

## **UPAYA PENINGKATAN KUALITAS DAN PEMASARAN PRODUK PATUNG PARAS UKM KANDIYASA SCULPTURE DI DESA SINGAPADU KALER, SUKAWATI, GIANYAR**

**Ni Kadek Wanda Toshinori<sup>1)</sup>, I Gede Cahyadi Putra<sup>2)</sup>, I Made Tamba<sup>3)</sup>**

<sup>1, 2)</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

<sup>3)</sup> Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: gdcahyadi@unmas.ac.id

### **ABSTRAK**

Pulau Bali merupakan salah satu daerah yang memiliki lapisan batu paras di beberapa wilayahnya. Batu paras digunakan untuk bahan bangunan tradisional Bali dan juga untuk bahan kerajinan ukir. Kerajinan ukir dari batu paras berkembang di Bali sejak tahun 1915 tepatnya di daerah Gianyar, Tabanan dan Badung. Pada masa pandemi Covid-19 ini, banyak berdampak pada pengusaha-pengusaha lokal di Bali termasuk usaha kerajinan patung paras Kandyasa Sculpture di Desa Singapadu Kaler, Sukawati, Gianyar tepatnya di Banjar Silakarang. UKM patung patung paras Bapak Kandi mengalami penurunan produksi, sebelum pandemi pengusaha mampu memproduksi 6 hingga 10 patung yang berukuran sedang dalam 1 bulan. Berdasarkan hasil observasi, pengusaha mengalami penurunan omzet penjualan, khususnya peminat kerajinan patung paras Bapak Kandi menjadi berkurang. Kendala yang dialami pengusaha yaitu kurang maksimalnya penerapan protokol kesehatan, pembukuan dan SOP. Melihat kondisi tersebut, Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar hadir membawa misi untuk membantu pengusaha Kandyasa Sculpture dapat meningkatkan penjualannya secara maksimal, menerapkan protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran virus Covid-19, pembuatan pembukuan, dan tersedianya SOP.

Kata Kunci: kesehatan, patung, penjualan

### **ANALISIS SITUASI**

Pulau Bali merupakan salah satu daerah yang memiliki lapisan batu paras di beberapa wilayahnya. Batu paras digunakan untuk bahan bangunan tradisional Bali dan juga untuk bahan kerajinan ukir. Kerajinan ukir dari batu paras berkembang di Bali sejak tahun 1915 tepatnya di daerah Gianyar, Tabanan dan Badung. Keberadaannya hampir sama dengan kerajinan ukir kayu. Tetapi seiring dengan perkembangan pariwisata Bali yang sangat pesat, maka sekitar tahun 1990 permintaan akan hasil kerajinan ukir batu paras juga mengalami peningkatan. Namun semakin lama ketersediaan batu paras semakin berkurang, akibat harga batu paras menjadi sangat mahal. Oleh karena itu, beberapa perajin patung berusaha mencari membuat alternatif bahan batu paras alam. Sejak dikenalnya seni pahat banyak perajinan patung memproduksi beragam jenis patung dari batu paras.

Di Desa Singapadu Kaler, Sukawati, Gianyar tepatnya di Banjar Silakarang terdapat seorang pengusaha patung paras yang bernama Bapak I Wayan Kandyasa. Bapak Kandi ini sudah membuat kerajinan patung paras dari SMA hingga lulus S1

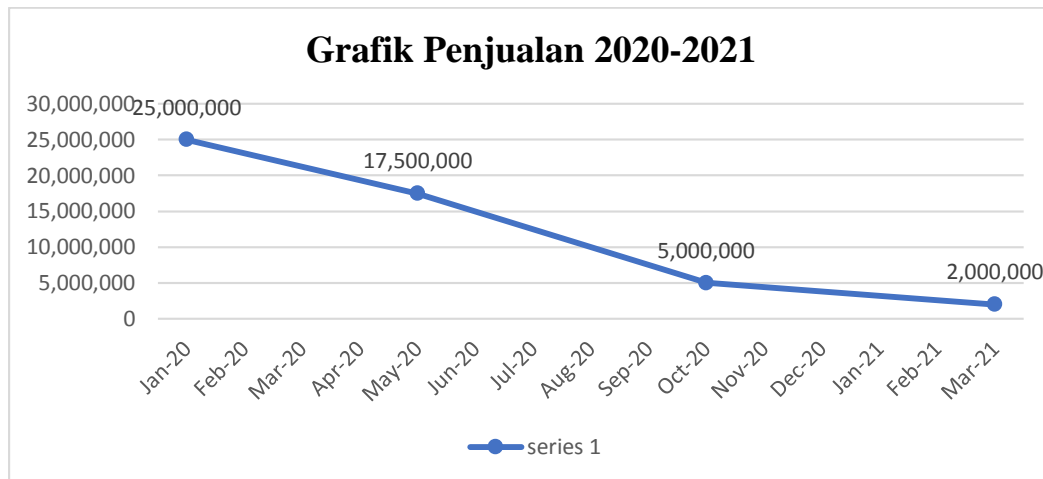
Seni Rupa. Setelah menyelesaikan kuliahnya Bapak Kandi mulai memproduksi beberapa kerajinan patung paras dan memajangkannya langsung di depan rumah untuk dipasarkan. Setelah beberapa tahun menjalankan usaha kerajinan patung paras ternyata usaha Bapak Kandi ini berjalan dengan lancar dan banyak konsumen yang berdatangan langsung ke tempat usaha tersebut untuk melihat beberapa kerajinan patung yang dibuat oleh Bapak Kandi. Bapak Kandi memulai membuat papan nama “KANDIYASA SCULPTURE” agar mudah diingat oleh konsumen dan beliau memproduksi lebih banyak patung dan bermacam-macam jenis patung lainnya. Adapun jenis patung yang diproduksi oleh beliau ialah patung kodok, ganesha, buddha, dan masih banyak lainnya. Bapak Kandi juga memperkerjakan 3 orang untuk membantunya memproduksi kerajinan patung paras yang dibuatnya. Setiap bulannya Bapak Kandi memproduksi beberapa kerajinan patung kodok atau katak yang berukuran sedang karena patung kodok diminati oleh sebagian konsumen untuk hiasan kolam mereka dan harga satuan patung tersebut mencapai hingga Rp. 500.000.

Di masa pandemi Covid-19 ini, banyak berdampak pada pengusaha-pengusaha lokal di Bali termasuk usaha kerajinan patung paras Bapak Kandi. Dimana usaha kerajinan patung paras Bapak Kandi yang mengalami penurunan produksi. Sebelum pandemi beliau mampu memproduksi 6 hingga 10 patung yang berukuran sedang dalam 1 bulan. Namun, karena adanya pandemi Covid-19 produksi kerajinan patung paras Bapak Kandi mengalami penurunan dan peminat patung berkurang.

Di masa pandemi Covid-19, pemerintah menghimbau kepada masyarakat untuk tetap berada di rumah, menjaga jarak, memakai masker dan rutin mencuci tangan. Pemerintah pun membatasi jam buka operasional usaha yang ada. Dimana, semua tempat umum, usaha mikro maupun usaha makro harus tutup sebelum jam 9 malam. Hal ini menyebabkan para konsumen khususnya peminat kerajinan patung paras Bapak Kandi menjadi berkurang. Para peminat kerajinan patung paras pun menjadi kurang leluasa untuk melihat-lihat hasil kerajinan patung paras secara langsung dan takut terkena virus Covid-19 ketika mereka hendak mengunjungi tempat produksi kerajinan patung paras.

Oleh karena itu, Bapak Kandi harus bisa memasarkan kerajinan patung parasnya lebih efisien dan efektif agar produksi kerajinan patung paras beliau tetap lancar di masa pandemi ini. Beliau juga harus menerapkan 3M (memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak minimal 1 meter) kepada semua konsumen atau pengunjung dan para pengerajin patung paras di lokasi produksi kerajinan patung parasnya.

Di era globalisasi ini, penggunaan teknologi seperti laptop dan *handphone* semakin berkembang. Dengan adanya teknologi ini, semua orang bisa melakukan komunikasi jarak jauh. Terdapat banyak *Platform* sosial media yang dapat digunakan oleh masyarakat seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhastApp*. Hal tersebut memudahkan proses jual beli suatu produk oleh para konsumen dan pedagang di masa pandemi Covid-19 ini.



Gambar 1. Grafik Penjualan Kandyasa Sculpture Tahun 2020-2021

Berdasarkan grafik diatas, maka dapat dilihat terjadi penurunan jumlah penjualan pada di bulan Januari 2020 sampai Maret 2021 yaitu dari 10 patung menjadi 2 patung sebulan. Setiap bulan jumlah penjualan terus mengalami penurunan sehingga menyebabkan minimnya pendapatan di peroleh mitra.

#### PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi lapangan, adapun permasalahan-permasalahan yang muncul di Kerajinan Patung Paras Kandyasa Sculpture di Desa Singapadu Kaler khususnya di Banjar Silakarang yaitu:

- 1) Kurang maksimalnya penerapan protokol kesehatan yang dilakukan di tempat usaha, oleh sebab itu peminat patung paras menjadi berkurang karena konsumen merasa kurang nyaman dan khawatir akan terjadinya penyebaran virus Covid-19.
- 2) Menurunnya penjualan kerajinan patung paras di masa pandemi Covid-19 dan kurangnya strategi pemasaran melalui sosial.
- 3) Pembuatan SOP pada tempat usaha kerajinan patung paras.
- 4) Belum adanya pencatatan pembukuan yang mencatat usaha kerajinan patung paras Kandyasa Sculpture.

#### SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan hasil observasi di atas, maka solusi yang diberikan pada pengabdian masyarakat yaitu:

- 1) Pembuatan poster mencuci tangan pada tempat usaha kerajinan patung paras, agar pengusaha dan karyawan mengetahui betapa pentingnya mencuci tangan yang baik dan benar.
- 2) Melakukan penyemprotan disinfektan secara teratur 1 minggu sekali sehingga tempat usaha menjadi steril dan bebas dari bahaya penularan Covid-19.

- 3) Pembuatan SOP dalam proses produksi patung sehingga pengusaha dan karyawan mengetahui tahap tahap dalam proses pelaksanaan kerajinan patung paras yang benar.
- 4) Pembuatan dan pemeliharaan beberapa akun media sosial seperti IG dan FB, dan dapat meningkatkan omzet penjualan.
- 5) Membantu dalam pembuatan pembukuan yang sederhana, sehingga pengusaha memiliki pencatatan penjualan produk kerajinan patung parasnya.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan untuk kegiatan pemasaran melalui media sosial di beberapa *Platform* seperti IG, FB dan peningkatan kualitas produk KANDIYASA SCULPTURE dengan menerapkan protokol kesehatan yaitu:

- 1) Metode diskusi, dilakukan untuk mengetahui masalah yang ada dan berusaha untuk memecahkan atau mencari jalan keluar untuk masalah tersebut.
- 2) Metode pendampingan, dilakukan untuk lebih memberikan pengarahan terhadap pengusaha dalam pelaksanaan penyemprotan disinfektan dan pemasangan poster di tempat usaha pada tanggal 7 Maret s/d 4 April 2021, pembuatan pembukuan sederhana dan pemeliharaan media sosial agar pengusaha terlatih dalam memasarkan produknya di beberapa *Platform*.
- 3) Program evaluasi yang dilaksanakan pada 14 April 2021 bertujuan untuk melihat apakah kegiatan yang dilakukan sudah sesuai harapan atau belum sehingga apabila belum sesuai harapan dapat diperbaiki dan di sempurnakan lagi.
- 4) Program keberlanjutan bertujuan untuk memantau kegiatan yang sudah dilakukan agar tetap dilanjutkan lagi oleh mitra.

#### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAAN**

Secara kualitatif hasil kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Singapadu Kaler, Sukawati, Gianyar tepatnya di Banjar Silakaran pada UKM KANDIYASA SCULPTURE dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan harapan. Hal ini terbukti dengan tercapainya beberapa program yang telah dilaksanakan. Program kerja yang telah tercapai antara lain:

- 1) Melakukan Penyemprotan Disinfektan Di Sekitar Tempat Usaha

Pada masa pandemi seperti sekarang ini, sangat penting kepada pelaku UKM menerapkan protokol kesehatan, dengan melakukan penyemprotan disinfektan guna mencegah penyebaran virus Covid-19. Dengan melakukan penyemprotan disinfektan, bertujuan agar pelaku usaha bisa menerapkan protokol kesehatan di sekeliling tempat usaha.



*Gambar 2. Penyemprotan Disinfektan*

2) Pemasangan Poster Tentang Protokol Kesehatan Di Era New Normal

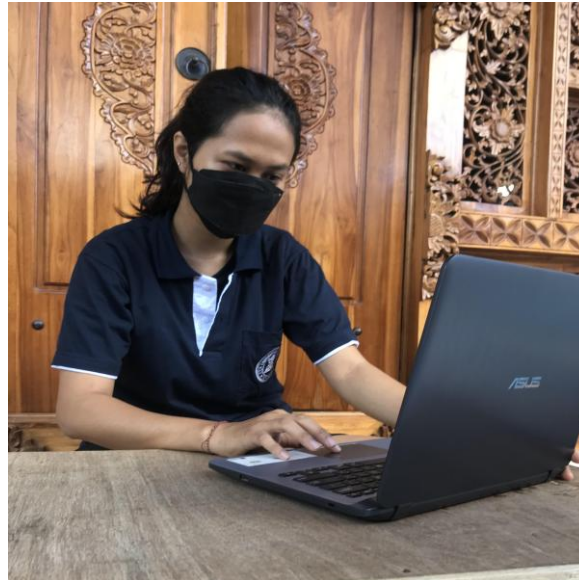
Pada masa pandemi seperti sekarang ini, sangat penting kepada pelaku UKM menerapkan protokol kesehatan. Pemasangan poster ini bertujuan agar pelaku UKM dapat mengetahui dan memahami tentang penerapan protokol kesehatan di era new normal.



*Gambar 3. Pemasangan Poster*

3) Pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP) Untuk Produksi Patung Paras

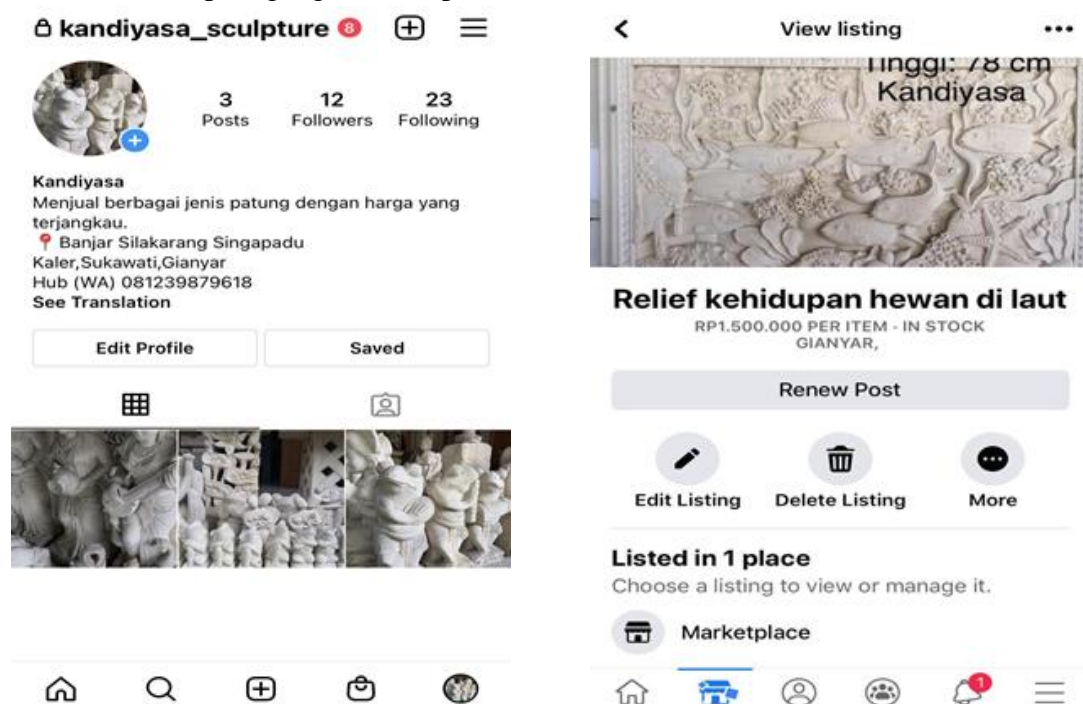
Kegiatan pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP) bertujuan untuk memudahkan pelaku usaha dalam proses produksi patung-patungnya, didalam SOP terdapat tata cara dalam proses pembuatan dari mulai memotong, menggambar, dan sampai memahatnya. Dengan begitu kualitas patung sangat terjamin dan terjangkau.



Gambar 4. Pembuatan SOP

#### 4) Pembuatan dan Pelatihan Akun Media Sosial Seperti Instagram dan Facebook

Di era globalisasi ini, penggunaan teknologi seperti laptop dan *handphone* semakin berkembang. Dengan adanya teknologi ini, semua orang bisa melakukan komunikasi jarak jauh. Terdapat banyak *Platform* media sosial yang dapat digunakan oleh masyarakat seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhastApp* dll. Hal tersebut sangat baik bagi pelaku UKM untuk memudahkan proses jual beli suatu produk oleh para konsumen dan pedagang di masa pandemi Covid-19 ini.



Gambar 5. Akun Media Sosial

5) Pelatihan Tentang Pencatatan dan Pembukuan Sederhana

Pembukuan sudah tidak asing lagi bagi pelaku UKM. Dimana pembukuan adalah Pencatatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang berisi setiap transaksi baik pengeluaran maupun pendapatan. Di pengabdian masyarakat pelaku UKM KANDIYASA SCULPTURE mendapat pelatihan tentang pembukuan sederhana yang bertujuan agar pelaku UKM memahami betul dan bisa mencatat transaksi yang dilakukan agar tersusun dengan rapi. Dengan begitu pelaku UKM bisa dengan mudah menghitung pendapatan dan pengeluarannya.



*Gambar 6. Pelatihan Pembukuan*

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan Upaya Peningkatan Kualitas Dan Pemasaran Produk UKM Patung Paras Kandyasa Sculpture di Desa Singapadu Kaler, Sukawati, Gianyar tepatnya di Banjar Silakarang pada Pandemi Covid-19 ini dengan membantu masyarakat sasaran dengan cara memasarkan produk patung parasnya melalui media sosial di beberapa Platform seperti IG dan FB. Hal tersebut memudahkan proses jual beli suatu produk oleh para konsumen dan pedagang di masa pandemi Covid-19 ini. Program kerja ini dapat diterima baik oleh UKM sasaran, mengingat menurunnya omset penjualan mereka di tengah Pandemi Covid-19 ini. Program kerja yang saya laksanakan dapat berjalan dengan baik dan sesuai rencana.

Saran yang dapat diberikan kepada pengusaha kerajinan patung paras KANDIYASA SCULPTURE agar lebih memanfaatkan media sosial untuk proses pemasaran secara online maupun offline, mitra diharapkan selalu mengupdate foto-foto patung terbaru yang nantinya akan diunggah di media sosial dan dilihat langsung oleh si konsumen. Program pengabdian masyarakat Unieversitas Mahasaraswati Denpasar telah terealisasi 100% besar harapan kami agar setelah ini kegiatan yang telah dilakukan dapat diteruskan untuk mencegah penyebaran Covid-19.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2001. *Perilaku Konsumen*. Graha Ilmu: Yogyakarta. Diunduh pada tanggal 3 Maret 2021 <http://eprints.stiperdharmawacana.ac.id/157/1/Manajemen-Pemasaran-Agustina-Shinta.pdf>
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran (Edisi 12 jilid 2). Benyamin Molan (penerjemah). Marketing Management*. PT. Indeks: Jakarta. Diunduh pada tanggal 3 Maret 2021 <http://eprints.stiperdharmawacana.ac.id/157/1/Manajemen-Pemasaran-Agustina-Shinta.pdf>
- Lembaga Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat UNMAS Denpasar. (2021). *Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Peduli Covid-19 Universitas Mahasarwati Denpasar*. LPPM:Denpasar.
- Supplay Chan Indonesia. (2021). *Strategi Pemasaran Untuk Pelaku UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19*. Diunduh pada tanggal 8 Maret 2021 pada <https://supplychainindonesia.com/strategi-pemasaran-untuk-pelaku-umkm-di-tengah-pandemi-covid-19/>
- Wahyujatmiko, S., dan Hadi, I. Y. (2018). *Manajemen Pemasaran Online Makaroni Huhhah Yogyakarta*. Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi. Vol 9, No 2. Diunduh pada tanggal 8 Maret 2021 pada <https://journal.umy.ac.id/index.php/bti/article/view/5461>