

STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK UMKM KERAJINAN UKIRAN KAYU PUTRA MANDIRI DI DESA TIMUHUN, KABUPATEN KLUNGKUNG

Dewa Ayu Mella Dhamayanti¹⁾, I Gede Cahyadi Putra²⁾, I Made Sukerta

^{1,2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

³⁾Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: melladhamayanti73@gmail.com¹⁾

ABSTRAK

Pada tanggal 31 Desember 2019 mulai tersebar informasi mengenai penyakit Wuhan Pneumonia yang disebabkan oleh *Coronavirus Disease 2019* (Covid-19). Salah satu tempat usaha kesenian ukiran kayu di Bali yang berada di Desa Timuhun, tepatnya berada di Banjar Dinas Kawan yang dimiliki oleh Bapak Kadek Widana terkena dampak adanya pandemi Covid-19. UMKM Putra Mandiri mengalami penurunan pesanan dan mempengaruhi produksinya. Permasalahan yang dialami pemilik usaha yaitu tidak adanya himbauan cara mencuci tangan, himbauan tentang Covid-19, pembukuan belum sesuai standar akuntansi keuangan, dan tidak melakukan pemasaran melalui *IG* dan *FB*, serta belum pernah memasarkan produk dengan brosur. Solusi yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah membuat *pamflet* cara mencuci tangan yang benar, membuat *pamflet* bagaimana gejala klinis dari Covid-19 dan cara pencegahan dari Covid-19, melakukan pendampingan dan pelatihan pembukuan seperti laporan laba rugi dan laporan arus kas, melakukan pembuatan brosur, melakukan pembuatan dan pemeliharaan pemasaran melalui media sosial seperti *IG* dan *FB*. Adapun tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk meningkatkan omset penjualan dan memperluas pangsa pasar yaitu dengan membantu pelaku UMKM memasarkan produk ukiran kayu melalui media sosial dan brosur, menerapkan protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran virus Covid-19, dan pelatihan pembukuan sesuai standar akuntansi keuangan. Adapun metode pelaksanaan yaitu dengan melakukan perencanaan, persiapan, pendampingan, dan evaluasi.

Kata kunci: Ukiran Kayu, Kesehatan, Pembukuan, Pemasaran

ANALISIS SITUASI

Ukiran kayu merupakan salah satu seni yang identik dengan Pulau Bali. Hasil seni ukir ini banyak digunakan sebagai bagian dari ornament restoran, interior hotel, tempat suci, pembuatan rumah, hingga ukiran patung yang ditemukan di galeri-galeri dan lain sebagainya. Seni ukir kayu ini mempunyai tempat tersendiri di hati, tak hanya bagi para seniman dan masyarakat Bali, tapi juga di mata penikmatnya terutama para pelaku usaha dibidang kesenian ukiran kayu.

Salah satu tempat usaha kesenian ukiran kayu di Bali berada di Desa Timuhun. Desa Timuhun merupakan salah satu desa dari 13 desa yang berada di dalam wilayah Kecamatan Banjarangkan Kabupaten Klungkung, dimana luas wilayah Desa Timuhun adalah 375,00 Ha. Penduduk Desa Timuhun terdiri dari 1669 orang laki-laki dan 1675 orang perempuan yang tergabung ke dalam 780 KK. Desa Timuhun merupakan desa

yang jumlah penduduknya relatif heterogen, dimana terdiri dari 3 banjar dinas, yaitu Banjar Dinas Kawan, Banjar Dinas Tengah dan Banjar Dinas Kaleran (Profil Wilayah Desa Timuhun, 2018).

Usaha kesenian ukiran kayu di Desa Timuhun dimiliki oleh Bapak Kadek Widana. Bapak Kadek Widana memulai usaha ukiran kayu saat berusia 21 tahun tepatnya pada tahun 2004, dimana modal awal yang dimiliki hanya Rp 5,000,000 dan berani melakukan pinjaman pada bank untuk memulai usahanya. Pada tahun 2004 usaha ukiran kayu ini dilakukan dirumahnya, kemudian setelah beberapa tahun menjalankan usaha kerajinan ukiran kayu ini ternyata mendapat respon positif dari para konsumen dan membuat usaha ini berkembang dan lancar sehingga usaha yang dulu dilakukan dirumah kini berpindah tempat produksi dan pemasaran agar dapat memudahkan dan menarik minat konsumen terhadap barang yang dipasarkan oleh usaha ini. UMKM kerajinan ukiran kayu ini diberikan nama “PUTRA MANDIRI” agar mudah diingat oleh konsumen. Dalam pembuatan produk kerajinan kayu, diperlukan pengetahuan tentang sifat kayu, seperti berat jenis, keawetan, warna, dan sebagainya (Hartono dan Kurniawati, 2017:25). Adapun jenis kayu yang digunakan untuk produksi yaitu kayu jati, kayu merbau, kayu kamper dan kayu kruing, dimana dulunya proses produksi untuk 1 saka bisa satu hari pengerjaan dan sekarang sudah dimudahkan dengan adanya mesin yang sehari bisa menyelesaikan 25 saka. Bapak Kadek Widana mempekerjakan 3 orang pegawai tetap dan 2 orang pegawai tambahan (jika ada pemasangan diluar). Untuk pengerjaan 1 unit bale dangin polos membutuhkan waktu 25 hari pengerjaan sedangkan untuk 1 unit bale dangin ukiran membutuhkan waktu sekitar 2,5 bulan pengerjaan. Dimana untuk produksi ukiran kayu ini, Bapak Kadek Widana tidak memiliki stok dan hanya menerima pesanan konsumen secara langsung dengan dibantu DP dari konsumen sehingga meminimalisir terjadinya resiko dalam pengerjaan ukiran, apalagi dalam situasi pandemi Covid-19 sekarang ini.



Gambar 1. Tempat produksi dan produk yang dihasilkan

Pada tanggal 31 Desember 2019 mulai tersebar informasi mengenai penyakit Wuhan Pneumonia yang disebabkan oleh *Coronavirus Disease 2019* (Covid-19). Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/238/2020 menyatakan bahwa Covid-19 telah ditetapkan sebagai penyakit infeksi *emerging* tertentu yang menimbulkan wabah dan menyebabkan

ke daruratan kesehatan masyarakat yang meresahkan dunia (KKMMD)/ *Public Healty Emergency of International Concern (PHEIC)*/Pandemi, dimana penularannya sangat cepat pada manusia serta angka kematian yang cukup tinggi tapi juga menimbulkan kerugian ekonomi yang cukup besar, sehingga perlu dilakukan penanggulangannya. Soetjipto (2020) menyatakan kondisi keterpurukan para pelaku usaha diawali dari anjuran *social distance* dan derasnya berita tentang korban Covid-19 dan penyebaran informasi virus Covid-19 melalui media massa yang menciptakan ketakutan pada masyarakat pelaku usaha, dan sebagian besar konsumen.

Di masa pandemi Covid-19 ini, banyak berdampak pada pengusaha lokal di Bali termasuk usaha kerajinan kayu Bapak Kadek Widana. Dimana usaha kerajinan kayu ini mengalami penurunan pesanan dan mempengaruhi produksinya. Sebelum pandemi ini terjadi beliau mampu memproduksi dan menyelesaikan pesanan ukiran kayu yaitu 3 unit bale dangin ukiran dalam waktu 6 bulan dengan penjualan mencapai Rp 600,000,000 per enam bulan. Namun, karena adanya pandemi Covid-19 produksi kerajinan kayu ini mengalami penurunan menjadi Rp 150,000,000 per enam bulannya. Ini karena banyak konsumen yang mengalami dampak dari adanya pandemi Covid-19 sehingga konsumen memilih untuk mengutamakan kepentingan lainnya dan konsumen juga kurang leluasa untuk melihat-lihat hasil kerajinan kesenian ukiran kayu secara langsung karena takut terpapar virus Covid-19 ketika mereka hendak mengunjungi tempat produksi.

Oleh sebab itu Bapak Kadek Widana harus melakukan strategi pemasaran agar dapat menarik minat konsumen dan tidak lupa tetap mematuhi atau menerapkan protokol kesehatan pada tempat usahanya. Seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi semua orang bisa melakukan komunikasi dengan cepat. Dengan adanya teknologi, maka akan mempermudah para pelaku usaha untuk melakukan transaksi. Adapun *platform* sosial media yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran seperti *WhastApp*, *Instagram*, *Facebook* dan berbagai online *marketplace* lainnya (PPI Dunia, 2019). Hal tersebut dapat memudahkan calon pembeli untuk melakukan kegiatan jual beli di masa pandemi Covid-19. Startegi ini dapat meningkatkan jangkauan produk kepada calon pembeli dan akhirnya dapat meningkatkan penjualan dan laba bersih.

PERUMUSAN MASALAH

1. Belum tersedianya himbauan berupa *pamflet* cuci tangan dan himbauan tentang Covid-19 pada tempat usaha kerajinan ukiran kayu Putra Mandiri.
2. Pencatatan pembukuan masih belum dilakukan sesuai standar akuntansi keuangan pada tempat usaha.
3. Kurang maksimalnya pemasaran untuk memperkenalkan produk dengan brosur kepada konsumen pada tempat usaha.
4. Menurunnya penjualan kerajinan ukiran kayu di masa pandemi Covid-19 dan kurangnya strategi pemasaran melalui media sosial pada tempat usaha.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Pembuatan himbauan berupa *pamflet* cuci tangan dan himbauan tentang Covid-19 pada tempat usaha.
2. Membantu pelatihan dan pedampingan pembuatan laporan keuangan usaha sesuai standar akuntansi keuangan pada tempat usaha.
3. Pembuatan brosur produk yang menarik dan memasarkannya pada tempat strategis agar dapat meningkatkan penjualan pada tempat usaha.
4. Pembuatan dan pemeliharaan beberapa akun media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* sehingga dapat memperluas daya jual produk pada tempat usaha.

METODE PELAKSANAAN

1. Metode Perencanaan
Dalam tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah melakukan observasi serta wawancara secara langsung kepada mitra. Wawancara baik dilakukan dengan *face to face* maupun menggunakan telpon (Sugiyono,2017:141).
2. Metode Persiapan
Dalam tahap persiapan, kegiatan yang dilakukan adalah melakukan pengenalan terkait dengan program kerja yang akan dilakukan kepada mitra.
3. Metode Pedampingan
Pada tahap pedampingan ini, dilakukan untuk lebih memberikan pengarahan terhadap pelaku UMKM tentang kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 3 Agustus s/d 4 September 2021 yaitu membuat pamflet dan memasang pamflet cara mencuci tangan dan himbauan tentang Covid-19, pelatihan dan pedampingan mengenai pencatatan pembukuan sesuai standar akuntansi keuangan terhadap pelaku UMKM, membantu membuat dan menyebarkan brosur produk, dan memberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan *Instagram* dan *Facebook* serta pemeliharannya. Selanjutnya melakukan kegiatan pengamatan terhadap pelaku UMKM sejauh mana mereka memahami pelatihan tersebut.
4. Metode Evaluasi
Metode evaluasi dilaksanakan pada tanggal 4 September 2021 di akhir kegiatan untuk mendiskusikan bagaimana jalannya pemahaman program yang disampaikan dan kendala yang dialami selama pelaksanaan kegiatan berlangsung.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah dijalankannya kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Timuhun, Banjarangkan, Klungkung tepatnya di Banjar Kawan pada UMKM Putra Mandiri dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan harapan. Hal ini terbukti dengan tercapainya beberapa program yang telah dilaksanakan, Program kerja yang tercapai antara lain sebagai berikut:

1. **Melakukan Pembuatan dan Pemasangan Pamflet Cara Mencuci Tangan yang Benar dan Himbauan Tentang Covid-19 pada Tempat Usaha**

Kegiatan ini diawali dengan pembuatan desain *pamflet* himbauan yang kemudian di cetak dengan kertas A4 dan di laminating. Himbauan berisi tentang cara mencuci tangan yang benar, bagaimana gejala klinis dari Covid-19 dan cara pencegahan dari Covid-19. Pemasangan pamflet bertujuan agar karyawan dan pengunjung yang datang mengetahui dan menerapkan bagaimana cara mencegah penularan Covid-19. Pamflet cara mencuci tangan ditempelkan pada area depan tempat usaha dan pamflet himbauan ditempelkan pada area tempat usaha dan sekitarnya.



Gambar 2. Pemasangan Pamflet

2. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan Sesuai Standar Akuntansi Keuangan Pada Tempat Usaha

Pembuatan laporan keuangan atau pembukuan bagi pelaku UMKM sangatlah penting, karena merupakan pencatatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang berisi tentang setiap kegiatan transaksi baik pengeluaran maupun pendapatan. Dimana UMKM Putra Mandiri sendiri dalam pencatatan keuangan sebelumnya menggunakan catatan keuangan berupa *petty cash* dengan buku kas, kemudian pelatihan dilakukan dengan buku folio. Tujuan pelatihan ini adalah agar pelaku UMKM bisa mengerti bagaimana cara membuat laporan keuangan lainnya seperti laporan laba rugi dan laporan arus kas, sehingga pemilik dan karyawan dapat menyajikan data secara terperinci guna mendapatkan hasil laporan keuangan yang akurat, relevan dan tepat waktu pada tempat usaha.



Gambar 3. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Pembukuan

3. Pembuatan Brosur Produk yang Menarik dan Memasarkannya pada Tempat Strategis

Brosur adalah sebuah lembaran kertas yang berisi barisan kata dan informasi sebuah produk yang ditambahkan dengan gambar sebagai pendukung. Hal yang dilakukan adalah pembuatan desain brosur kemudian dicetak dengan kertas art paper karton dan di tempelkan pada tempat strategis. Pemasangan brosur ini bertujuan untuk menyampaikan informasi yang dapat memancing perhatian khalayak banyak sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar pada UMKM Putra Mandiri.



Gambar 4. Pemasangan Brosur

4. Pembuatan dan Pemeliharaan Beberapa Akun Media Sosial Seperti Instagram dan Facebook

Di era globalisasi saat ini, media sosial sangat berperan penting dalam memasarkan produk dalam suatu usaha. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah mendownload aplikasi IG dan FB, kemudian melakukan pembuatan akun usaha, serta melakukan pelatihan atau pemeliharaan menggunakan IG dan FB. Tujuannya adalah untuk memudahkan pelaku UMKM dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan penjualan pada tempat usaha di masa pandemic Covid-19 saat ini.



Gambar 5. Akun Media Sosial

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Strategi Peningkatan Pemasaran Produk UMKM Kerajinan Ukiran Kayu Putra Mandiri Di Desa Timuhun, Kabupaten Klungkung tepatnya di Banjar Kawan sangat diperlukan dimasa pandemi saat ini, dimana tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan omset penjualan dan memperluas pangsa pasar yaitu dengan membantu pelaku UMKM memasarkan produk ukiran kayu melalui media sosial di beberapa *Platform*. Adapun metode pelaksanaan yaitu dengan melakukan perencanaan, persiapan, pendampingan, dan evaluasi. Hasil yang telah dicapai adalah sebagai berikut:

1. Pada aspek kesehatan sudah membuat dan memasang *pamflet* cara mencuci tangan yang benar dan pamflet himbauan tentang covid-19 pada tempat usaha.
2. Pada aspek pembukuan sudah melakukan pelatihan dan pendampingan dalam membuat laporan laba rugi dan arus kas, serta dengan pemahaman pemilik dan karyawan dalam pencatatan pembukuan keuangan maka baik keuntungan maupun arus kas dapat terlihat dengan jelas sehingga menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas.
3. Pada aspek pemasaran sudah membuat akun media sosial seperti *IG* dan *FB* serta menyebarkan brosur pada tempat-tempat strategis yang bertujuan untuk menyampaikan informasi yang dapat memancing perhatian khalayak banyak. Hal ini dapat memudahkan proses pemasaran suatu produk terhadap konsumen di masa pandemi Covid-19 ini.

Program ini diterima dan terlaksana dengan baik berkat partisipasi baik dari pemilik maupun karyawan UMKM sehingga menunjukkan adanya peningkatan penjualan.

Saran yang dapat diberikan kepada pemilik dan karyawan UMKM Putra Mandiri Klungkung, tetap selalu menerapkan protok kesehatan serta tetap melakukan promosi melalui media sosial agar usahanya lebih dikenal oleh masyarakat luas. Untuk selanjutnya, diharapkan pemilik UMKM ini terus melakukan pencatatan pembukuan karena dengan adanya pembukuan yang baik maka akan lebih mudah untuk mengontrol pemasukan dan pengeluaran usaha sehingga baik keuntungan maupun arus kas dapat terlihat lebih jelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Hartono, Lili. Dyah Yuni Kurniawati. 2017. *Panduan Pendirian Usaha Kerajinan Kayu Non Furniture*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/238/2020
- Profil Wilayah Desa Timuhun. 2018. [Diakses pada tanggal 29 juli 2021 dari https://timuhun.desa.id](https://timuhun.desa.id)

- PPI Dunia. 2019. *Buku Saku UMKM*. Diakses pada tanggal 29 juli 2021 dari <https://ppi.id/wp-content/uploads/2019/07/Buku-Saku-UMKM.pdf>
- Soetjipto, HM. Noer. 2020. *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*. Yogyakarta: K-Media
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- World Healty Organization. 2020. *Coronavirus*. Diakses 30 Juli 2021, dari <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa-for-dublic>.