



PELATIHAN MENINGKATKAN KEMAMPUAN INOVASI PENGERAJIN PERAK SKALA MIKRO

**Nyoman Surya Wijaya^{1*}, A. A. Ayu Arun Suwi Arianty², I Gst Ayu Melistyari Dewi³,
I Gusti Ayu Eka Suwintari⁴**

^{1,2,3,4}Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional
surya.wijaya@ipb-intl.ac.id*

Article History:

Received: 12-10-2023

Revised: 17-10-2023

Accepted: 19-10-2023

Keywords: Kemampuan Inovasi, Pemasaran Online, Pengerajin Perak, Skala Mikro

Abstract: Pengabdian ini untuk membantu kelompok pengerajin perak skala mikro di Desa Celuk, Sukawati Kabupaten Gianyar Bali dalam mengatasi 1) Kurangnya pengetahuan mitra mengenai kemampuan inovasi; 2) Kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran secara online. Berdasarkan masalah yang diidentifikasi maka kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi agar dapat memperkecil persoalan yang dihadapi dengan memberikan bantuan pengetahuan dan keterampilan kepada peserta dalam hal peningkatan kemampuan inovasi dan pemasaran menggunakan media sosial. Metode survey digunakan pada PKM ini, yaitu partisipatory rural appraisal (PRA), Pelatihan, Pendampingan, dan Monitoring. Tujuannya adalah untuk meningkatkan mutu produk dari segi tampilan dan kegunaan, serta meningkatkan penjualan secara online melalui media sosial.

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Epidemi COVID-19 berdampak besar pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). COVID-19 memberikan pengaruh yang signifikan terhadap UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Provinsi Bali (Bae et al., 2020). Karena UMKM di industri pariwisata dan ekonomi kreatif sangat bergantung pada peraturan pemerintah yang mengatur larangan perjalanan wisata, sektor ini sangat rentan terhadap dampak negatif COVID-19. Karena pelaku bisnis di sektor ini bergantung pada negara yang terdampak COVID-19, para pelaku UMKM ini sangat rentan terhadap COVID-19. Akibatnya, UMKM, khususnya di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, harus mengelola risiko ini dalam operasional sehari-hari.

Kewirausahaan sangat penting dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Faktor individu dan lingkungan mempengaruhi keberhasilan usaha kecil. Pelaku bisnis khususnya harus memiliki sikap kewirausahaan yang kuat dan kemampuan tertentu. Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja bisnis (Feranita dan Setiawan, 2019; Fihartini et al., 2021; Kozak, 2021), meliputi karakteristik demografis, karakteristik psikologis dan perilaku, serta karakteristik modal manusia. Ciri-ciri kepribadian individu dan kompetensi dalam proses kewirausahaan adalah contoh dari kemampuan tersebut, yang akan berpengaruh pada kinerja UMKM.

Bisnis UMKM di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Bali, khususnya di daerah Celuk Sukawati sangat berkembang dengan pengerajin perak. Perkembangan ini

tidak terlepas dari Bali yang tersohor sebagai daerah pariwisata, sehingga memberikan banyak kesempatan untuk menaikkan tingkat perekonomian masyarakat melalui usaha di sektor pariwisata. Hasil produksi UMKM lebih banyak dipasarkan untuk wisatawan asing yang dipakai untuk souvenir, tetapi melupakan masyarakat lokal khususnya masyarakat yang beragama Hindhu untuk keperluan upacara (Manusia Yadnya). Seiring berjalannya waktu produk UMKM dibidang perak ini mulai mengalami penurunan produksi akibat dari menurunnya minat wisatawan menggunakan produk tersebut. Pengusaha harus mampu berinovasi untuk memenuhi kendala yang datang dengan risiko ini, sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya fokus sebagai souvenir atau perhiasan biasa.

Celuk Sukawati sebagai salah satu daerah yang sangat terkenal yang ada di Bali, memiliki pengusaha UMKM dibidang perak yang sangat banyak, mulai dari produksi rumahan sampai skala besar. Namun, kelompok pengusaha mikro tersebut mengalami kendala dalam memasarkan produknya. Mengacu pada hasil pra survey/wawancara terhadap pengusaha mikro di bidang perak, sebagian besar mereka menyebutkan bahwa minat wisatawan asing sudah mulai menurun. Begitu juga dengan masyarakat lokal. Pada masa tren batu akik, banyak sekali masyarakat memesan gagang cincin. Namun seiring mulai mudarnya tren tersebut, maka menurun pula pesanan masyarakat. Kurangnya kemampuan inovasi para pengusaha mikro ini, karena mereka lebih banyak memproduksi sesuai dengan apa yang mereka ketahui dan dapatkan sebelumnya, sehingga produk yang dihasilkan kesannya itu itu saja dan membosankan.

Masalah yang dihadapi para pengerajin perak berskala mikro, berakibat pada kurang maksimalnya penghasilan yang didapat, padahal berada pada area emas pariwisata. Pembiaran terhadap masalah ini, akan secara langsung berdampak pada melemahnya perekonomian masyarakat, dan penurunan kesejahteraan keluarga mereka. Darsana & Wijaya (2016) menyebutkan bahwa Sumber Daya Manusia atau tenaga kerja sektor kepariwisataan di Indonesia, terkhusus di pulau Bali harus memiliki kompetensi dasar. Maka dalam hal ini sangat perlu untuk dapat memberikan pembinaan dan pelatihan khususnya mengenai kemampuan untuk berinovasi yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar, dengan menyoroti kepentingan kebudayaan dan keagamaan. Hal ini sangat perlu mengingat masyarakat Bali, khususnya yang bergama Hindhu masih sangat kental memegang warisan budaya, dan adat istiadat yang masih dijalankan sampai sekarang. Penerapan strategi inovasi yang terdiri dari orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk dan implementasi inovasi berpengaruh secara serentak terhadap kinerja operasional pada sentra pengerajin perak (Pratama, 2014).

Dalam mengimplementasikan pelaksanaan pembinaan terhadap para pengerajin perak berskala mikro, maka kerjasama bersama dengan mitra sangat diperlukan. Mitra disini terdiri dari kelompok pengusaha mikro di bidang pengerajin perak, sehingga dapat diketahui kondisi nyata di lapangan yang menjadi permasalahan mitra. Mengacu pada hasil pra survey kepada mitra, didapatkan adanya permasalahan, yaitu 1) Kurangnya pengetahuan mitra mengenai kemampuan inovasi; 2) Kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran secara online. Solusi yang dapat diberikan atas masalah yang ditemukan, yaitu 1) Program pembinaan mengenai kemampuan inovasi agar produk yang dihasilkan dapat berguna sebagai pelengkap untuk upacara keagamaan umat Hindu; 2) program pembinaan untuk bisa memanfaatkan teknologi Smart Phone sebagai alat untuk pemasaran produk. Pelatihan lebih difokuskan pada pengembangan produk dengan mengedepankan kearifan lokal akan mampu membangun bisnis yang berkelanjutan (Andi et al., 2022). Kemampuan dalam memanfaatkan website dan media promosi untuk memperluas are pemasaran (Jayendra et al., 2022).

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian ini menggunakan metode diawali dengan mencari tahu tentang gambaran umum situasi masyarakat, mengidentifikasi permasalahan, dan bagaimana program tersebut dilaksanakan. Survey awal dilakukan agar diperoleh gambaran umum daerah sasaran. Sumber pengumpulan Informasi pada setiap sasaran dilakukan melalui: konsultasi, konsolidasi, dan wawancara kepada sumber utama/key person. Proposal yang dibuat didasarkan pada data yang diperoleh dan dituangkan pada bagian analisis situasi dan kelayakan dari pelaksana, serta mitra sasaran. Model partisipatory rural appraisal (PRA) digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan pada program Sumber Daya Manusia, Sumber Daya Alam, Sarana dan Prasarana. PRA juga digunakan untuk merumuskan program dan pendanaan dilakukan secara terarah dengan melibatkan masyarakat pengerajin perak skala mikro. Dengan demikian dalam merumuskan masalah, mengatasi masalah, penentuan proses dan kriteria masalah harus mengikutsertakan bahkan ditentukan oleh masyarakat/kelompok sasaran (Semara et al., 2023).

Dengan menggunakan model TRA diharapkan: 1) masalah dapat diidentifikasi secara tepat, mengacu pada persepsi, kehendak, kemampuan dan kebutuhan mitra, 2) dapat menumbuhkan kekuatan (empowering) kelompok pengerajin perak skala mikro, sehingga berpengalaman dalam merancang, melaksanakan, mengelola dan mempertanggungjawabkan upaya peningkatan ekonomi dan usahanya, dan 3) mampu memanfaatkan sumber daya secara efektifitas dan efisiensi untuk kelompok pengerajin perak skala mikro.

Langkah selanjutnya, analisis lapangan dilakukan dengan memetakan batasan dan ketersediaan berbagai sumber daya, sarana dan prasarana, serta jenis usaha yang ada di masyarakat. Selain itu, terdapat berbagai bentuk ketimpangan dan kemiskinan yang mendalam, baik yang bersifat alamiah, struktural, maupun kultural. Berdasarkan identifikasi permasalahan, disusun berbagai rencana profil daerah dalam bentuk program aksi. Pada tahap akhir diberikan pelatihan, bimbingan dan tindak lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PKM ini menargetkan pada peningkatan kemampuan para pengerajin perak skala mikro dalam hal kemampuan untuk inovasi dan kemampuan dalam memanfaatkan smart phone sebagai sarana untuk mempromosikan produk yang dihasilkan. Selain itu, dengan meningkatnya kemampuan mereka, maka dapat meningkatkan kepercayaan, memaksimalkan pendapatan dari hasil kenaikan grafik penjualan.

Kegiatan program ini terlaksana dengan baik dimana pelaksanaannya dapat berjalan dengan lancar. Hal ini karena didukung oleh beberapa pihak yakni Rektor IPB Internasional dan Yayasan Dharma Widya Ulangun yang memberikan bantuan pendanaan sehingga program pelatihan dapat berjalan dengan baik. Pemberian pelatihan kepada pengerajin perak skala mikro agar mampu meningkatkan kompetensi dan kemampuan dalam inovasi dan pemanfaatan *smartphone* sebagai sarana pemasaran produk perak yang dihasilkan. Tentunya hal ini sangat penting karena informasi akan cepat tersampaikan ke konsumen melalui media sosial yang digunakan, dan dapat melihat atau mengetahui tampilan produk dengan inovasi terbaru, dan diharapkan akan mempengaruhi loyalisme konsumen dan pembelian kembali di kemudian hari.



Gambar 1. Proses Pendampingan Pengerajin Perak Skala Mikro

Berdasarkan hasil penelitian Wijaya & Rahmayanti (2023) menyebutkan bahwa kapabilitas inovasi dapat meningkatkan kinerja usaha, sehingga untuk mitra kami memberikan model inovasi yang dilakukan untuk bisa bertahan dan meningkatkan omzet penjualannya. Adapun inovasi yang dilakukan antara lain inovasi produk, layanan, dan pemasaran. Inovasi produk yang dilakukan yaitu ditawarkannya variasi produk baru yaitu badong /liontin, kalung dan gelang untuk bayi, serta bagi yang ingin mengukir nama anak pada liontin ataupun aksesoris lainnya juga bisa. Hal ini dilakukan untuk dapat menawarkan produk yang bervariasi dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Produk baru yang ditawarkan ini bertujuan untuk dapat meningkatkan penjualan. Pada saat pandemi terjadi penurunan ekspor produk sehingga mitra mengandalkan penjualan secara lokal. Salah satu ceruk pasar yang ada yaitu konsumen yang akan melakukan upacara tiga bulanan. Konsumsi pasar untuk aksesoris pada masa pandemi yang merupakan kebutuhan tersier mengalami penurunan yang signifikan. Namun dalam budaya Bali terdapat rangkaian upacara yang biasa dilakukan untuk memperingati tiga bulanan dari bayi. Dalam upacara ini biasanya orang tua membutuhkan aksesoris untuk bayi mereka seperti badong, gelang, atau liontin. Produk itu ada yang berbahan emas namun tentunya dengan harga yang lebih mahal. Pada masa sekarang dimana masyarakat cenderung mengurangi pengeluaran mereka biasanya mencari alternatif yang lebih murah. Sehingga produk badong /liontin, kalung dan gelang yang berbahan perak sehingga harganya lebih murah dan tetap berkualitas. Untuk yang ingin lebih premium juga ditawarkan produk yang dilapisi emas.



Gambar 2. Produk yang Dihasilkan Berdasarkan Pendampingan Dibidangan Kemampuan Inovasi

Inovasi layanan yang dilakukan yaitu menawarkan variasi pengiriman barang dengan jasa ekspedisi yang lebih bervariasi seperti JnT, JNE, ataupun secara instan melalui Gojek atau Grab. Dengan dilakukannya hal ini, konsumen yang berada di luar Bali tentunya bisa membeli produknya dan konsumen yang ada di Bali dan jika membutuhkannya di hari yang sama juga bisa melalui pengiriman instan. Inovasi layanan lainnya yaitu ditawarkannya layanan *service* untuk produk yang dibeli. Layanan *service* ini juga bisa didapatkan secara gratis dengan memberikan *review* pada Google Business. Hal ini juga sekaligus menjadi inovasi pemasaran, karena untuk mendapatkan gratis *service*, konsumen harus mereview Google Business.

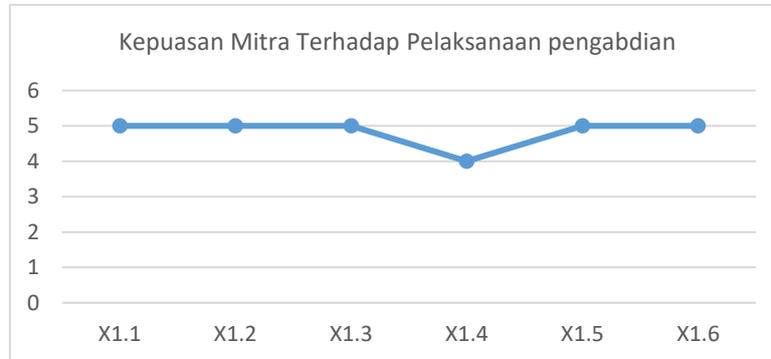


Gambar 3. Layanan Service Untuk *Review* Atas Produk

Inovasi pemasaran lain yaitu mulai menggunakan instagram ads untuk memperluas eksposur dan jangkauan pasarnya, dengan instagram ads pemasaran juga lebih efektif karena masyarakat lebih banyak melakukan belanja secara *offline* dan juga dengan adanya fitur untuk menarget pasar tertentu, biaya yang dikeluarkan untuk iklan menjadi efektif dan efisien

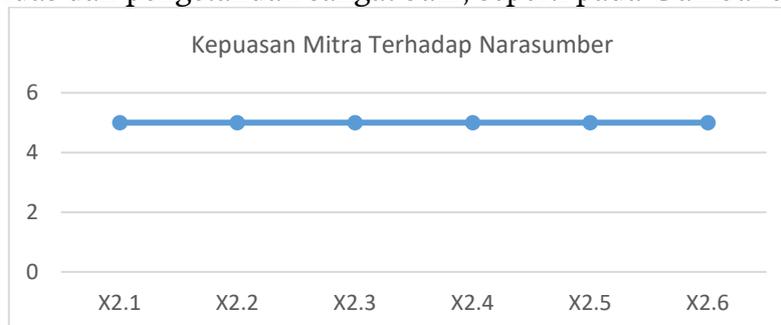
Untuk mengetahui tingkat efektifitas dan keberhasilan program pelatihan-pendampingan yang dilakukan, maka panitia kegiatan perlu melakukan evaluasi dengan cara observasi. Terdapat dua aspek pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui kepuasan mitra dengan menilai panitia sebagai pelaksana PKM dan narasumber yang dilibatkan pada kegiatan tersebut. Hasil evaluasi yang diberikan oleh mitra terhadap pelaksanaan kegiatan pelatihan mendapatkan penilaian baik. Penilaian ini tidak terlepas

juga dari antusias mitra sebagai peserta pelatihan dan tetap semangat mengikuti sampai sesi berakhir. Poin penilaian terdiri atas: 1) waktu pelaksanaan, 2) Penyajian materi, 3) kesesuaian materi dengan yang diharapkan, 4) tempat pelaksanaan, 5) fasilitas dan sarana pendukung pelatihan, 6) manfaat yang didapat atas pelatihan. Banyaknya feed back positif dari mitra terhadap materi dan kegiatan pelatihan pendampingan yang diberikan, hasilnya seperti dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kepuasan Mitra Terhadap Pelaksanaan Pengabdian

Berdasarkan penilaian dari mitra terhadap narasumber, dapat diartikan bahwa narasumber yang dilibatkan pada program ini memiliki kompetensi yang cukup tinggi. Hal ini terlihat dari penilaian sangat baik yang diberikan mitra sebagai peserta pelatihan. Kategori sangat baik diberikan oleh mitra kepada pelaksana/narasumber PKM. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaksana atau panitia PKM serta narasumber yang terlibat pada kegiatan tersebut memiliki kemampuan dan kompetensi; 1) Kemampuan tersebut ditunjukkan dengan dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan baik, 2) kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan mitra, 3) memiliki kemampuan dengan baik dalam bekerjasama, 4) cepat tanggap dan cakap dalam memberikan solusi atas keluhan mitra, 5) memiliki berkomitmen tinggi dalam menyelesaikan program PKM, dan 6) memiliki wawasan yang luas dan pengetahuan sangat baik, seperti pada Gambar 5.



Gambar 5. Kepuasan Mitra Terhadap Narasumber

Pelaksanaan program pelatihan PKM mampu memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap pengerajin perak skala mikro yang ada di Celuk Sukawati. Hal ini terlihat dari peningkatan kemampuan dan pemahaman mereka terhadap inovasi dan juga keterampilan dalam memanfaatkan telepon pintar sebagai sarana promosi dan pemasaran. Hasil produk semakin beragam dan multi fungsi, sehingga sangat menarik minat Konsumen. Ketertarikan minat konsumen ini terbukti dengan semakin meningkatnya penjualan. Hal ini juga tidak terlepas dari pemanfaatan telepon pintar serta sistem pemasaran dengan memanfaatkan media sosial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program PKM ini terlaksana sesuai rencana dan harapan, karena dampaknya sangat baik dan bermanfaat bagi pengerajin perak skala mikro di desa Celuk Sukawati. Hasil dari pemberian pemahaman dan pelatihan dibidang kemampuan inovasi dan pemanfaatan media sosial melalui telepon pintar untuk sarana promosi dan pemasaran. Para pengerajin perak berskala mikro menjadi lebih kompeten sehingga mampu meningkatkan kinerjanya. Dampak secara langsung yang dirasakan adalah adanya kepuasan atas produk yang dihasilkan dan luasnya jangkauan promosi melalui media sosial. Hal ini akan memberikan kontribusi terhadap (Darsana & Wijaya, 2016) peningkatan pendapatan para pengerajin perak skala mikro di daerah Celuk Sukawati, Gianyar Bali. Manfaat yang sangat besar didapatkan oleh peserta pelatihan, karena kegiatan ini telah memberikan semangat untuk terus berproduksi dengan segala kebaruan produk yang dihasilkan, menumbuhkan keyakinan dalam diri pengerajin perak skala mikro bahwa usahanya akan tetap berkelanjutan, dan semakin kaya dengan gagasan-gagasan baru sehingga produk yang dihasilkan dapat memberikan kepuasan baik kepada pengerajin juga kepada masyarakat sebagai pengguna produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Rasa syukur yang luar biasa dipanjatkan kehadirat Sang Pencipta, karena atas karunia-Nya kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat diselesaikan dengan baik. Terima kasih yang sebesar besarnya kepada Rektor Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional dan Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) atas segala memotivasi dan dukungan yang diberikan, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini selesai dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kementerian Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif, atas dukungan yang diberikan kepada para pengerajin skala mikro.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andi, W. M., Lestari, D., Semara, I. M. T., Parwati, K. S. M., & Wijaya, N. S. (2022). Meningkatkan kompetensi pengelola bumdes pada manajemen bisnis dan manajemen keuangan bumdes “panca artha mandiri” pemerintah desa dangin puri kauh denpasar bali. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 2(1), 49–56.
- [2] Darsana, I. M., & Wijaya, N. S. (2016). Akselerasi Penetapan Standar Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) Kepariwisata untuk Menghadapi Era MEA yang Sedang Bergulir. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 7(1), 83–88.
- [3] Jayendra, P. S., Ekasani, K. A., Wardana, M. A., & Wijaya, N. S. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Pada Produksi dan Pemasaran Gula Aren di Desa Pedawa, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 573–580.
- [4] Pratama, N. (2014). *Pengaruh Penerapan Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional (Studi Pada Sentral Pengerajin Perak Kotagede Yogyakarta)*. UPN “VETERAN” YOGYAKARTA.
- [5] Semara, I. M. T., Suwintari, I. G. A. E., Purnaya, I. G. K., & Saputra, I. P. D. A. (2023). Pelatihan Layanan Prima Untuk Kelompok Pedagang Muda. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 3(2), 117–123.
- [6] Wijaya, N., & Rahmayanti, P. (2023). The role of innovation capability in mediation of COVID-19 risk perception and entrepreneurship orientation to business performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 227–236.