

SISTEM CARI SAKU : CARA UNIK APRESIASI SISWA SMANSAKU SEBAGAI OPSI ALTERNATIF PEMBERDAYAAN KREATIVITAS SISWA GUNA MENINGKATKAN EKONOMI KREATIF

Ni Made Yeni Handayani¹, I Gede Eka Mahendra², Mi Ketut Aprilia
Kusuma Dewi³, Ni Wayan Fahira Aldea Putri⁴, I Made Mouriz Fredrico
Kencana Putra⁵

Email : handayaniyeni16@gmail.com, apriadiadewi3311@gmail.com ,
morisfredrico@gmail.com , fahiraaldea01@gmail.com

SMA Negeri 1 Kuta

ABSTRAK

Kehadiran mata pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan menerapkan model pembelajaran yang riil, *life skill* yang diimplementasikan dengan praktek penciptaan produk kerajinan, problematika yang muncul karena hasil produk kerajinan siswa tidak dimanfaatkan secara optimal, secara garis besar masalah yang dihadapi belum adanya media di SMA Negeri 1 Kuta yang dapat dimanfaatkan langsung oleh siswa sebagai media pemasaran terlebih lagi dengan adanya pandemi. Berangkat dari permasalahan-permasalahan yang ada, solusi yang ditawarkan adalah dengan memanfaatkan Sistem Aplikasi dan Platform yang telah tersedia sebagai media pemasaran produk kerajinan. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan cara kerja, kualitas produk, dan tanggapan *customers* mengenai sistem Cari Saku: Cara Unik Apresiasi Siswa Smansaku. Teknik pengumpulan data yang dijadikan Data Primer dikumpulkan dengan teknik kuesioner mengenai tanggapan *customer* terhadap produk dan kualitas sistem Cari Saku. Data sekunder diperoleh dengan mengadakan studi literatur dan membaca jurnal ilmiah yang relevan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh tiga kesimpulan yaitu, (i) sistem cari saku dapat diakses melalui Instagram *business* dengan mencari *user @carisaku_2020* dilengkapi fitur-fitur yang mendukung transaksi sehingga Cari Saku layak menjadi media pemasaran, (ii) produk yang ditawarkan sudah menyesuaikan dengan kebutuhan pasar, (iii) Cari Sakumendapat sambutan baik dari masyarakat khususnya Kecamatan Kuta.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehadiran mata pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan

(PKWU) yang menjadi mata pelajaran wajib di bangku SMA/SMK merupakan sebuah terobosan yang ditetapkan pemerintah untuk melahirkan jiwa kewirausahaan bagi generasi muda Indonesia. Dalam

penerapannya mata pelajaran PKWU ini terdiri atas empat bidang yaitu budidaya, rekayasa, kerajinan, dan pengolahan. Semua aktivitas itu mengacu pada tiga ranah yaitu pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Saat ini di masa pandemi Covid 19, SMA Negeri 1 Kuta kembali melanjutkan pelaksanaan pembelajaran PKWU dengan memilih produk kerajinan kristik yang dikerjakan oleh siswa kelas XI.

Produk kristik inilah yang selanjutnya dipasarkan ke sektor pariwisata. Adapun produk kristik yang dihasilkan yaitu berupa lukisan tokoh dan lukisan bercorak bunga. Produk kerajinan kristik tersebut dipasarkan oleh siswa melalui sistem yang disebut dengan Cara Unik Apresiasi Siswa Smansaku (Cari Saku). Mengingat karena situasi pandemi Covid 19 yang mewajibkan setiap siswa mematuhi protokol kesehatan dan adanya peraturan pemerintah daerah yang melarang siswa untuk berkerumun maka digunakanlah sistem digital yang dapat diakses secara *online* oleh masyarakat. Dalam kesempatan ini siswa memasarkan produknya melalui aplikasi *e-commerce* yakni dengan memanfaatkan media Instagram dengan nama @carisaku_2020. Sistem Cari Saku ini diterima dengan baik oleh masyarakat khususnya di wilayah Kecamatan Kuta.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana mekanisme kerja Sistem Cari Saku dalam pemberdayaan kreativitas siswa guna meningkatkan ekonomi kreatif?
2. Bagaimana tanggapan *customers* terhadap mekanisme kerja sistem Cari Saku guna meningkatkan ekonomi kreatif?
3. Bagaimana tanggapan *customer* terhadap produk kerajinan yang dijual di sistem Cari Saku?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui mekanisme kerja dari sistem Cari Saku sebagai media penyaluran kreativitas siswa guna meningkatkan ekonomi kreatif.
2. Untuk mendeskripsikan tanggapan *customer* terhadap mekanisme sistem Cari Saku.
3. Untuk mendeskripsikan tanggapan *customers* terhadap produk kerajinan yang diperdagangkan di sistem Cari Saku.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

1. Masyarakat dapat memahami cara kerja Sistem Cari Saku.
2. Sistem Cari Saku dapat menjadi referensi media pemasaran produk kreativitas siswa.
3. Dengan adanya sistem Cari Saku ini masyarakat dapat dengan mudah mencari produk kerajinan yang mereka inginkan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Menumbuhkan kesadaran penting akan kreativitas siswa dalam

pemasaran produk guna meningkatkan ekonomi kreatif di era digital.

2. Mendukung penggunaan serta mengoptimalkan Sistem Cari Saku sebagai media pemasaran produk kreativitas siswa SMANSAKU dikalangan masyarakat.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

Menurut American Marketing Association (AMA) dalam Kotler & Keller (2012.p.27), “Pemasaran adalah suatu aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan bertukar penawaran yang mempunyai nilai bagi konsumen, klien, partner, dan masyarakat umum”.

2.2 Prakarya

Prakarya berasal dari istilah pra dan karya, pra mempunyai makna belum dan karya adalah hasil kerja. Prakarya mempunyai peranan penting dalam pengembangan kreatifitas dan mengembangkan menjadi sebuah inovasi.

2.3 Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dari perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya.

2.4 Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi.

2.5 Aplikasi E-Commerce

Aplikasi *E-Commerce* merupakan sebuah perangkat lunak yang diakses untuk mengkomunikasikan sesuatu atau mempromosikan ataupun menjual produk dan jasa melalui internet.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 2 minggu terhitung pada tanggal 8 Desember 2020 hingga 21 Desember 2020. Lokasi Penelitian yang dipilih penulis ini berlokasi di SMA Negeri 1 Kuta Jalan Dewi Saraswati, Seminyak, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis data penelitian yang digunakan yaitu, data kualitatif dengan menggunakan pemaparan metode deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang relevan dengan permasalahan yang ingin dipecahkan. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dari pembagian kuesioner dan observasi

serta data sekunder diperoleh melalui jurnal ilmiah.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode sebagai berikut:

3.3.1 Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian di SMA Negeri 1 Kuta.

3.3.2 Metode Studi Pustaka

Menggunakan jurnal ilmiah, buku untuk menunjang data sehingga, data yang terkumpulkan semakin lengkap dan mudah untuk diolah.

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dipergunakan penulis yaitu teknik data analisis deskriptif kualitatif yaitu, penjabaran atas semua fenomena yang telah didapatkan saat penelitian sedang berlangsung.

3.5 Teknik Penarikan Kesimpulan

Dalam menarik kesimpulan, penulis menarik data-data yang ada yang ada kemudian diidentifikasi dengan teknik deduktif, yaitu teknik menarik kesimpulan dari hal-hal bersifat umum kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat khusus.

3.6 Populasi dan Teknik Pengumpulan Data

Populasi dan teknik pengumpulan sampel yang digunakan penulis yaitu *Non Probability Sampling* yang merupakan teknik pengumpulan sampel dimana memberi peluang yang sama terhadap anggota populasi berdasarkan kriteria-kriteria subjektif tertentu. Data yang digunakan yaitu, produk kerajinan kristik kelas XI IPA 1-4.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Mekanisme Kerja sistem Cari Saku

Cari Saku merupakan suatu wadah untuk mempromosikan ataupun menjual hasil produk kristik karya siswa SMANSAKU sebagai tindak lanjut proses pembelajaran PKWU dan untuk meningkatkan ekonomi kreatif di era digital melalui aplikasi digital dengan memanfaatkan fitur *Instagram business*. Langkah-langkah yang ditempuh dalam mengakses cari saku diantaranya:

- a) Kunjungi situs web melalui tautan www.instagram.com atau dapat diakses langsung dengan aplikasi Instagram melalui *smartphone*. Carilah akun @carisaku_2020 dalam kolom pencarian.
- b) Selanjutnya *Customers* dapat memilih produk melalui postingan yang sudah dipublikasikan.
- c) Untuk melakukan transaksi konsumen dapat menghubungi *Contact Person (CP)* yang telah tersedia atau melalui *Direct message*

(DM) dan selanjutnya menyepakati proses jual beli.

- d) Pendistribusian produk kerajinan ke tangan konsumen.

4.2 Tanggapan *customer* terhadap sistem Cari Saku

David (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan suatu *system* tertentu dapat mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) menurut Aakers dan Myers (1977) adalah sikap menyukai atau tidak menyukai terhadap penggunaan dalam suatu produk. Dalam mengetahui tanggapan *customers* terhadap mekanisme kerja sistem cari saku kami mengumpulkan data dengan teknik kuesioner. Kuesioner dibagikan pada 10 *customers* pertama dari jumlah total 20 *customers* yang telah menggunakan produk kami.

Berdasarkan tabel hasil rekapitulasi tanggapan *customers*, pada pertanyaan pertama yang berbunyi "Bagaimana menurut anda cara mekanisme kerja sistem cari saku apakah mudah dipahami?" dengan responden yang memilih "ya" sebanyak 8 orang dan memilih "tidak" sebanyak 2 orang. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa *customers* dapat beradaptasi dengan baik dalam mengakses mekanisme kerja sistem cari saku.

Tabel kedua muncul pertanyaan yang berbunyi "Apakah anda menyukai cari saku untuk berbelanja *online*?" dengan responden yang memilih "ya" sebanyak 9 orang dan "tidak" sebanyak 1 orang. Pernyataan ini menunjukkan cari saku menjadi media pemasaran yang disukai oleh para *customers*.

Tabel ketiga muncul pertanyaan yang berbunyi "Apakah kehadiran cari saku memberikan manfaat untuk anda dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga?" dengan responden yang memilih "ya" sebanyak 8 orang dan "tidak" sebanyak 2 orang. Pernyataan tersebut membuktikan cari saku memiliki manfaat yang dapat dirasakan oleh penggunanya untuk memenuhi kebutuhan.

Tabel keempat muncul pernyataan yang berbunyi "Apakah anda juga menyarankan kepada teman-teman atau saudara anda untuk memanfaatkan cari saku?" dengan responden yang memilih "ya" sebanyak 8 orang dan "tidak" sebanyak 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa cari saku merupakan media pemasaran yang baik untuk direkomendasikan kepada masyarakat.

Tabel kelima muncul "Apakah cari saku ini mudah untuk dijangkau oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja?" dengan responden yang memilih "ya" sebanyak 8 orang dan "tidak" sebanyak 2 orang. Hal ini

menunjukkan sistem cari saku dapat diakses dengan mudah oleh semua kalangan tanpa terbatas ruang dan waktu dalam penggunaannya.

Rekapitulasi data kuesioner menunjukkan bahwa sebesar 90% pengguna mengemukakan kenyamanannya setelah melakukan transaksi melalui sistem cari saku. Pernyataan ini diperkuat dengan tidak adanya responden yang memilih opsi (tidak tahu), yang membuktikan bahwa selama proses penggunaan sistem cari saku dalam transaksi para *customers* tidak mengalami kesulitan apapun.

4.1 Tanggapan *customers* terhadap produk kerajinan yang diperjualbelikan

Customers merasa puas dengan hasil produk kerajinan kristik yang diperjualbelikan. Kualitas serta mutu yang dipertahankan menjadi kunci utama produk ini dapat diterima dengan baik di kalangan masyarakat, selain itu produk kerajinan kristik yang dibuat oleh para siswa SMANSAKU memiliki detail yang jelas sehingga produk yang dihasilkan mempunyai nilai estetika yang tinggi sehingga layak jual dipasaran.

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Mekanisme pengoperasian cari saku sangat mudah dan praktis serta

mendapatkan banyak apresiasi dan tanggapan positif dari responden kuesioner, oleh karena itu sistem cari saku ini efektif dan sangat disarankan untuk dijadikan sebagai sarana pendukung ekonomi kreatif di era digital.

2. Adanya sistem cari saku sebagai media pemasaran ternyata sangat direkomendasikan dan mendapat sambutan baik dari masyarakat karena merasa dimudahkan untuk proses transaksi jual beli.
3. Kualitas produk yang dihasilkan dan diperdagangkan melalui sistem cari saku membantu memenuhi kebutuhan pasar dengan nilai jual dan nilai estetika yang tinggi.

5.2 Saran

1. Pengembangan Sistem Cari Saku agar dapat berkolaborasi dengan para instansi terkait serta siswa yang mendalami bidang teknologi untuk meningkatkan fitur serta membuat sistem ini dapat lebih optimal sehingga pemasaran produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas.
2. Dengan adanya sistem ini diharapkan Pemerintah memberikan bantuan berupa dana untuk modal agar dapat meningkatkan kualitas serta mutu produk dan mengapresiasi siswa yang mampu menciptakan produk kerajinan berdasarkan kreativitasnya masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

Hanggono, A. A. (2015). Analisis atas praktek tam (technology acceptance model) dalam mendukung

bisnis online dengan memanfaatkan jejaring sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(1).

Ramadhan, S., & Suciwati, S. (2020). Pengembangan Aplikasi Transaksi Penjualan Di Toko Dunia Laptop Dengan Menggunakan VB. Net 2010. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 4(4).

Pamungkas, C. (2014). *Pelaksanaan Pembelajaran Prakarya dan Kewirausahaan dengan Kurikulum 2013 pada Kelas X di SMA Negeri 1 Teras* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Ayu Lestari, N. (2019). *DAPATKAH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DAPAT MEMPENGARUH I KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DI RUMAH MAKAN DEWI MINANG BANDUNG* (Doctoral dissertation, Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi-Bisnis Universitas Widyatama).

Diandra, D. (2019, August). Program Pengembangan Kewirausahaan Untuk Menciptakan Pelaku Usaha Sosial Yang Kompetitif. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 1340-1347).

Permana, W., Astuti, E. S., & Suyadi, I. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Kelanjutan Penggunaan Layanan Mobile Data. *PROFIT: JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 6(1).

Noviyanti, R. (2017). Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Jiwa Entrepreneurship di Lingkungan Pesantren: Studi Kasus di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1. *INTAJ: Jurnal Penelitian Ilmiah*, 1(1), 77-99.