

PENINGKATAN KEMAMPUAN PROMOSI DIGITAL UMKM PENGERAJIN LAMPU DI BANJAR DINAS SAKAH BATUAN KALER

**Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja¹⁾, Nengah Landra²⁾, Ni Putu Erlina
Prameswari³⁾, Clarissa Cyndi Rose Angelique Tumbol⁴⁾**

^{1,2,3,4)} Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: nengahlandra@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan promosi digital bagi UMKM pengrajin lampu di Banjar Dinas Sakah, Desa Batuan Kaler, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. UMKM di daerah ini, khususnya yang bergerak di bidang kerajinan lampu, memiliki produk bernilai seni tinggi, namun masih terbatas dalam hal promosi dan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan daya tarik toko. Melalui pelatihan pembuatan konten promosi menggunakan media sosial dan desain serta pemasangan plang nama usaha, kegiatan ini memberikan solusi untuk meningkatkan visibilitas usaha. Pelatihan mencakup teknik pembuatan video promosi, penggunaan aplikasi editing sederhana, serta publikasi di platform media sosial seperti Instagram. Selain itu, pembuatan plang nama yang jelas dan menarik diharapkan dapat memperkuat identitas visual toko. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan keterampilan UMKM dalam memanfaatkan media sosial dan meningkatkan visibilitas usaha, yang dapat memperkuat daya saing dan mendukung pengembangan ekonomi lokal.

Kata Kunci: UMKM, pengabdian masyarakat, promosi digital, kerajinan lampu.

ANALISIS SITUASI

Setiap desa mempunyai potensinya masing-masing. Ada yang dikenal karena keindahan alamnya, ada juga yang kuat di budaya dan kreativitas warganya. Desa Batuan Kaler adalah desa dengan kekayaan budaya dan seni yang masih terasa kuat. Di balik tradisi yang masih dijaga, semangat masyarakatnya untuk berkembang dan menyesuaikan diri dengan perubahan zaman, terutama lewat usaha-usaha kecil yang mereka jalankan. Desa Batuan Kaler yang terletak di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, provinsi Bali. Masyarakatnya banyak yang terlibat dalam kegiatan seni, seperti seni lukis, ukiran, dan kerajinan tangan. Lingkungan desa ini juga berada di lokasi yang cukup strategis karena berada di jalur antara Ubud dan arah kota Denpasar, sehingga cukup sering dilalui wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Walaupun memiliki potensi budaya dan lokasi yang mendukung, pemanfaatan peluang

tersebut belum sepenuhnya maksimal, khususnya dalam bidang promosi dan pengembangan usaha lokal. Salah satu contoh, yaitu yang ditemukan di lapangan adalah Swana Market Lamp Factory sebuah usaha kerajinan lampu yang memproduksi dan menjual lampu hias dengan sentuhan artistik khas Bali. Produk-produk yang dihasilkan sebenarnya unik dan memiliki daya tarik tersendiri, terutama bagi wisatawan yang mencari oleh-oleh bernuansa lokal. Namun, usaha ini masih menghadapi beberapa kendala yang cukup mendasar.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara langsung saat kegiatan pengabdian masyarakat terlihat bahwa pemilik usaha belum memanfaatkan strategi promosi media digital secara optimal. Promosi selama ini lebih banyak dilakukan secara langsung kepada pembeli yang datang atau lewat rekomendasi dari orang ke orang. Di tengah perkembangan teknologi saat ini, pendekatan semacam itu tentu cukup terbatas jangkauannya. Salah satu media sosial seperti Instagram bisa menjadi cara yang efektif dan murah untuk menjangkau konsumen lebih luas, apalagi untuk produk yang visual seperti lampu hias. Masalah lain yang cukup mencolok adalah papan nama toko yang sudah lama dan kurang jelas. Letak toko yang mudah dijangkau karena berada di pinggir jalan raya, tapi karena kurang jelas penanda plang nama toko, banyak orang termasuk wisatawan yang melintas kurang menyadari keberadaan toko tersebut. Ini tentu sangat disayangkan, mengingat visibilitas usaha sangat penting untuk menarik pengunjung baru.

Swana Market Lamp Factory memiliki potensi besar untuk berkembang, tetapi masih perlu didorong dari sisi promosi digital dan penguatan identitas visual. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menjawab kebutuhan tersebut, melalui pelatihan pembuatan konten promosi berbasis video dan bantuan desain serta pembuatan plang nama toko. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini, menjadi langkah kecil menuju penguatan ekonomi lokal yang berbasis digital, kreatif, dan berkelanjutan. usaha seperti Swana Market bisa lebih dikenal dan mampu menarik lebih banyak pembeli, terutama dari kalangan wisatawan yang memang menjadi salah satu pasar potensial di wilayah tersebut.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang telah kami lakukan langsung di Swana Market Lamp Factory, maka dapat diuraikan permasalahan yang dihadapi yaitu:

1. UMKM belum mempunyai kemampuan untuk membuat video promosi di media sosial.
2. UMKM belum mempunyai plang nama perusahaan.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka solusi dari target pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Batuan Kaler yaitu:

1. Pelatihan pembuatan video promosi produk di media sosial bagi pemilik usaha. Pelatihan ini mencakup teknik pengambilan gambar, editing, hingga strategi pemasaran digital agar video atau foto yang dihasilkan menarik dan efektif dalam menjangkau konsumen.
2. Selain itu, untuk memperkuat identitas dan visibilitas bisnis, pembuatan plang nama "Swana Market Lamp Factory". Plang nama ini dirancang dengan desain yang menarik, serta ditempatkan di lokasi yang strategis agar mudah terlihat oleh pelanggan. Dengan kombinasi strategi pemasaran digital dan branding yang kuat, bisnis dapat lebih dikenal dan menarik lebih banyak pelanggan.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan cara melakukan pelatihan pembuatan video promosi di media sosial serta mendesain dan pemasangan plang nama usaha pemilik UMKM di Desa Batuan Kaler, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. Sasaran kegiatan ini adalah para pelaku usaha lokal yang membutuhkan peningkatan dalam promosi dan identitas visual usaha mereka.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan berbagai tahap yang dapat dijabarkan, sebagai berikut:

1. Tahap Observasi
Melakukan observasi langsung dengan mengunjungi UMKM di Desa Batuan Kaler salah satunya toko Swana Market Lamp untuk menggali permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh Masyarakat.
2. Pelatihan dan Pembuatan video promosi
Tahap ini mempersiapkan dan merancang tujuan, dan analisis audiens, pemilik UMKM dilatih agar paham dalam mengoperasikan media sosial. Proses syuting dilakukan sesuai rencana, lalu dilanjutkan dengan editing dan penambahan elemen pendukung. Setelah revisi selesai, video dipublikasikan dan dipromosikan, kemudian dievaluasi untuk mengukur keberhasilannya.
3. Desain plang nama UMKM
Pada tahap ini mempertimbangkan seperti jenis usaha, ukuran plang, dan lokasi pemasangan. Setelah itu, ditentukan konsep visual yang sesuai dengan identitas bisnis, termasuk pemilihan warna, jenis huruf, dan elemen grafis lainnya. Desain awal kemudian dibuat menggunakan perangkat lunak desain, lalu dikaji dan disesuaikan secara teknis, seperti ukuran akhir dan bahan yang akan digunakan. Setelah semua disetujui, desain dicetak dan dipasang sesuai rencana.
4. Pemasangan Plang nama UMKM
Pada tahap ini menentukan posisi yang paling strategis dan aman, serta

dapat dijangkau oleh pembeli dari jarak jauh. Plang dipasang dengan memperhatikan keseimbangan, kekuatan ikatan, dan kerapian.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Batuan Kaler ini telah berhasil dilakukan dengan cara observasi dan berdiskusi dengan pengrajin lampu untuk melakukan pelatihan, pembuatan video promosi dan pembuatan desain plang nama. Dengan dua spesifikasi sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan pembuatan video promosi dan cara menggunakan media sosial bertujuan meningkatkan kemampuan dalam membuat konten menarik dan efektif. Materi mencakup perencanaan, pengambilan gambar dengan smartphone, editing menggunakan aplikasi sederhana, serta tips publikasi di platform seperti salah satunya Instagram @swanamarket.lamp.
2. Kegiatan mendesain dan memasang plang nama terdiri dari dua tahap utama. Pertama, proses desain dilakukan dengan menentukan konsep visual seperti warna, font, dan logo, lalu membuat desain menggunakan software grafis hingga mendapat persetujuan. Kedua, proses pemasangan dimulai dengan survei lokasi, pengukuran, dan persiapan alat serta bahan. Setelah itu, plang dipasang secara tepat dan rapi, lalu dicek kembali agar aman, kuat, dan mudah terlihat oleh pengunjung.



Gambar 1. Proses mendesai Plang nama usaha

Masyarakat UMKM, khususnya pengrajin lampu, yang telah berpartisipasi dalam meluangkan waktunya untuk mendengarkan dan mengikuti pelatihan, menunjukkan semangat untuk berkembang dan meningkatkan kualitas usaha mereka. Antusiasme ini tercermin dari keterlibatan aktif dalam sesi diskusi, praktik langsung pembuatan video promosi, hingga proses evaluasi hasil akhir. Selain itu, keterbukaan terhadap ide-ide baru dalam hal pemasaran dan desain identitas visual juga menjadi indikator positif bahwa pelatihan ini tidak hanya diterima dengan baik, tetapi juga memberikan dampak nyata dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Dengan adanya kolaborasi antara

tim pengabdian, pemerintah desa, dan masyarakat pelaku UMKM, diharapkan kegiatan ini dapat menjadi langkah awal menuju penguatan ekonomi kreatif di Desa Batuan Kaler secara berkelanjutan

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Batuan Kaler yaitu Peningkatan kemampuan promosi digital UMKM pengujian lampu. Pelaksanaan program kerja ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dalam membuat konten promosi visual yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan media sosial masa kini, meliputi pemahaman dasar tentang teknik pengambilan foto dan video serta pengaturan pencahayaan. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk mendukung peningkatan visibilitas toko, yang diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung. Kegiatan ini berjalan dengan lancar dan terealisasi seluruhnya sesuai perencanaan yang sudah dibuat.

Dengan adanya program pengabdian kepada masyarakat yaitu Peningkatan kemampuan promosi digital UMKM pengrajin lampu, besar harapan tim pelaksana agar pelatihan media sosial dan pembuatan plang nama yang telah disampaikan dapat diterapkan dalam UMKM pengrajin lampu, serta program pengabdian kepada masyarakat selanjutnya dapat menambah wawasan masyarakat khususnya UMKM di Desa Batuan Kaler.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, N. P. C. D., Sukerta, I. M., & Januarta, I. W. (2021, December). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Digital UKM Ukiran Bali di Desa Batubulan Kangin. In *PROSIDING SEMINAR REGIONAL Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021*.
- Erawan, A. P. D., Aditya, I. G. W., Juniarta, I. W., Permana, I. M. A. S., & Baskara, I. M. W. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Digital Umkm Desa Keramas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200-205.
- Fadli, S., Murniati, W., Saikin, S., Pirmansyah, P., & Musofa, A. (2024). Pengabdian Masyarakat Pemula Peningkatan Produktivitas Dan Pemasaran Kelompok Umkm Pengrajin Pandan Berbasis Platform Digital. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 9016-9025.
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73-85.
- Istanti, E., & Sanusi, R. (2020). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan umkm di desa kedungrejo, kecamatan jabon, sidoarjo. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 4(2).

- Paramitha, A. I. I., Mahendra, G. S., & Artana, I. M. (2020). Sosialisasi dan Pelatihan Internet Marketing Bagi UMKM Sokasi di Desa Tigawasa. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 276-283.
- Pratama, I. W. A. (2023). Pelatihan Strategi Pemasaran Produk Umkm Kube Saraswati Sebagai Sarana Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Wisata Jatiluwih, Tabanan-Bali. *Bina Cipta*, 2(1), 1-10.
- Setiyani, A., Yuliyanti, T., & Rahmadanik, D. (2022). Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 425-433.
- Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155-159.
- Wulandari, L. P. P. P., Eka, I. G. N. A. G., Kusuma, T., & Atmaja, N. P. C. D. (2023). Pengaruh Variasi Produk, Electronic Service Quality Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Toko Jamu Juice Dalung. *VALUES*, 4(2), 379-394.