

## **Pelatihan Penggunaan Sosial Media Pada Usaha Pande Besi di Desa Kedisan-Gianyar**

**Ni Kadek Nita Noviani Pande, Christina Purnama Yanti\*, Komang Redy Winatha, Ni Luh Wiwik Sri Rahayu Ginantra**

Prodi Teknik Informatika, STMIK STIKOM Indonesia, Bali, Indonesia

Email: <sup>1</sup>novy.pande@stiki-indonesia.ac.id, <sup>2,\*</sup>christinapy@stiki-indonesia.ac.id, <sup>3</sup>redywin@stiki-indonesia.ac.id, <sup>4</sup>wiwik@stiki-indonesia.ac.id

**Abstrak**– Kerajinan tangan orang Bali juga merupakan salah satu daya tarik yang sudah mendunia. Contohnya saja kerajinan ukiran dari kayu, lukisan, kain endek, keris, gamelan, tembaga, emas, perak dan masih banyak lagi. Keris dan gambelan di Bali pada umumnya dibuat oleh orang Pande atau bisa dikatakan soroh Pande dan proses pembuatannya dikerjakan di sebuah Prapen. Prapen memang selalu diidentikan dengan soroh pande, selain sebagai tempat orang melakukan swadharmanya yaitu memande. Prapen sendiri sangat penting bagi orang Pande bukan hanya sebagai identitas dirinya sebagai orang pande namun juga sebagai mata pencaharian warga pande untuk bekerja yang telah diwariskan oleh para leluhur mereka secara turun-temurun. Di Desa Kedisan Kaja, Kecamatan Tegalalang, Kabupaten Gianyar terdapat kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) yang bergerak dibidang memande. Usaha yang dijalani sejak bertahun-tahun hanya menggunakan sistem pre order (membuat bila ada pesanan). Berdasarkan hasil wawancara permasalahan utama yang di alami mitra yaitu (1) pengetahuan mereka tentang pemasaran produk masih sangat terbatas, dan (2) belum memiliki tempat penyimpanan kelengkapan memande. Tujuan dari PKM ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam bentuk teknik pemasaran hasil produksi. Metode yang dipakai dalam mencapai tujuan tersebut yaitu pemanfaatan teknologi dengan mengadakan pelatihan pemanfaatan media sosial Instagram dan Facebook guna meningkatkan pemasaran sehingga pengrajin mampu memasarkan hasil kerajinannya pada sosial media secara mandiri dan mampu meningkatkan penjualan.

**Kata Kunci:** Pelatihan, Sosial Media, Pande, Besi

**Abstract**–Balinese handicrafts are also a worldwide attraction. For example, handicrafts from wood carvings, paintings, endek fabrics, keris, gamelan, copper, gold, silver, and many more. Keris and gambelan in Bali are generally made by the Pande people or you can say Soroh Pande and the manufacturing process is done in a Prapen. Prapen is always identified with cheer pande, apart from being a place for people to do their swadharma, namely memande. Prapen itself is very important for the Pande people not only as their identity as a Pande but also as a livelihood for Pande residents to work which has been passed down by their ancestors from generation to generation. In Kedisan Kaja Village, Tegalalang District, Gianyar Regency, there is a Small and Medium Enterprise (UKM) group that is engaged in memande. The business that has been going on for years only uses a pre-order system (making when there is an order). Based on the results of the interview, the main problems experienced by the partners, namely (1) their knowledge of product marketing is still very limited, and (2) they do not have a storage place for memande completeness. The purpose of this PKM is to increase the understanding and skills of partners in the form of product marketing techniques. The method used in achieving this goal is the use of technology by holding training on the use of Instagram and Facebook social media to improve marketing so that craftsmen can market their handicrafts on social media independently and be able to increase sales.

**Keywords:** Training, Social Media, Pande, Iron

### **1. PENDAHULUAN**

Tradisi adalah kesamaan benda material dan gagasan yang berasal dari masa lalu namun masih ada hingga kini dan belum dihancurkan atau dirusak. Tradisi dapat diartikan sebagai warisan yang benar atau warisan masa lalu. demikian tradisi yang terjadi berulang-ulang bukanlah dilakukan secara kebetulan. atau disengaja (Dodik Kariadi; Wasis Suprpto, 2013). Agama Hindu khususnya di Bali memiliki tradisi serta adat istiadat yang sangat kental. Tidak hanya keindahan Agama Hindu yang ada di Bali, kerajinan tangan orang Bali juga merupakan salah satu daya tarik yang sudah mendunia (Ko et al., 2017). Contohnya saja kerajinan ukiran dari kayu, lukisan, kain endek, keris, gamelan, tembaga, emas, perak dan masih banyak lagi (Induk, Rip, & Sebagai, 2019). Keris dan gambelan di Bali pada umumnya dibuat oleh orang Pande atau bisa dikatakan soroh Pande dan proses pembuatannya dikerjakan di sebuah Prapen. Prapen memang selalu diidentikan dengan soroh pande, selain sebagai tempat orang melakukan swadharmanya yaitu memande. Prapen sendiri sangat penting bagi orang Pande bukan hanya sebagai identitas dirinya sebagai orang pande namun juga sebagai mata pencaharian warga pande untuk bekerja yang telah diwariskan oleh para leluhur mereka secara turun-temurun. Prapen merupakan sebuah warisan dari leluhur mempunyai nilai yang bermanfaat bagi warga pande yaitu dalam nilai religius yang dilakukan orang pande untuk mendekatkan diri dengan Ida Sang Hyang Widhi Wasa dalam wujud manifestasinya sebagai Dewa Brahma Gati (Yudari, n.d.). Pada prapen juga menghasilkan sebuah nilai keindahan atau nilai estetika dari benda yang dihasilkan melalui kegiatan memande, benda yang dihasilkan juga menjadi penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup orang pande sehingga prapen juga memberikan nilai ekonomi bagi orang pande, serta nilai etika tata cara orang pande berperilaku dalam kehidupan sehari – hari. Kerajinan mengolah logam atau mamande dibedakan menjadi dua, yaitu pande besi dan pande emas/perak (Pande Made Purna Jiwa, 2013). Pada zaman dahulu industri kerajinan mengolah logam (mamande) merupakan mata pencaharian masyarakat yang ditekuni secara turun-temurun oleh masyarakat dari keluarga pande. Industri pande besi merupakan suatu usaha

perorangan yang bergerak di bidang pertukangan besi. Kemahiran pande besi pada awalnya tertumpu pada pembuatan senjata- senjata tradisional seperti keris, parang dan pedang yang diturunkan secara turun temurun yang melibatkan segala potensi yang ada dikeluarganya dan masyarakat sekitar (Pengabdian et al., 2012). Namun, pada perkembangannya terjadi peralihan dari pembuatan senjata tradisional ke alat-alat pertanian/ perkebunan. Di Desa Kedisan Kaja, Kecamatan Tegalalang, Kabupaten Gianyar terdapat kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) yang bergerak dibidang memande. Mitra dalam kegiatan ini adalah bapak Made Merta sebagai pemilik UKM. Sebelum menekuni usaha ini mitra adalah seorang petani. Selain sebagai petani, mitra juga memiliki keahlian memande yang kemudian dijual. Keahlian ini dijadikan modal utama untuk membuat usaha. Mitra memiliki 1 orang anggota yang membantu dalam proses memande yakni Made Sumitra yang tak lain merupakan putra dari pemilik UKM. Usaha yang dijalani sejak tahun 2010 hanya menggunakan sistem pre order (membuat bila ada pesanan). Produksi dilakukan oleh mitra tersebut masih musiman, dalam arti masih mengandalkan konsumen yang datang ke tempat usaha tersebut untuk permintaan pembuatan pisau, keris, atupun golok.

Berdasarkan hasil wawancara, permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra saat ini yakni pemasaran usaha maupun produk memande seperti pisau, golok, parang bahkan keris, saat ini masih sebatas dilingkungan desa dan proses penjualan masih berdasarkan informasi dari warga desa (mulut ke mulut). Mitra usaha juga belum mengetahui cara mencari pelanggan melalui media sosial yang saat ini sedang ramai digunakan oleh para pemilik usaha. Melihat hal tersebut, dampak yang diakibatkan yaitu produksi hasil memandi tidak bertambah.

Peran STMIK STIKOM Indonesia (STIKI) sebagai salah satu kampus IT di Bali melalui Program Studi Teknik Informatika memiliki peran penting dalam meningkatkan proses pemasaran produk hasil memande ini. Sesuai dengan visi dan misi program studi dalam perkembangan teknologi informasi diharapkan dapat memberikan hasil maksimal. Metode pemasaran secara online dapat memperluas jaringan informasi terkait adanya UKM ini dan dapat juga memperluas pangsa pasar dari usaha memande ini. Bapak Made Merta mengakui beliau ingin melakukan promosi usaha secara online, namun itu semua terhalang karena keterbatasan pengetahuan tentang internet, media sosial maupun website, sehingga metode tersebut belum dilakukan.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Diawali dengan pengumpulan data untuk mengetahui kondisi Usaha Pande Besi. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa Usaha Pande Besi ini memiliki kendala pada pengetahuan sistem pemasaran produk dan kekurangan alat untuk membantu dalam produksi *memande*.
- b. Setelah mengetahui kendala tersebut, dilakukan observasi untuk mengetahui spesifikasi pengetahuan sistem pemasaran jenis apa yang menghambat dalam pemasaran produk. Hal tersebut bertujuan untuk merencanakan pelatihan seperti apa yang akan dilakukan mengingat keterbatasan pengetahuan teknologi yang dimiliki oleh pelaku usaha.
- c. Perancangan materi pelatihan yang akan disampaikan ke pelaku usaha.
- d. Kegiatan pelatihan yang dilakukan memiliki beberapa tahapan yaitu:  
Hari Pertama Tanggal 11 Agustus 2020:
  1. Persiapan perjalanan oleh dosen, dan mahasiswa mulai pukul 09:00 WITA menuju ke tempat Usaha Pande.
  2. Perkenalan ke pelaku usaha oleh dosen, dan mahasiswa mulai pukul 10:00 WITA.
  3. Memberikan materi mengenai pembuatan dan cara mendaftarkan email ke akun *google gmail*.
  4. Memberikan materi tentang pembuatan akun sosial media *facebook* dan *instagram*.Hari Kedua Tanggal 19 Agustus 2020:
  1. Persiapan perjalanan oleh dosen, dan mahasiswa mulai pukul 09:00 WITA menuju ke tempat Usaha Pande.
  2. Memberikan materi cara membuat konten di akun *facebook* dan *instagram*.
  3. Memberikan arahan bagaimana cara mengelola dan mempromosikan ke sosial media produk hasil produksi dengan menulis *caption* di sosial media dengan bahasa yang menarik dan persuasif.
  4. Memberikan kesempatan praktek langsung kepada pelaku usaha berupa projek untuk melatih dan mengeksplor sendiri kemampuan setelah mendapatkan pengetahuan dalam penggunaan media sosial dalam pemasaran produk.
  5. Memberikan bantuan alat kerja ke pelaku usaha seperti grinder dan blower untuk mempermudah pekerjaan memande dan penutupan kegiatan pukul 15.00 WITA

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diadakan selama 2 hari pada tanggal 11 dan 19 Agustus 2020. Kegiatan pelatihan tersebut dilakukan di rumah sekaligus tempat produksi dari Usaha Pande di Desa Kedisan Kaja, Kecamatan Tegalalang, Kabupaten Gianyar. Adapun proses kegiatan dimulai dari persiapan, perkenalan, pemberian materi dan pemberian bantuan alat kerja. Kegiatan berlangsung mulai pukul 10:00 hingga 15:00 WITA.

## 2.1 Persiapan

Tahap persiapan ini dimulai dengan melakukan survey ke Usaha Pande Besi terkait kendala-kendala pemasaran produk yang menjadi permasalahan utama dari Usaha Pande Besi ini. Selain itu mengecek ketersediaan jaringan internet dalam hal pelaksanaan kegiatan pelatihan. Hal lain yaitu melakukan survey ketersediaan alat penunjang dalam memproduksi hasil memande.



**Gambar 1.** Tahap Survey ke Usaha Pande Besi

## 2.2 Pelatihan Penggunaan Sosial Media

Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra saat survey, mitra mengalami kendala dalam hal pemasaran produk dimana metode yang digunakan saat ini masih penyebaran informasi dari mulut ke mulut. Dalam kegiatan pelatihan ini dosen memfasilitasi mitra dalam pelatihan seperti laptop yang digunakan sebagai perantara dalam pembuatan sosial media serta menyediakan kuota internet untuk membantu lancarnya jaringan internet selama pelatihan. Pelatihan penggunaan sosial media yang kami berikan berupa;

### 2.2.1 Pembuatan Akun Google

Mitra sepenuhnya belum memiliki sosial media apapun yang akan dijadikan sebagai bahan promosi ke media online. Kami memfasilitasi dalam pembuatan akun google yang dimana akun ini akan dipakai dalam pembuatan akun sosial lainnya. Penamaan akun google dan keamanannya yang dipakai sesuai permintaan dari mitra agar mudah diingat. Berikut gambar saat pelatihan pembuatan akun google.



**Gambar 2.** Proses Pembuatan Akun Google

### 2.2.2 Pembuatan Akun Facebook

Setelah selesai membuat akun google, kemudian mitra kami arahkan membuat akun Facebook, dimana dari akun Facebook ini mitra berkesempatan belajar mengelola sosial media miliknya mulai dari mengunggah foto hasil produksi, membuat takarir dari unggahan foto hasil produksi, mengunggah video saat produksi dan segala aktifitas pemasaran produk. Berikut gambar kegiatan saat pembuatan akun Facebook.



**Gambar 3.** Proses Pembuatan Akun Facebook

### 2.1.3 Pembuatan Akun Instagram

Pembuatan akun instagram juga menggunakan akun google yang sudah didaftarkan agar memudahkan mitra dalam penggunaannya. Penamaan akun Instagram juga diserahkan ke mitra agar mudah digunakan. Kegiatan ini juga memberikan kesempatan kepada mitra untuk mengelola akun instagram secara mandiri untuk pemasaran hasil produksi. Mitra diberi kesempatan untuk belajar cara mengambil gambar produk yang ingin diunggah dalam sosial media tersebut, serta cara membuat kalimat dalam unggahan Facebook maupun Instagram. Berikut beberapa gambar situasi pelatihan.



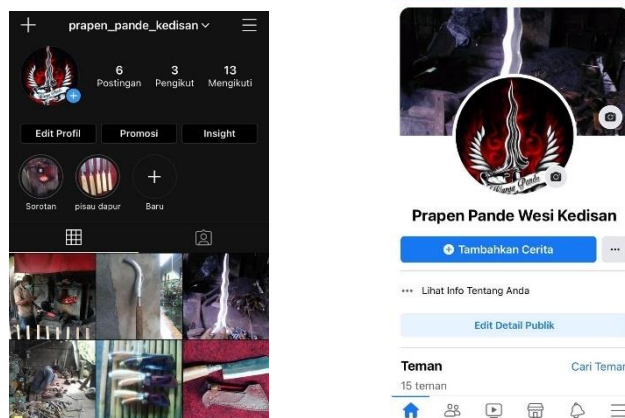
**Gambar 4.** Proses Pembuatan Akun Instagram



**Gambar 5.** Proses Pengambilan Gambar Untuk di Posting Pada Sosial Media

### 2.1.4 Hasil Percobaan Promosi Pande Besi Pada Sosial Media Yang Telah Dibuat

Setelah mendapatkan pengetahuan mengenai penggunaan sosial media untuk pemasaran produk, mitra diberikan akses penuh untuk mengelola sosial media yang sudah dibuat. Mitra mulai mengunggah foto, video, foto hasil produksi dan kegiatan-kegiatan selama produksi. Mitra juga menulis sendiri takarir dan kalimat persuasive dalam unggahan sosial media milik mereka. Jika ada pesanan, mereka juga sudah mampu menulis takarir yang sifatnya menjual dari produk yang dipesan. Berikut merupakan hasil sosial media yang dikelola oleh mitra selepas pelatihan.



**Gambar 6.** Sosial Media yang dikelola Mitra

## 2.3 Dokumentasi Kegiatan PKM

Adapun foto kegiatan PKM yang dilakukan adalah sebagai berikut:



**Gambar 7.** Foto Dosen dan Mitra saat pelatihan



**Gambar 8.** Foto mitra saat produksi



**Gambar 9.** Pemberian Alat Bantu Produksi



**Gambar 10.** Foto Bersama dengan Mitra

#### **4. KESIMPULAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Pelatihan Penggunaan Sosial Media Pada Usaha Pande Besi di Desa Kedisan – Gianyar untuk membantu mitra dalam mempromosikan hasil produksi melalui sosial media *Facebook* maupun *Instagram*. Hal ini ditunjukkan antara lain oleh adanya respon positif dari mitra usaha dengan antusias belajar dalam penggunaan social media dalam mempromosikan hasil produksinya dan adanya umpan balik dari mitra. Saran untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah persiapan yang lebih matang berupa waktu, materi, maupun tenaga. Sehingga kegiatan dapat dilakukan lebih lama.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dodik Kariadi; Wasis Suprpto. (2013). Tradisi Memaos Sebagai Media Edukatif Untuk Membangun Jiwa Religius Generasi Muda. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Induk, R., Rip, P., & Sebagai, G. (2019). Gianyar sebagai kota pusaka 2015-2019.
- Ko, N., Astiti, A., Trad, K., Sebagai, B., Budaya, E., & Tarik, D. (2017). Kerajinan Tradisional Bali Sebagai Elemen Balinese Traditional Crafts As Cultural, 1–24.
- Pande Made Purna Jiwa. (2013). *Prasasti dan Babad Pande: Mencari Jati Diri, Mengamalkan Bisama Batar Kawitan Menuju Ajeg Bali*.
- Pengabdian, P. D. A. N., Rahmawaty, P., Si, M., Respati, D., Sumunar, S., & Si, M. (2012). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL Prosiding Seminar Nasional* (Vol. 2).
- Yudari, A. A. K. S. (n.d.). Pande Di Bali, 1–8.