

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KERAJINAN PERAK DENGAN MEMASARKAN PRODUK MELALUI MEDIA ONLINE

I G.A.N Alit Sumantri¹, I Gusti Agung Ayu Pramita Indraswari², Ni Putu Budiadnyani³, Putu Pande R. Aprilyani Dewi

Universitas Pendidikan Nasional^{1,2,3,4}

<p>Kata kunci: Strategi pengembangan bisnis, pemasaran produk, Media Online.</p>	<p>ABSTRAK Kerajinan perak adalah kerajinan barang atau seni yang berasal dari perak. Industri perak itu sendiri merupakan suatu industri kerajinan tangan (handcraft) berbahan perak yang bernilai seni tinggi. Salah satu Industri kerajinan perak di Desa Celuk, Gianyar merupakan sentra kerajinan perak terbesar kedua di Indonesia setelah kota Gede Yogyakarta. Keunggulan kerajinan perak di desa Celuk adalah pada desain perhiasan yang unik dan masih melalui proses pengerjaan secara tradisional (handmade) sekaligus menjadi destinasi wisata. Pelaku bisnis pengrajin perak di Desa Celuk Sukawati telah banyak yang mengalami kemerosotan. Hal ini terjadi karena penurunan pasar aksesoris dari perhiasan perak yang mulai mengalami kemunduran. Salah satu faktor yang menyebabkan hal ini terjadi karena menjamurnya pusat oleh-oleh khas Bali yang lebih modern, banyaknya pesaing dari dalam maupun luar negeri serta maraknya peredaran produk perak bercampur alpaka tetapi dipasarkan dengan label perak asli lengkap disertai stempel kemurnian.</p>
<p>Keywords: Business development strategies, product marketing, online media.</p>	<p>ABSTRACT <i>Silver crafts are crafts or arts made from silver. The silver industry itself is a handicraft industry made from silver that has high artistic value. One of the silver craft industries in Celuk Village, Gianyar is the second largest silver craft center in Indonesia after Kota Gede Yogyakarta. The advantage of silver crafts in Celuk Village is the unique jewelry design and still goes through a traditional process (handmade) as well as being a tourist destination. Silver craftsmen in Celuk Village Sukawati have experienced a lot of decline. This is due to the decline in the market for accessories from silver jewelry which has begun to decline. One of the factors that caused this to happen is the proliferation of more modern Balinese souvenir centers, the many competitors from within and outside the country and the rampant circulation of silver products mixed with alpaca but marketed with a complete original silver label accompanied by a purity stamp.</i></p>

PENDAHULUAN

Bisnis kerajinan perak yang terkenal di Bali berada di Desa Celuk Sukawati. Produk-produk yang dihasilkan di sentra kerajinan ini adalah berupa perhiasan yang berbahan dasar perak yang memiliki ciri khas dan bernilai seni tinggi. Desa Celuk mulai dikenal sejak sekitar tahun 1976 (Putri dkk, 2020). Desa Celuk adalah daerah penghasil kerajinan emas dan perak berkualitas dengan motif tegas dan jelas serta produk yang dihasilkan juga dalam jumlah yang besar. Hasil Kerajinan Perak Celuk semakin terkenal di kalangan wisatawan karena kualitas dan perkembangan motifnya yang selalu mengalami penyegaran membuatnya dapat diterima pasar dunia. Kerajinan yang dihasilkan antara lain cincin, gelang, kalung, anting-anting, brosa maupun jenis perhiasan yang lain. Barang cendramata dari emas maupun perak seperti patung, sendok, garpu, juga diproduksi disini dan merupakan komoditi ekspor. Kemajuan teknologi yang tinggi dan beragamnya kebutuhan konsumen membuat dunia usaha semakin berkembang pesat, termasuk dunia usaha yang berkaitan dengan bidang export perhiasan perak.

Persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan, baik persaingan dalam menentukan harga di pasaran, persaingan dalam menentukan varian produk yang menyesuaikan dengan kemauan konsumen seperti inovasi produk perhiasan perak yang mendukung atau implementasi hal-hal yang baru (Rakhman & Rahayu, 2017). Kesenian di Bali merupakan salah satu yang diminati oleh wisatawan khususnya kesenian dalam bidang kerajinan yaitu kerajinan perak. Kerajinan perak Bali tidak terlepas modernisasi, yang ditransformasi melalui pariwisata. Pariwisata

berpengaruh pada kerajinan perak Bali dari aspek bentuk, jenis, fungsi, ataupun maknanya dalam masyarakat (Lestari & Wirathi, 2016).

Pulau Bali sendiri memiliki ratusan para pengusaha perhiasan perak, mereka memasarkan produknya di art shop masing-masing serta melakukan terobosan dengan memasarkan produknya lewat internet dan mengikuti pameran di kota-kota besar dan ke luar negeri (Narendra dkk 2022). Strategi pemasaran produk via online ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk dan lebih menjangkau konsumen lebih luas. Disamping itu penjualan melalui media online dapat membuat produk perak Bali lebih dikenal hingga ke mancanegara. Strategi digital marketing bisa menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan agar dapat menjangkau pasar lebih luas sehingga para pengrajin dapat memasarkan produknya melalui platform-platform online dengan begitu diharapkan dapat berpotensi untuk mengembangkan lagi produksi industri perak di Desa Celuk dapat kembali bangkit dan berkembang.

METODOLOGI PENELITIAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dirancang membantu memberikan sosialisasi tentang pentingnya E-Commerce dalam pengembangan bisnis. Jenis penelitian yang dilakukan dalam jurnal ini bisa berbentuk penelitian tindakan masyarakat (community action research) atau penelitian terapan yang berfokus pada penerapan strategi bisnis untuk meningkatkan kemampuan pemasaran produk kerajinan perak melalui media online. Penelitian ini dilakukan di industri kerajinan perak yang ada di Desa Cekluk Sukawati Gianyar. Subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha kerajinan perak, yang dapat mencakup pemilik usaha, pengrajin, dan tenaga kerja yang terlibat dalam produksi dan pemasaran kerajinan perak. Data yang digunakan dalam penelitian ini dapat bersumber dari wawancara mendalam dengan pemilik usaha, pengrajin, dan tenaga pemasaran untuk mengetahui kondisi bisnis, kendala yang dihadapi, serta persepsi mereka terhadap pemanfaatan media online. Serta observasi lapangan untuk melihat secara langsung proses produksi dan pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha kerajinan perak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran produk kerajinan perak melalui media online. Melalui sesi pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada pengusaha kerajinan perak, ditemukan bahwa pemahaman mereka terhadap penggunaan media online untuk pemasaran produk meningkat secara signifikan. Sebelumnya, sebagian besar pengusaha kerajinan perak hanya mengandalkan penjualan langsung di pasar lokal atau melalui toko fisik. Namun, setelah mengikuti pelatihan, banyak dari mereka mulai menyadari potensi besar media online, seperti media sosial (Facebook, Instagram, dan TikTok), marketplace (Shopee, Tokopedia), serta pembuatan website sebagai saluran pemasaran yang efektif dan efisien.

Sebagian besar pengusaha kerajinan perak juga mulai membuka toko online di berbagai platform marketplace, seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada. Beberapa di antaranya yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan secara langsung, kini telah memperluas jangkauan pasarnya melalui marketplace, yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan dari berbagai wilayah di Indonesia. Pengusaha kerajinan perak yang sebelumnya kesulitan mengelola penjualan online, kini dapat memanfaatkan fitur yang ada di marketplace untuk mengelola inventaris, pengiriman, dan promosi dengan lebih mudah.



Gambar 1 Pengrajin Perak Di Desa Celuk Sukawati Gianyar

Pembahasan

Kemajuan teknologi yang tinggi dan beragamnya kebutuhan konsumen membuat dunia usaha semakin berkembang pesat, termasuk dunia usaha yang berkaitan dengan bidang export perhiasan perak. Persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan, baik persaingan dalam menentukan harga di pasaran, persaingan dalam menentukan varian produk yang menyesuaikan dengan kemauan konsumen seperti inovasi produk perhiasan perak yang mendukung atau implementasi hal-hal yang baru. Akhir-akhir ini produksi perhiasan perak dan barang kerajinan lainnya sedang mengalami penurunan, situasi yang ada saat ini membuat banyak art shop perak mengalami penurunan kunjungan konsumen, hal ini disebabkan oleh turunnya kunjungan wisatawan yang salah satu alasannya adalah pergeseran cara belanja konsumen yang kini beralih ke media online karena dianggap lebih praktis dan efisien. Kondisi tersebut menunjukkan banyak artshop yang gulung tikar dan yang masih bisa bertahan mereka menjalin kerjasamanya dengan agen travel lokal untuk mendatangkan tamu ke artshop. Pelaku usaha juga berinovasi dengan memasarkan produknya lewat internet. Memasarkan produk melalui media online ini diharapkan dapat membantu peningkatan penjualan produk kerajinan perak di Desa Celuk Sukawati. Para pengusaha perak ini diberikan pelatihan terkait pemasaran produk secara online. Meskipun ada peningkatan pemahaman dan penggunaan media online, beberapa tantangan masih dihadapi oleh pengusaha kerajinan perak dalam menerapkan pemasaran online secara maksimal. Beberapa pengusaha kerajinan perak yang lebih senior masih kesulitan dalam mengelola akun media sosial atau marketplace, seperti dalam hal pengelolaan konten, penggunaan fitur iklan berbayar.

Media sosial memainkan peran penting dalam mengembangkan bisnis kerajinan perak, khususnya dalam menciptakan keterlibatan (engagement) dengan konsumen. Platform seperti Instagram dan Facebook memberikan peluang untuk memperkenalkan produk dengan cara yang lebih personal dan dekat dengan audiens. Menggunakan konten yang menarik seperti foto, video, dan cerita pelanggan dapat membantu membangun branding yang kuat. Namun, agar pemasaran di media sosial efektif, pengusaha perlu memahami cara membuat konten yang relevan dengan target pasar mereka.

Pelatihan tentang strategi pemasaran digital yang lebih mendalam, termasuk pembuatan konten kreatif menjadi hal yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan hasil pemasaran di media sosial. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan dapat membantu pra pengrajin perak di zdesa Celuk Sukawati untuk belajar bagaimana mengembangkan strategi bisnis kerajinan perak melalui media online.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis melalui Strategi Pengembangan Bisnis Kerajinan Perak Dengan Memasarkan Produk Melalui Media Online di Desa Celuk Sukawati akan dapat kembali membangkitkan eksistensi pengrajin perak di Desa Celuk Sukawati dengan penyegaran berbasis digital. penggunaan media sosial dan marketplace terbukti dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, strategi pemasaran online menjadi pilihan yang sangat relevan dan efektif untuk mengembangkan bisnis kerajinan perak ke depannya.

Saran yang dapat diberikan terkait dengan kegiatan pengabdian pada masyarakat melalui strategi bisnis melalui media online diharapkan usaha kerajinan perak di desa Celuk Sukawati dapat dapat meningkatkan keunggulan produk, kualitas yang dimiliki dan pemanfaatan promosi dengan media teknologi yang berkembang yang lebih baik. Cara lain yang dapat dilakukan adalah dengan branding produk, memasarkan produk di media online seperti platform-platform terkini yang memperluas jaringan pemasaran diseluruh Indonesia maupun dinegara-negara lain. Lalu mengikuti pameran-pameran yang sudah disiapkan dari pemerintah yaitu yang menaungi dari dinas perindustrian sebagai peningkatan pemasaran dan memperkenalkan hasil karya kerajinan perak dapat menjangkau konsumen lebih luas hingga ke kancah internasional.

DAFTAR RUJUKAN

Memuat sumber-sumber yang dirujuk dan minimal 80% berupa pustaka primer berupa jurnal nasional dan internasional, terbitan 5 tahun terakhir. Daftar rujukan ditulis sesuai dengan *American Psychological Association (APA) Fifth edition* dengan menggunakan aplikasi referensi (*reference manager*) seperti *Mendeley*, *Zotero*, *Reffwork*, *Endnote* dan lain-lain. Semua sumber yang tercantum dalam daftar pustaka harus ada dalam naskah artikel.

Lestari, K. J., & Wirathi, I. G. A. P. (2016). Pengaruh Jumlah Produksi, Tenaga Kerja Dan Kurs Valuta Asing Terhadap Ekspor Perhiasan Perak Di Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Unud*, 5(1), 47-68.

Putri, N. P. R. P. A., Gunawarman, A. A. G. R. & Ningsih, N. L. A. P. (2020). Potensi Permukiman Perajin Perak Tradisional Berbasis Arsitektur Dan Ekonomi Kreatif Di Desa Celuk, Gianyar. *Undagi: Jurnal Ilmiah Jurusan Arsitektur Universitas Warmadewa*. 8(1), pp.37-44..

Rakhman, A., & Rahayu, T. S. M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Variasi Audio Mobil Di Subur Audio Workshop Purwokerto. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis MEDIA EKONOMI*, 18(1), 33-41.

Yusandipta, N. (2014). Perumusan Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kerajinan Perak Dengan Pendekatan Strength Weakness Opportunity Threa (Swot), Balanced Scorecard Dan Analytical Hierarchy Process (Ahp) (Studi Kasus Di Cv. Moeljodihardjo (Md) Silver, Kotagede, Yogyakarta). UPN Veteran Jakarta.

Zuhri, S. (2013). Analisis Pengembangan Usaha Kecil home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan. *Manajemen Dan Akuntansi*.

