi usaha; serta diversifikasi produk yang meliputi kreativitas dan inovasi produk.

2. Tahap Implementasi

Kegiatan Tim pelaksana akan memulai kegiatan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan dan disepakati bersama dengan mitra PKM. Kegiatan pelatihan menggunakan metode ceramah dan diskusi (tanya jawab) sedangkan penentuan keputusan lain berdasarkan hasil FGD dengan mitra.

3. Tahap Evaluasi dan Monitoring

Kegiatan dimonitoring oleh tim sendiri dan melihat apa saja kendala dan masalah yang muncul di lapangan. Kemudian dilakukan evaluasi apabila memang muncul kendala dan masalah untuk selanjutnya dicarikan solusi agar kegiatan tetap berlangsung dengan baik sesuai yang diharapkan. Metode yang digunakan adalah FGD dengan responden. Tahapan evaluasi adalah evaluasi awal, proses dan akhir.

4. Tahap Refleksi

Refleksi terhadap hasil pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh *feedback* terhadap manfaat maupun dampak yang dirasakan mitra PKM Kerajinan *Souvenir* setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan. Hal ini diperlukan sebagai masukan bagi pelaksanaan kegiatan serupa di masa datang. Metode yang digunakan adalah FGD dengan mitra sasaran PKM. Hasil evaluasi program disajikan secara kualitatif deskriptif (Leksono, 2018:181).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Marketing Manajemen pada Industri Kreatif Di Desa Sambangan

Pemasaran merupakan salah satu bagian terpenting bagi sebuah usaha. Sebuah usaha yang berhasil adalah mampu merencanakan aktivitas pemasaran dan membentuk program

pemasaran yang terintegrasi..Aktivitas pemasaran yang dimaksud adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari variable produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) (Kotler & Keller, 2009 : 24).

Berdasarkan hasil koordinasi dengan mitra, dan analisis situasi pada Ibu PKK penggiat Kerajinan *Souvenir* , bahwa permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam menjual produk, standarisasi dan diversifikasi produk belum ada karena sebagian besar kerajinan yang dihasilkan sama dengan pengerajin lain, serta tidak adanya strategi promosi. Untuk itu maka bagian selanjutnya akan diuraikan strategi untuk meningkatkan daya saing dan pengembangan usaha mitra PKM yaitu strategi produk (*product*) dan promosi (*promotion*) sehingga dapat meningkatkan *omset* penjualan.

Ditinjau dari cakupan ekonomi kreatif dapat dikatakan bahwa sebagian besar sektor ekonomi kreatif tidak membutuhkan skala produksi dalam jumlah besar. Lain halnya industri manufaktur yang berorientasi pada jumlah produk, industri kreatif terfokus pada kualitas sumber daya manusia. Industri kreatif justru lebih banyak muncul dari kelompok industri kecil menengah.

Memproduksi produknya dalam jumlah kecil tetapi memberikan deferensiasi produk yang dapat memunculkan kesan eksklusifitas bagi pelanggan. Industri kreatif di Desa Sambangan sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu.

Industri kreatif berbasis kreativitas di Desa Sambangan berdasarkan pemetaan yang telah dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Buleleng meliputi Pasar Barang Seni, Kerajinan, Desain dan Periklanan.

Industri kreatif tidak dapat bertahan dengan strategi yang sama untuk jangka waktu lama. Pemahaman mengenai *continuity*, dimana produk maupun proses produksi dapat bertahan dalam jangka panjang telah diganti dengan *discontinuity*, yaitu produk maupun proses produksi berubah dengan cepat berkaitan dengan pergeseran-pergeseran di pasar akibat munculnya teknologi baru

(Kaplan, et al. 2001). Inovasi adalah langkah yang dilakukan industri kreatif untuk bertahan dan unggul dalam persaingan di era globalisasi, karena perubahan terjadi sangat cepat. Industri kreatif tidak dapat bertahan dengan strategi yang sama untuk jangka waktu lama. Inovasi berkelanjutan dalam suatu industri kreatif adalah kebutuhan dasar pada mengarah terciptanya keunggulan kompetitif.

Diversifikasi Produk Industri Kreatif di Desa Ambengan

Mitra PKM kerajinan souvenir khas Bali yang digawangi oleh Ibu PKK Desa Sambangan saat ini diproduksi dengan jenis dan corak desain yang sama antar pengerajin. Usaha kerajinan seperti ini sangat banyak dan secara umum sama, maka strategi diversifikasi bidang desain penting difasilitasi bagi mitra PKM. Diversifikasi adalah usaha penganeekaragaman produk.

Penganekaragaman produk akan menghasilkan perbedaan produk yang lebih bersifat inovatif produk yang dihasilkan. Melalui diversifikasi produk diharapkan dapat memaksimalkan omset penjualan mitra.

Diversifikasi yang tepat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, Sarwoko & Hadiwidjojo (2013 : 31). Kualitas produk dapat ditingkatkan dengan mengikuti pelatihan membuat kerajinan tangan oleh tenaga ahli yang berkompeten di bidangnya. Difasilitasi oleh Tim Pelaksana PKM Undiksha di bawah koordinasi LPPM Undiksha.

Peningkatan tersebut dapat meningkatkan omset penjualan rata-rata sebesar 75%, yang mana sebelumnya omset penjualan hanya sebesar ±Rp 350.000,- per minggu sekarang bisa mencapai ±Rp 700.000,- sampai dengan ±Rp1.000.000,- per minggu. Penjualan dari toko *online* (instagram dan *face book*) sekitar 25% dan sisanya ±50% dari penjualan *offline*. Strategi pemerekan (*branding*) dapat disinergikan dengan strategi produk dapat meningkatnya omset penjualan sebesar ±60%.

Kinerja pemasaran industri kreatif merupakan kemampuan organisasi untuk mentransformasikan diri menghadapi tantangan lingkungan dengan perspektif jangka panjang. Penilaian kinerja merupakan upaya melihat kesesuaian strategi yang diterapkannya untuk menghadapi perubahan-

perubahan lingkungan. Lingkungan adalah bagian penting dalam perusahaan dan sulit dirubah oleh perusahaan industri kreatif. Perusahaan industri kreatif dapat mengenali, mengelola dengan baik sehingga mendapatkan manfaat. Pengenalan lingkungan yang baik berdampak pada mutu strategi yang dihasilkan sehingga dapat meningkatkan kinerja pemasaran.

Wahyu Purnomo Aji (2014) menghasilkan temuan hasil penelitian disimpulkan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing dan kinerja pemasaran. Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan yang lebih baik akan meningkatkan daya saing dan kinerja pemasaran. Daya saing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Daya saing yang lebih tinggi yang dimiliki produsen akan meningkatkan kinerja pemasarannya.

Kinerja pemasaran merupakan konsep untuk mengukur prestasi pemasaran suatu perusahaan. Setiap perusahaan industri kreatif berkepentingan mengetahui prestasinya sebagai cermin keberhasilan usahanya dalam persaingan pasar. Yang menggambarkan hasil dari penerapan strategi perusahaan industri kreatif antara lain kepuasan konsumen, kesuksesan produk baru, peningkatan penjualan, dan profitabilitas perusahaan industri kreatif.

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian ini antara lain adanya strategi *marketing* manajemen dan diversifikasi produk terhadap mitra PKM kerajinan di Desa Sambangan, peningkatan omset penjualan ±60%, pengembangan *marketing* manajemen seperti penambahan alat penunjang produksi berupa dan promosi serta peningkatan promosi yang cukup efisien melalui media-media sosial antara lain instagram, *face book* dan *market place* ±75%. Strategi produk dan promosi yang diimplementasikan pada mitra PKM dapat menjadi alternatif solusi untuk mengangkat mitra PKM agar dapat melakukan tata kelola manajemen pemasaran, bersaing serta memperluas jangkauan pemasaran produk.

Kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Buleleng melalui koordinasi dengan badan penelitian, pengembangan dan inovasi daerah maupun Pemerintah Desa Sambangan, penting menerapkan strategi yang menjadi prioritas adalah melakukan kerja sama dengan pemerintah dan pihak lain untuk mendukung pemulihan industri kreatif pasca terjadinya pandemic Covid-19. Melalui koordinasi dengan Badan Penelitian, Pengembangan dan Inovasi Daerah, Pemerintah Kabupaten Buleleng mendukung program pengembangan inovasi kewirausahaan daerah.

DAFTAR RUJUKAN

- Kaplan, Robert S. & David P. Norton, 2001. Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System. Harvard Business. Januari-Februari 1996 p: 75-85.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 14.
- Leksono, Sonny. 2018. Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi Dari Metodologi ke Metode. Rajawali. Jakarta.
- Murniati, D. E. (2009, November). "Peran Perguruan Tinggi dalam Triple Helix sebagai Upaya Pengembangan Industri Kreatif". In Seminar Nasional Peran Pendidikan Kejuruan Dalam Pengembangan Industri Kreatif. Jurusan PTBB FT UNY (Vol. 21).
- Sarwoko, E., Surachman, A., & Hadiwidjojo, D. (2013). Entrepreneurial characteristics and competency as determinants of business performance in SMEs. IOSR Journal of Business and Management, 7(3), 31-38.
- Simatupang, Togar M. 2008. Industri Kreatif Indonesia. Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung (ITB). Bandung.
- Sunaryo, B. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Gava Media. Yogyakarta.
- Wahyu Purnomo Aji (2014). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Orientasi Kewirausahaan, Dan Daya Saing Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Knapot (Studi Pada Home Industri Knapot Di Kabupaten Purbalingga). Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.