

OPTIMALISASI PENJUALAN USAHA PATUNG KAYU DI TENGAH WABAH COVID-19 DI DESA SINGAKERTA UBUD

**I Dewa Ayu Gita Wardaning Putri¹⁾ Komang Dian Puspita Candra²⁾ Made
Henra Dwikarmawan Sudipa³⁾**

^{1,2,3)}Fakultas Bahasa Asing Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: dianpuspitacandra@unmas.ac.id

ABSTRAK

Saat ini banyak UMKM yang harus gulung tikar dan merubah profesinya sebagai dampak dari pandemi Covid 19. Usaha patung kayu yang umumnya ditemukan dijalanan Desa Singakerta Ubud mengalami penurunan penjualan baik secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan hasil observasi tim pelaksana pengabdian, usaha patung kayu ini sangat bertumpu pada pariwisata. Sebelum masa pandemi produksi patung kayu dilakukan berdasarkan pesanan dari wisatawan atau membuat stok produk untuk dipajang di artshop. Dengan adanya covid-19 menyebabkan perubahan drastis untuk produksi karena lumpuhnya pariwisata di Bali Hal ini lah yang membuat beberapa usaha patung kayu yang ada di Desa Singakerta Ubud terpaksa untuk gulung tikar. Solusi yang ditawarkan oleh tim pelaksana pengabdian untuk permasalahan tersebut yaitu, 1) membuka wawasan para pemilik usaha untuk melakukan inovasi terhadap produk yang dijual sehingga masyarakat setempat juga mampu membelinya. 2) Memberikan pelatihan tentang tata cara pembuatan dan penggunaan media digital seperti *instagram* sebagai media promosi. Target yang ingin dicapai oleh tim pelaksana pengabdian dalam kedua program diatas, yaitu dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sasaran dengan meningkatnya penjualan produk inovasi baru yang bisa dibeli oleh masyarakat lokal sehingga dapat berguna untuk kehidupan sehari – hari serta meningkatkan kemampuan melakukan pemasaran secara online sehingga dapat memperluas pemasaran. Hasil yang diperoleh setelah pelaksanaan pengabdian adalah para pemilik usaha memiliki keberanian untuk memproduksi produk baru seperti meja, kursi dan lemari kayu yang diminati masyarakat lokal. Promosi menggunakan media sosial dapat membantu para pemilik usaha untuk memasarkan produk kayu yang mereka miliki ke luar negeri.

ANALISIS SITUASI

Desa Singakerta merupakan salah satu desa dari 8 desa yang ada di kecamatan Ubud. Pada saat pandemi covid-19 melanda, banyak UMKM yang berlokasi di kecamatan Ubud harus gulung tikar atau merubah usahanya karena kurangnya penjualan yang di dapat. UMKM menurut Rudjito (2003) adalah usaha kecil yang menjadi sarana bantuan untuk meningkatkan perekonomian bangsa. Desa Singakerta adalah salah satu desa yang ada di Ubud dari dulu hingga kini terkenal dengan produksi patung kayunya. Seperti yang kita ketahui pariwisata di Bali khususnya Ubud saat ini sangat jauh merosot dikarenakan ditutupnya kedatangan internasional di bandara I Gusti Ngurah Rai. Oleh sebab itu usaha patung kayu dan usaha lainnya yang bertumpu

pada pariwisata yang sebelumnya begitu banyak di setiap pesisir jalan di Singakerta Ubud, sedangkan sekarang kebanyakan dari usaha tersebut telah ditutup. Tidak banyak usaha patung kayu yang masih bertahan walau mereka sama sekali tidak memperoleh keuntungan. Pada kesempatan ini tim pelaksana pengabdian melakukan kegiatan dengan masyarakat sasaran adalah para pemilik usaha kayu yang terkena dampak Covid-19 yang sebelumnya bertumpu pada pariwisata khususnya usaha patung kayu yang ada di desa Singakerta. Dalam hal ini tim pelaksana mengusulkan untuk memproduksi barang yang bisa di beli juga oleh masyarakat lokal yang mana tidak hanya bertumpu pada pariwisata. Selain itu pemasaran melalui media digital juga dibutuhkan pada saat adanya pandemi covid-19 karena kebanyakan masyarakat memilih untuk belanja dirumah saja pada saat pandemi untuk meminimalisir tertularnya virus Covid-19. Selain itu adanya promosi menggunakan media digital memudahkan dalam menjangkau pelanggan lebih luas karena media digital itu jangkauannya sangat luas. Dengan adanya inovasi produk dan inovasi promosi menggunakan media digital diharapkan mampu meningkatkan penjualan pada usaha patung kayu yang ada di desa Singakerta Ubud.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang dilakukan, beberapa masalah yang ditemukan antara lain:

- 1) Rendahnya pendapatan yang didapat oleh mitra.
- 2) Kurangnya keberanian mitra tentang inovasi produk yang dapat dijadikan usaha.
- 3) Kurangnya pengetahuan mitra tentang tata cara pembuatan dan penggunaan media promosi digital

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dalam rangka mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra berikut merupakan solusi yang diberikan, antara lain:

- 1) Memberikan pemahaman mengenai inovasi produk yang dapat dibuat agar masyarakat setempat juga mampu membelinya,
- 2) memberikan pelatihan tata cara pembuatan dan penggunaan media digital seperti instagram sebagai media promosi.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode pelaksanaan yang di gunakan dalam merealisasikan program kerja dalam kegiatan pengabdian masyarakat di desa Singakerta Ubud adalah dengan Sosialisasi dan pelatihan.

Sosialisasi di lakukan sebanyak 4 kali dengan topik bahasan seputaran inovasi produk. Kegiatan pelatihan juga dilakukan selama 4 kali mulai dari cara membuat akun digital sebagai media marketing sampai cara menggunakan media digital tersebut.

Kegiatan selanjutnya adalah aplikasi dari ilmu yang sudah dibagikan pada saat sosialisasi dan pelatihan. Pada tahapan ini, partisipasi masyarakat sasaran sangat dibutuhkan. Kegiatan aplikasi ini dilakukan sebanyak 4 kali dengan fokus kegiatan yaitu melakukan pembaharuan produksi kayu seperti pembuatan meja belajar mini yang sangat berpotensi di masa pembelajaran daring saat ini untuk dibeli oleh masyarakat lokal. Selain itu juga dilakukan kegiatan pemolesan produk sehingga patung kayu tetap tampak menarik.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Optimalisasi penjualan usaha patung kayu mitra telah berhasil ditingkatkan dengan menggunakan media digital instagram sebagai media promosi melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan dan partisipasi kelompok sasaran dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang mana spesifikasi kegiatannya telah berlangsung antara lain:



memberikan pemahaman mengenai produk-produk yang sebaiknya di buat untuk dipasarkan di wilayah setempat serta memberikan pelatihan tentang tata cara pembuatan dan penggunaan media sosial instagram sebagai media promosi.



Melakukan kegiatan produksi inovasi produk baru dan menghiasnya agar terlihat menarik oleh masyarakat sasaran juga sudah dilaksanakan dengan baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Singakerta, Kecamatan Ubud Kabupaten Gianyar secara umum sudah terlaksana secara baik dan

lancar. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan penjualan dan perekonomian dari usaha patung kayu milik mitra mengingat nilai beli masyarakat menurun karena adanya pandemi covid-19. Kegiatan yang dilaksanakan yaitu melakukan sosialisasi mengenai produk apa yang sebaiknya dijual pada saat pariwisata turun seperti ini serta memberikan pelatihan cara menggunakan media sosial sebagai media promosi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dikatakan sudah terealisasi 100% dan besar harapan kami agar kegiatan yang telah kami lakukan dapat terus dilakukan oleh mitra agar perekonomian usaha mitra meningkat dan stabil.

DAFTAR PUSTAKA

- Brad, K., & Burrow, J. L. (2005). *E-Commerce Marketing*. Lakewood. Ohio: Toop Floor.
- Haryanto, A. (2021, Februari 21). *Strategi Pemasaran Digital Marketing Yang Dapat Dicoba*. Retrieved from Jojonomic: <https://www.jojonomic.com/blog/pemasaran-digital/>
- Ishak, Effendi. 2005. Artikel: Peranan Informasi Bagi Kemajuan UKM. Yogyakarta: Kedaulatan Rakyat
- Prabowo, Hendro dan Wardoyo. 2003. Kinerja Lembaga Keuangan Mikro bagi Upaya Penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Wilayah Jabotabek. Depok : Universitas Gunadarma.
- Rudjito, 2003. Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis. Makalah yang disampaikan pada seminar peran Perbankan dalam memperkokoh Ketahanan Nasional Kerjasama Lemhanas RI dengan BRI, April.
- Yusu, R. (2020). Peningkatan Kapasitas UMKM kabupaten Gorontalo Utara dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital. Universitas Negeri Gorontalo.