

## Pelatihan Media Sosial dalam Membantu Aspek Pemasaran Pengrajin Suling Bambu untuk Meningkatkan Minat Konsumen, Desa Nagasepaha-Bali

Ni Luh Putu Eka Yudi Prastiwi<sup>1</sup>, Ni Komang Sugiantari<sup>2</sup>, Ketut Aden Bagus Samba<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma

Email: chayudiprastiwi@gmail.com

---

### INFO ARTIKEL

#### Riwayat Artikel :

Diterima : 19-Oktober 2022

Disetujui : 11-November 2022

DOI: 10.37253/madani.v1i1.7198

---

#### Kata Kunci :

Suling Bambu, E-marketing, Media Sosial, Pemasaran

---

### ABSTRAK

Wabah covid-19 yang pernah melanda pulau Bali mengakibatkan perekonomian di Bali mengalami penurunan khususnya Desa Nagasepaha yang berada di Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali . Salah satu yang dapat dilakukan untuk membangkitkan kembali perekonomian yaitu dengan mengembangkan usaha kerajinan, salah satunya kerajinan suling bambu. Dengan bantuan teknologi yang semakin canggih dapat dikembangkan evaluasi baru para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Kini E-Marketing atau pemasaran melalui media sosial dapat digunakan sebagai strategi dalam melakukan pemasaran guna meningkatkan minat para konsumen dengan inovasi-inovasi baru sehingga perekonomian masyarakat menjadi lebih baik dan masyarakat luas dapat mengetahui bahwa Desa Nagasepaha memproduksi dan memasarkan produk suling bambu.

---

### ARTICLE INFO

#### Article History :

Received: October 19, 2022

Accepted: November 11, 2022

DOI: 10.37253/madani.v1i1.7198

---

#### Keywords:

Bamboo Flute, E-marketing, Social Media, Marketing

---

### ABSTRACT

*The COVID-19 outbreak that once hit the island of Bali resulted in a decline in the economy in Bali, especially Nagasepaha Village, which is located in the Buleleng sub-district, Buleleng Regency, Bali Province. One thing that can be done to revive the economy is to develop a handicraft business, one of which is the bamboo flute craft. With the help of increasingly sophisticated technology, new evaluations of business actors can be developed in developing their business. Now E-Marketing or marketing through social media can be used as a marketing strategy to increase consumer interest with new innovations so that the community's economy becomes better and the wider community can know that Nagasepaha Village produces and markets bamboo flute products.*

## 1. Pendahuluan

Wabah Covid-19 yang terjadi di wilayah provinsi Bali, khususnya daerah Kabupaten Buleleng pada tahun 2020 lalu mengakibatkan perekonomian Bali minus 12,28 persen pada triwulan III tahun 2020, kondisi ini terjadi karena Pulau Dewata ini sangat bergantung pada sektor pariwisata. Telah ditetapkan 3 (tiga) Kawasan pariwisata di Buleleng yang mencakup Kawasan Pariwisata Batuampar yang meliputi Desa Penyabangan, Banyupoh; Pemutran, Sumberkima dan desa Pejarakan. Kawasan pariwisata Kalibukbuk/Lovina yang meliputi Desa Pemaron, Tukadmungga, Anturan, Kalibukbuk, Kaliasem, Temukus, Tigawasa dan Desa Kayuputih. Kawasan Pariwisata Air Sanih yang meliputi Desa Bukti, Pacung, Sembiran, Bondalem, Penuktukan, Tejakula, Julah, Les,

Sambirenteng dan Tembok. Demikian juga telah ditetapkan Kawasan Daya Tarik Wisata Khusus Pancasari Bedugul yang untuk wilayah Buleleng mencakup Desa Pancasari, Wanagiri, Gobleng, Gesing, Munduk dan Umejero beberapa tempat telah ditutup sementara waktu. Wabah ini membuat pariwisata dibuleleng kian menurun hingga mempengaruhi perekonomian dan pendapatan di berbagai wilayah kabupaten buleleng. Selain pariwisata, sektor industri dan perdaganganpun juga terkena imbas dari wabah covid-19.

Dari fenomena yang terjadi, para masyarakat yang mempunyai usaha mulai kesulitan dalam mengembangkan usahanya karena usaha yang dijalankan semakin hari semakin sepi. Salah satu usaha perdagangan yang terkena imbas dari wabah ini adalah usaha kerajinan suling bambu. Bambu merupakan salah satu jenis rumput-rumputan yang termasuk ke dalam famili Gramineae dan merupakan bagian dari komoditas hasil hutan bukan kayu. Novriyanti, (2005) dalam Arsad, E (2014) mengemukakan bahwa bambu sangat potensial sebagai bahan substitusi kayu karena rumpunan bambu dapat terus memproduksi selama pemanenannya terkendali dan terencana. Bambu memiliki beberapa keunggulan dibanding kayu yaitu memiliki rasio penyusutan yang kecil, dapat dilengkungkan atau memiliki elastisitas dan nilai dekoratif yang tinggi. Sulastiningsih et-al (2005), mengemukakan bahwa bambu merupakan tanaman cepat tumbuh dan mempunyai daur yang relatif pendek yaitu 3 – 4 tahun sudah bisa dipanen. Bambu sebagai salah satu bahan baku yang mudah dibelah, dibentuk dan mudah pengerjaannya, disamping itu harganya relatif murah dibandingkan bahan baku kayu. Diperkirakan ada 600 - 700 jenis bambu di dunia, 125 jenis bambu berada di Indonesia dan 50 jenis diantaranya mempunyai potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai Bahan kerajinan dan industri. Bambu sebagai salah satu sumber daya alam yang potensial untuk dikembangkan karena bambu merupakan tumbuhan multi guna dan cepat panen. Bambu dimungkinkan dapat menggantikan kayu atau paling tidak dapat mensubstitusi kayu komersial baik untuk kebutuhan sekarang maupun yang akan datang.

Suling Bambu merupakan salah satu seni kerajinan yang ada di Desa Nagasepaha, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali dimana Suling Bambu ini di buat oleh Ketut Sumadia yang merupakan Penggelut Seni dan satu-satunya yang bisa membuat karya seni suling dari Bambu. dalam mengerjakan Suling Bambu tidak memerlukan bahan-bahan yang banyak cukup dengan sepotong bambu yang sudah kering yang mudah di temukan di sekeliling dan peralatan lainya namun dalam pembuatan Suling Bambu ini harus memiliki ketelitian yang baik sehingga terbentuknya Suling yang menghasilkan suara yang baik. Dalam pengembangan usaha perseorangan khususnya produk suling bambu desa Nagasepaha di era digital, tentu harus menggunakan media yang bisa membantu dalam proses pemasaran produk sehingga produk yang dihasilkan mudah diketahui oleh konsumen baik lokal maupun di luar daerah. Pemerintah Indonesia tengah menggalakkan program revolusi industri 4.0. Hanya saja, saat ini masih banyak yang belum mengerti maksud pengertian revolusi industri 4.0. Tujuan dari program revolusi industri 4.0 sendiri untuk mendorong ekonomi Indonesia masuk ke dalam 10 besar dunia di tahun 2030. Sebab, program ini bisa meningkatkan produksi hingga ekspor. Menurut Kanselir Jerman, Angela Merkel (2014) revolusi industri 4.0 adalah transformasi komprehensif dari keseluruhan aspek produksi di industri melalui penggabungan teknologi digital dan internet dengan industri konvensional.

Hal yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha perseorangan seperti usaha pengrajin suling bambu Desa Nagasepaha, UKM dan UMKM serta mendukung program yang sedang digalakan oleh pemerintah ini tentu dengan memanfaatkan sosial media, dimana hal ini dapat dilihat dari kondisi penjualan yang menurun sehingga pendapatan dari hasil penjualan ikut mengalami penurunan, oleh karena itu pemanfaatan media sosial penting untuk strategi pemasaran baru dalam memasarkan suatu produk. Berawal dari pola pikir, ekspektasi akan menjadi nyata melalui perilaku (Prastiwi, et.al, 2019) Oleh karena itu pengetahuan di bidang teknologi harus dikembangkan

sehingga Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembantu agar lebih mudah dalam menjalankan suatu usaha ini bisa menggunakan WhatsApp, Facebook, Instagram dan media sosial lainnya dapat digunakan secara maksimal.

## 2. Metode

Metode pelaksanaan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif, dimana penyelesaian yang akan kami terapkan dari masalah yang dihadapi relasi yaitu dengan cara memberikan pemahaman akan media sosial sebagai metode utama dalam penyelesaian masalah, hal ini dilaksanakan dengan menggunakan media atau *platform Facebook dan Instagram* sebagai tempat yang sesuai untuk mengunggah informasi terkait produk yang akan ditawarkan serta sebagai strategi pemasaran baru.

Sehingga kegiatan dari awal hingga akhir pelaksanaan dibagi menjadi tiga tahap pelaksanaan diantaranya tahap persiapan, pelaksanaan dan tahap monitoring dan evaluasi. Pada tahap awal persiapan yaitu mulai dari melakukan penyerahan surat permohonan, setelah itu dilakukan observasi lapangan dan wawancara dengan pemilik usaha setelah mendapat persetujuan dan mengetahui permasalahan yang dialami yaitu penurunan omset penjualan dan juga kurangnya pemanfaatan teknologi untuk mengenalkan produk suling bambu, dan setelah disetujui maka akan dilanjutkan ke tahap pelaksanaan.

Pada tahap pelaksanaan dilakukan wawancara kembali agar dapat mengetahui permasalahan pemilik usaha secara mendetail setelah itu dilakukan pembinaan dalam aspek pemasaran dan pendampingan usaha.

Tahap terakhir yaitu tahap monitoring dan evaluasi dilakukan observasi ke tempat usaha untuk melihat kondisi setelah dilakukan pendampingan dan pembinaan, selanjutnya dilakukan wawancara kepada pemilik usaha tentang hasil implementasi media sosial sebagai media pembantu dalam pemasaran produk.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Pengabdian masyarakat sebagai upaya untuk meningkatkan pemasaran yaitu dengan melakukan pembinaan dalam aspek pemasaran dengan menggunakan media sosial. Kegiatan ini difokuskan pada Usaha milik perorangan. Dengan memilih usaha “pengrajin suling bambu” sebagai tempat praktek kerja lapangan. Usaha pengrajin suling bambu ini terletak di Banjar Delod Margi, Desa Nagasepaha. Letak usaha kerajinan suling bambu ini bisa dibilang berada di daerah yang cukup jauh dari jalan raya. Dipilihnya usaha pengrajin suling bambu ini yaitu dengan alasan ingin belajar mengenai proses pemasaran yang dilakukan usaha pengrajin suling bambu ini untuk mendapatkan konsumen serta ingin mengetahui atau mempelajari permasalahan yang dihadapi usaha ini karena letaknya yang tidak terlalu strategis atau jauh dari keramaian. Dengan melakukan praktek kerja lapangan yaitu pengabdian masyarakat di usaha pengrajin suling bambu Nagasepaha semoga kedepannya mampu meningkatkan usaha ini dan mampu menambah wawasan atau pengalaman bagaimana bekerja sebagai pegawai atau pengrajin dengan cara yang masih manual untuk mendapatkan hasil suling bambu yang berkualitas dan sesuai dengan keinginan konsumen.

Kegiatan dilakukan mulai dari tahap persiapan pada tanggal 30 Juli 2022 dibuatnya suatu rancangan kegiatan yang akan dilaksanakan saat praktek kerja lapangan. Pada tanggal 1 Agustus 2022 dilakukannya penyerahan ke Desa Nagasepaha dengan tujuan meminta persetujuan kepada

Bapak Perbekel dan pemilik usaha pengrajin suling bambu bahwa akan dilaksanakannya suatu praktek kerja lapangan pada tanggal 1 Agustus 2022. Dan pada tanggal ini juga dilaksanakannya observasi sedikit mengenai usaha pengrajin suling bambu agar memudahkan mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha. Selanjutnya dilakukannya suatu koordinasi kepada pemilik usaha untuk melaksanakan pembinaan usaha dengan pemilik usaha pengrajin suling bambu. Pada tahap ini juga membahas mengenai tujuan dari pembinaan usaha yang akan dilakukan, setelah diberikan izin untuk melakukan pembinaan di tempat pengrajin suling bambu.

Kegiatan yang dilakukan selanjutnya yaitu melakukan wawancara sedikit mengenai perkembangan usaha setelah pandemi Covid-19, ternyata setelah pandemi ini muncul, banyak kendala yang dialami usaha pengrajin suling bambu ini, salah satunya dari aspek keuangan dimana omset mulai merosot yang mana semula omset yang didapat sebesar Rp 5.000.000 per bulan, namun setelah pandemi omset yang didapat per bulannya hanya Rp 3.500.000, selain itu terdapat kendala yang kedua yaitu dari aspek pemasaran, dimana produk suling bambu ini dipromosikan hanya melalui teman dekat saja dimana pemilik usaha suling bambu ini kurang menggunakan media sosial dalam mempromosikan produknya padahal zaman sekarang bisa menarik konsumen hanya lewat postingan. Semakin produk tersebut terkenal di media sosial atau semakin banyak produk tersebut dilihat maka semakin banyak masyarakat yang mengetahui atau ingin mencoba produk tersebut . oleh karena itu pemilik harus memiliki akun sosial media untuk memasarkan produk suling bambu ini agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat dikalangan seniman maupun wisatawan.

Tahap pelaksanaan, pada tahap ini kegiatan yang dilakukan yaitu mempersiapkan segala sesuatu seperti sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam pembinaan usaha ini. Perlengkapan yang perlu dipersiapkan yaitu akun media sosial berupa akun Instagram dan logo/gambar yang akan ditampilkan pada akun media sosial. Selanjutnya yang perlu dipersiapkan adalah gambar produk yang akan ditampilkan pada akun media sosial tersebut. Pelaksanaan kegiatan praktek kerja lapangan dilaksanakan selama 9 kali kunjungan ,dimana pada tanggal 24 Agustus 2022 dilaksanakannya pembinaan usaha pengrajin suling bambu dengan menekankan pada aspek pemasaran. Pembinaan berlangsung cukup sederhana dengan memberikan pembinaan dari aspek pemasaran yaitu pentingnya media sosial dalam memasarkan produk, dimana dalam memasarkan produk melalui media sosial pastinya akan dapat menambah konsumen, karena di era digital memudahkan produk yang kita terjual dikenal luas oleh para konsumen. Setelah mendiskusikan kepada pemilik pengrajin suling bambu mengenai pembuatan sosial media seperti Instagram dan Facebook serta disetujui oleh pemilik usaha selanjutnya produk suling bambu mulai di foto dan di unggah pada sosial media. Selanjutnya kegiatan yang perlu dilakukan yaitu membantu pemilik usaha untuk mengaplikasikan media sosial agar dapat dipahami secara mendalam.

No	Aspek Kegiatan	Kondisi Awal	Capaian
1	Pembi pembinaan tentang aspek pemasaran yaitu : a. pembuatan akun media sosial.	Usaha Suling Bambu sebelumnya belum ada niatan untuk memasarkan produknya secara luas	Pengetahuan tentang pentingnya pemasaran dalam dunia usaha memberikan bayangan kepada pemilik usaha agar meningkatkan

	<p>b. Pelatihan <i>internet marketing</i></p>	<p>dengan bantuan teknologi agar dikenal lebih banyak konsumen di luar daerah, dan juga sebelumnya pemilik usaha tidak bisa mengaplikasikan media sosial.</p>	<p>kualitas pemasaran mereka dengan memanfaatkan teknologi dan pengetahuan tentang pengaplikasian media sosial untuk peamasaran.</p>
2	<p>Penjualan yaitu dengan cara :</p> <p>a. Mengunggah produk di media sosial dan juga <i>market place</i>.</p> <p>b. Mengunggah keseharian pemilik usaha yang berkaitan dengan pengetahuan bermain suling.</p> <p>c. Mengunggah testimoni/review dari para konsumen yang telah membeli produk suling bambu di tempat usaha pengrajin suling bambu.</p>	<p>Penjualan dan pemasaran usaha suling bambu sebelumnya hanya dilakukan secara <i>face to face</i>, dan tidak pernah melakukan pengunggahan terkait dengan kualitas produk yang dihasilkan.</p>	<p>Pengetahuan tentang penjualan memberikan inovasi kepada pemilik usaha untuk lebih memperhatikan sarana penjualan yang akan mempengaruhi pendapatan dimana telah dapat dilakukan dengan bantuan teknologi atau secara online dan inovasi baru terkait strategi untuk meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk suling bambu ini.</p>
3	<p>Peningkatan daya saing dengan menonjolkan kelebihan dari usaha yang dijalankan</p>	<p>Kurangnya jumlah produk yang diinginkan.</p> <p>Menjadikan peminat suling bambu tidak terlalu banyak sehingga harus dilakukan peningkatan daya saing dengan menonjolkan kelebihan dari usaha suling bambu, serta memberikan bukti langsung kepada</p>	<p>Menyediakan sarana media informasi seperti sosial media untuk menginformasikan dan mengunggah kelebihan atau keunggulan dari usaha pengrajin suling bambu ini agar semakin dikenal oleh banyak orang.</p>



		konsumen bahwa produk yang dihasilkan dan dijual berkualitas tinggi	
--	--	---	--

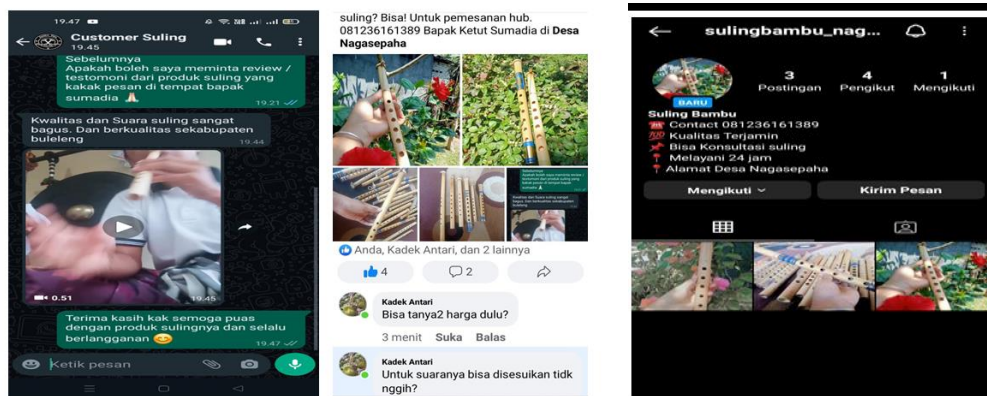
Tabel 1. Capaian Kegiatan

NO	JENIS LUARAN	INDIKATOR CAPAIAN	KETERANGAN
1	Dokumentasi pelaksanaan dalam bentuk video	Sudah diunggah	1
2	Hasil capaian dalam bentuk akun media sosial	Sudah serahkan akun media sosial	<a href="https://instagram.com/sulingbambu_nagasepaha?igshid=YmMyMTA2M2Y=">https://instagram.com/sulingbambu_nagasepaha?igshid=YmMyMTA2M2Y=</a>  <a href="https://www.facebook.com/DRFoodCA/videos/784181129588038/?app=fbi">https://www.facebook.com/DRFoodCA/videos/784181129588038/?app=fbi</a>

Tabel 2. Target Luaran Kegiatan Yang Akan Dicapai



Gambar 1. Proses Pembuatan Suling



Gambar 2. Promosi Suling via sosial media

#### 4. Kesimpulan

Dari pelaksanaan kegiatan pembinaan usaha di Usaha Pengrajin Suling Bambu ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pembinaan ini mampu memberikan nilai tambah bagi usaha dan pemilik usaha suling bambu, dimana nilai tambah yang dimaksud yaitu dengan adanya pembinaan ini pemilik usaha dapat memperluas jangkauan pemasaran dengan bantuan sosial media untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada masyarakat luas. Dapat dilihat dari beberapa komentar yang positif, jumlah peminat yang tertarik akan produk suling bambu dan review produk yang memuaskan akan dapat menarik para peminat produk suling bambu lainnya untuk membeli, dan merekomendasikan produk ini kepada konsumen lain, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam menyukseskan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Nagasepaha.

#### 6. Daftar Pustaka

- Afnan Rosyidi1, S. R. (2022). Workshop E-Commerce bagi Para Pemuda Pelaku Bisnis di Kartasura. *Volume 5 Nomor 01 Tahun 2022*, 5, 54-61.
- Anam Dorman.(2020, Oktober 14). *Bahas Strategi Pengembangan UMKM dengan Pengrajin Bambu, Bappenas Dorong Pemanfaatan Teknologi Digital*. Retrived from eljohnnews.com: <https://eljohnnews.com/bahas-strategi-pengembangan-umkm-dengan-pengrajin-bambu-bappenas-dorong-pemanfaatan-teknologi-digital/https://pemas.unisla.ac.id/index.php/JAB/article/view/212/78>
- Cendana, S. D. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Promosi bagi Kelangsungan UMKM. *Community Development And Society*, Volume 1 Halaman 1 - 10.
- FX Anjar Tri Laksono1, S. D. (2021). PENINGKATAN KEMAMPUAN DIGITALISASI PROMOSI DAN PEMASARAN PRODUK KELOMPOK EKS-BURUH MIGRAN DI KABUPATEN WONOSOBO. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 17(1), 2021: 13-26, 17, 13-26. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/transformasi/article/view/2867/1651>

- Hasanah, N., Ogawa, A. Y., Chrisjunianti, Olivian, D., Delvin, Eny, et al. (2020). PENERAPAN GERAKAN NEW NORMAL PADA ERA COVID 19 SERTA PERKEMBANGAN PEREKONOMIAN DI PASAR ABC. *Volume 2 Nomor 1 Edisi Agustus 2020*, 2, 302-315.
- I Made Gelgel Saniyasa. (2019, Juli 08). *Kerajinan Suling Bambu Desa Nagasepaha*. Retrived from [nagasepaha-buleleng.desa.id](http://nagasepaha-buleleng.desa.id) HYPERLINK "<http://nagasepaha-buleleng.desa.id/index.php/first/artikel/190-Kerajinan-Suling-Bambu-Desa-Nagasepaha>"
- Iqbal Fadli, (2020, November 26). *Dampak Pandemi, Ekonomi Bali Tumbuh Minus Selama 9 Bulan*. Retrieved from [merdeka.com](https://www.merdeka.com/uang/dampak-pandemi-ekonomi-bali-tumbuh-minus-selama-9-bulan.html) HYPERLINK "<https://www.merdeka.com/uang/dampak-pandemi-ekonomi-bali-tumbuh-minus-selama-9-bulan.html>"
- Maya, S. (2016). Strategi Peningkatan Penjualan Usaha Kecil Menengah Melalui E-Commerce Studi Kasus : Mitra UKM Perusahaan X. *JABE; Journal of Applied Business and Economics*, 2(3), 271-279. <http://dx.doi.org/10.30998/jabe.v2i3.1489>
- Prastiwi NLPEY, Ningsih LK, Suardika K. POLA PIKIR DAN PERILAKU KEWIRAUSAHAAN UMKM DI BULELENG, BALI. *j.imb [Internet]*. 2019 Jun.14 [cited 2022 Oct.19];4(1):61-70. Available from: <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2159>
- Putri, Y. (2020). DRAFT ARTIKEL PELAKSANAAN PROGRAM PENGABDIAN “IMPLEMENTASI PERKEMBANGAN TEKNOLOGI PEMASARAN PRODUK PADA UMKM DI KOTA BATAM”. *Volume 2 Nomor 1 Edisi Agustus 2020*, 2, 192-199.
- Rohida, L. (2018). Pengaruh Era Revolusi Industri 4.0 terhadap Kompetensi Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 114-136. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v6i1.187>