

## **Pendampingan Manajemen Usaha Kerajinan Perak Maharani Silver Di Desa Nagasepaha Kecamatan Buleleng Kabupaten Buleleng-Bali**

### ***Maharani Perak Silver Craft Business Assistance in Nagasepaha Village, Buleleng Regency Buleleng Regency, Bali***

**Ni Made Sri Ayuni<sup>a\*</sup> , Putu Adi Pramudana<sup>b</sup> , I Wayan Ali Purnawan<sup>c</sup>**  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma<sup>a,b,c</sup>  
<sup>a</sup>animadesriayuni90@gmail.com

Disubmit : 21 November 2022, Diterima : 13 Januari 2023, Dipublikasi : 8 April 2023

#### **Abstract**

*The problem experienced by partners is the lack of innovation in developing silver products in Nagasepaha Village. So far, silver craftsmen produce monotonous goods, making it difficult to attract consumers. In addition, partners also experience problems in the product marketing section, with a lack of public interest in buying handicrafts in the form of silver. For these problems, partners are given training and counseling on marketing management or internet marketing, accounting and financial management, human resource management, and production management. . The method used is by providing training, counseling and providing a tool called Engraver to make it easier for partners to make a silver product that is better than before. The result of this service activity is that silver craftsmen are able to increase production capacity and are able to produce new product variants in the form of rings, necklaces, earrings. Through increasing production capacity, it will certainly provide opportunities to increase the income of silver craftsmen. As long as this community service activity is carried out, the craftsmen give a good welcome, so that this activity can be carried out properly and can be completed according to the specified time.*

**Keywords:** Product innovation, Management, Craft Business

#### **Abstrak**

Permasalahan yang dialami mitra ialah kurangnya inovasi dalam mengembangkan produk perak di Desa Nagasepaha. Selama ini, pengerajin perak memproduksi barang yang monoton , sehingga sulit menarik konsumen. Selain itu mitra juga mengalami permasalahan di bagian pemasaran produk, dengan kurangnya minat masyarakat untuk membeli hasil kerajinan berupa perak Atas permasalahan tersebut, mitra diberikan pelatihan dan penyuluhan tentang manajemen pemasaran atau *internet marketing*, akuntansi dan manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen produksi. Metode yang dilakukan ialah dengan memberikan pelatihan, penyuluhan dan pemberian alat yang bernama Engraver untuk mempermudah mitra untuk membuat suatu produk perak yang lebih baik dari sebelumnya. Hasil dari kegiatan pengabdian ini ialah pengerajin silver mampu meningkatkan kapasitas produksi dan mampu menghasilkan varian produk baru berupa cincin , kalung, anting . Melalui peningkatan kapasitas produksi tentunya akan memberikan peluang terhadap peningkatan pendapatan para pengerajin perak. Selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan, pengerajin memberikan sambutan yang baik, sehingga kegiatan ini dapat dilaksanakan dengan baik dan dapat selesai sesuai waktu yang telah ditentukan.

**Kata Kunci:** Inovasi produk, Manajemen, Bisnis Kerajinan

### **1. Pendahuluan**

Pada saat ini banyak seseorang membuka atau mendirikan usaha mikro kecil menengah (UMKM) khususnya pada daerah Bali utara yang sering disebut dengan Tugu Singa Ambara Raja atau Singaraja. Singaraja memiliki setidaknya yang diketahui ada sebanyak kurang lebih 278 usaha mikro kecil menengah (UMKM), UMKM di Bali akan terus bertambah begitu juga pada wilayah Bali utara.

Usaha-usaha yang dijalankan untuk makanan memang sangat banyak namun saat ini kita melihat ada satu sisi usaha yang hampir dilupakan yaitu usaha kesenian Bali yang hampir punah, memang dalam membuka usaha yang mengenai unsur kesenian sangat sulit dan berat karena dalam kesenian harus mempunyai yang namanya skill, pengalaman, target, keterampilan, dan keindahan yang menciptakan suatu maha karya tak ternilai harganya. Usaha yang menggunakan unsur dari kesenian mempunyai cara yang cukup unik untuk cara pemasaran dan pembuatannya terkadang orang-orang akan berfikir itu terlalu berisiko terhadap usaha yang dijalankannya namun banyak juga kesenian dari hasil yang unik dapat mendapatkan penjualan yang sangat baik dan bagus dengan sistem pemasaran yang baik tentunya (telagawathi 2017).

Pemasaran merupakan suatu media yang digunakan dalam memperkenalkan suatu produk barang atau jasa kepada konsumen dengan menentukan harga yang sudah disepakati. (Faizin, 2017) mengatakan pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh madrasah untuk memberikan kepuasan pada stakeholder dan masyarakat. Penekanan kepada pemberian kepuasan kepada stakeholder merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga, agar mampu bersaing. (Shinta, 2020) Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen (Herlina et al., 2018).

Dengan proses pemasaran akan memudahkan pengusaha untuk menghasilkan keuntungan, dalam memasarkan suatu karya pihak pengusaha akan menentukan strategi yang dibuatnya baik dari segi kualitas dan media yang digunakan. Dalam menjalankan usaha karya seni alat dan bahan yang berkualitas adalah hal yang sangat penting di perhatikan, berkualitas merupakan ukuran dimana seseorang dapat menilai dengan cermat darimana sumber terdapat apakah dari sumber alami atautakah ada campuran yang terkandung didalamnya. Kualitas yang baik adalah kualitas yang bernilai tinggi sama dengan berbicara tentang emas dan perak keduanya adalah harga yang cukup tinggi untuk sebagian orang tidak mudah untuk mendapatkkan kulitas bahan emas dan perak yang bagus. Karya seni yang menggunakan bahan emas dan perak memiliki harga jual yang tinggi khususnya pada seorang yang menyukai barang antik. Barang antik sudah menjadi hal yang sangat sering di jumpai oleh masyarakat bali tapi barang antik tidak mudah untuk di ciptakan ada beberapa hal perlu dilakukan dalam melakukan pembuatan arang antik diantaranya: budaya, kepercayaan, spiritual, dan makna yang terkandung didalamnya.

Zaman sekarang teknologi sudah semakin canggih untuk pengusaha-pengusaha dalam menjual atau mempromosikan produknya dengan teknologi akan mempermudah seseorang masuk kedalam dunia dengan imajinasi dan inspirasi yang sangat kuat mampu menjelajahi seluruh keadaan atau kondisi yang ada pada saat ini maupun lampau. Menurut (Siagian et al., 2020) Kemajuan teknologi di era saat ini banyak berpengaruh kepada komunikasi

maupun informasi yang semula konvensional menjadi modern dan serba digital, membuat semakin pesatnya perkembangan teknologi. Apalagi dengan adanya fasilitas internet yang sudah ada disetiap telepon seluler membuat manusia lebih

mudah untuk mengetahui informasi dimanapun dan kapanpun. Sosial media sejatinya memang sebagai interaksi dan alat sosialisasi, serta bisa juga dijadikan fasilitas sebagai alat pemasaran yang paling murah dan gampang. Kemudahan kebutuhan urusan kita menjadi bagian dari kemajuan media sosial, apabila disandingkan efek yang lain maka media sosial akan berdampak pada semua lini, kemudian berbeda pula dengan pemasaran secara tradisional, Pemanfaatan media teknologi melalui pemasaran merupakan terobosan yang perlu dievaluasi. Media sosial dimengerti atau tidak mulai saat ini telah banyak dipergunakan oleh berbagai kelompok - kelompok publik, sehingga penelitian ini eksperimen mengurai dan menganalisa kebutuhan dan sebagai alat media sosial dalam konteks pemasaran.

(Setiadi, 2014) menyatakan bahwa perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telephone seluler dan bahkan kemudian muncul istilah telepon cerdas (smartphone). Dengan hadirnya Smartphone, fasilitas yang disediakan dalam berkomunikasi pun semakin beraneka macam, mulai dari sms, mms, chatting, email, browsing serta fasilitas sosial media. Dengan menggunakan media sosial akan mempermudah seseorang untuk menacari, berkomunikasi, dan mempromosikan barang, untuk jaman sekarang sudah banyak sekali media sosial mampu membuat orng menjadi sukses dengan mengaplikasikan dengan baik cara yang dilakukan tentunya hal yang bagus akan banyak diminati oleh sebagian banyak orang. Promosi merupakan hal yang sangat mendukung untuk tercapainya pemasaran produk dengan bantuan media sosial promosi apapun akan mudah dilihat oleh banyak orang dalam dunia maya yang mampu dilihat oleh masyarakat lokal atau dunia. Menurut (Garaika & Feriyan, 2019) Promosi adalah kegiatan komunikasi antara perusahaan dan konsumen sebagai usaha untuk memperingati konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan. Menurut pendapat (Puspitarini & Nuraeni, 2019) Promosi adalah suatu hal yang harus dilakukan setiap perusahaan hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen.

Dengan menggabungkan kedua hal ini dalam mempermudah juga bisa dilakukan dimana saja bahkan kita bisa melakukannya di rumah sambil bersantai pemilik usaha cukup dengan menggunakan media sosial yang baik dan promosi produk yang bagus bisa mengun dang pihak konsumen untuk tertaik membeli atau memesan produk pada tempat usaha kita. Usaha yang mengandung unsur karya seni tidak terpaku oleh satu atau dua jenis bentuk namun memiliki banyak imajinasi baru akan muncul yang mencoba untuk membuat usaha semakin memiliki peningkatan hasil yang baru yang lebih mencocokkan pada zaman saat ini.

Berdasarkan uraian diatas, adapun permasalahan yang dimiliki oleh mitra diantaranya :

1. Aspek produksi : pengerajin belum bisa membuat cincin yang ada namanya sehingga sering terjadi kekurangan waktu dalam untuk menyelesaikannya
2. Aspek pemasaran : harga jual suatu barang

Dengan adanya permasalahan tersebut, kegiatan ini akan berupaya membantu kelompok pengerajin untuk turut mengembangkan kerajinan perak dan memberikan ide-ide inovasi produk sehingga kerajinan perak ini bisa dikembangkan bahkan dijadikan produk ikonik milik Desa Nagasepaha.

## **2. Metode**

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian masyarakat di Desa Nagasepaha, Di Buleleng-Bali pada Kelompok Pengerajin perak memiliki beberapa tahapan dan berbagai metode pelaksanaan. Berikut beberapa tahapan pelaksanaan dan metode yang dilakukan :

### **1. Tahap Persiapan**

Pada tahapan ini kami mengkoordinasikan pelaksanaan Pengabdian Masyarakat dengan mitra dan I Nyoman Mahendra sebagai pemilik kerajinan emas dan perak di Desa Nagasepaha, untuk menentukan tanggal pelaksanaan yaitu pelatihan yang sudah di progamkan.

Pada tahap ini kami langsung melakukan pertemuan dengan Bapak I Nyoman Mahendra. Pertemuan ini diputuskan beberapa hal terkait pelaksanaan Pengabdian Masyarakat yaitu: tanggal dimulainya praktek kerja lapangan, mempersiapkan surat ijin pelaksanaan kegiatan, mempersiapkan waktu pertemuan, merencanakan kegiatan yang dibutuhkan .

Pada tanggal 1 Agustus 2022 kami menuju ke tempat pengerajin perak Maharani Silver yang terletak di Dusun Dajan Marga Desa Nagasepaha Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng untuk melakukan kordinasi langsung dengan Bapak I Nyoman Mahendra. Kami mengkordinasikan pelaksanaan Pengabdian Masyarakat dan diputuskan pelaksanaannya pada tanggal 1 Agustus sampai 31 Agustus 2022. Tanggal 3 Agustus 2022, kami kembali ke Maharani Silver untuk mensurvei tempat pelaksanaan kegiatan dan melakukan kordinasi dengan Bapak I Nyoman Mahendra selaku Pemilik usaha .

Setelah melakukan koordinasi kami mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan saat Pengabdian Masyarakat berlangsung, seperti seragam dan mempersiapkan beberapa pertanyaan yang akan di ajukan.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap ini kami mempersiapkan segala sesuatu yang dipersiapkan seperti alat-alat dan bahan-bahan yang digunakan untuk membuat kerajinan emas dan perak. Selain itu ada beberapa tahapan mengenai produksi dan pemasaran. Kami melaksanakan produksi jika ada pesanan. Produksi 1 buah cincin memakan waktu 2 sampai 3 hari. Pelaksanaan ini kami lakukan selama kurang lebih 2 minggu. Dari 2 minggu tersebut kami membagi kegiatan menjadi 2 tahapan, tahap pertama kami mengarahkan tentang produksi pada Maharani Silver, tahap kedua kami mengarahkan dan menjelaskan. tentang bagaimana pemasaran yang baik dan benar agar dapat menarik pelanggan.

Pada minggu pertama dimulai dari tanggal 3 Agustus 2022 kami langsung kelapangan, terlebih dahulu untuk mengecek lokasi Pengabdian Masyarakat, selanjutnya selama beberapa hari kami mengikuti kegiatan mengenai pengenalan nama - nama bahan dan alat yang digunakan yang di gunakan untuk membuat produk, kami juga langsung mempelajari sedikit demi sedikit cara membuat produk di Maharani Silver.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan selama Pengabdian Masyarakat Berlangsung

### 3. Hasil Dan Pembahasan

Pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat ini memiliki hasil capaian yang diperoleh melalui tahap evaluasi saat dilaksanakannya pelatihan.

Berikut tabel 1 yang memaparkan tentang peningkatan yang dialami mitra pasca pelaksanaan kegiatan (Halaman selanjutnya) :

Tabel 1. Peningkatan Mitra

Jenis Peningkatan	Sebelum	Sesudah
Pengetahuan	1. Inovasi produk: 60% pengerajin perak tidak tahu bahwa kerajinan perak dapat dikembangkan menjadi varian produk yang	1. Inovasi produk : peserta mengetahui bahwa kerajinan perak bisa dikreasikan menjadi berbagai macam varian

Jenis Peningkatan	Sebelum	Sesudah
	kebih menarik.40% 2. Pemasaran : 40% pengerajin tidak mengetahui tentang <i>internet marketing</i> melalui media sosial 60%.	produk. 2. Pengerajin dan remaja mngetahui tentang <i>internet marketing</i> dan mereka berkerjasama dalam memasarkan produk melalui mediasosial.
Keterampilan	mitra belum mampu untuk mengembangkan inovasi produk perak nagesepaha, untuk menjadikan perak sebagai icon dari desa nagesepaha	Tingkat pemahaman materi yang disampaikan saatpelatihan dan penyuluhan mencapai 80%
Manajemen	Pengerajin mengalami kendala dalam menangani masalah produksi dan juga dari bidang pemasarannya	Telah diberikan solusi dan bekal kemampuan dalam melakukan produksi dan pemasaran
Motivasi	Pengerajin hanya memproduksi produk yang monoton (barang model lama)	Pengerajin mampu berinovasi menghasilkan produk baru seperi cincin yang ada namanya

**Berikut bukti pemasaran produk perak yang telah dilakukan**



Gambar 2. Bukti pemasaran melalui media sosial *whatsapp*



Gambar 3. Inovasi Produk Perak

#### 4. Simpulan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian ini mendapatkan sambutan yang baik dari mitra pengerajin perak, hal ini ditunjukkan melalui kontribusi dan dukungan yang diberikan pada setiap tahap kegiatan.
2. Para pengerajin perak memperoleh manfaat dari kegiatan pengabdian ini dalam bidang pemasaran, dan produksi.
3. Terjadi peningkatan kapasitas produksi perak dan bertambahnya varian produk untuk dipasarkan.

#### 5. Daftar Pustaka

- Faizin, I. (2017). STIT Pemalang 261. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah*, 7, 261–283. <https://journal.stitpemalang.ac.id/index.php/madaniyah/article/view/75>
- Herlina, E., Yuliani, D., Kader, M. A., & Syarifudin, D. (2018). Peningkatan produktifitas kerajinan lidi berbasis pendampingan desain dan pemasaran online.
- Irfandi, I., Harahap, M. H., Panggabean, D. D., Syah, D. H., & Al Qamari, M. (2019). Pendampingan Dan Pengembangan Kerajinan Anyam Khas Melayu Pesisir Di Pantai Cermin Propinsi Sumatera Utara. *AMALIAH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 373-383.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1) 71–80. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>
- Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(1).
- Shinta, Ir.agustina M. P. (2020). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. In *Management Pemasaran* 9(2)
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Manajemen Pemasaran. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44–51. <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/288824/FULL-PAPER-KOMPETITIF-NTW.pdf>
- Telagawathi, N. (2017). Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha Kelompok Perajin Tenun Endek di Desa Sulang Klungkung. *Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha Kelompok*, 687-698.