

***Improving the Quality and Sales of Lamak Products at UD. Wijaya Kusuma Sari Blooms***

**Peningkatan Kualitas Dan Penjualan Produk Lamak Pada UD. Wijaya Kusuma Sari Mekar**

**Gede Ardana Yasa<sup>1</sup>, Ni Kadek Anik Krismadewi<sup>2</sup>, Kadek Angga Kurniawan<sup>3</sup>,  
I Ketut Suardika<sup>4</sup>**

Manajemen STIE Satya Dharma Singaraja<sup>1,2,3,4</sup>

[ardanayasa000@gmail.com](mailto:ardanayasa000@gmail.com)<sup>1</sup>, [kadekanikrismadewi@gmail.com](mailto:kadekanikrismadewi@gmail.com)<sup>2</sup>,

[anggakurnia575@gmail.com](mailto:anggakurnia575@gmail.com)<sup>3</sup>, [ktsuardika@gmail.com](mailto:ktsuardika@gmail.com)<sup>4</sup>

Diterima: Januari 2022, Revisi : Januari 2022, Terbit: Februari 2022

---

**ABSTRAK**

UMKM merupakan suatu bisnis skala kecil menengah yang memiliki potensi dan peluang dalam mendapatkan keuntungan. Dengan UMKM, diharapkan masyarakat mampu meningkatkan kreativitasnya sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang memadai. UMKM dikelola oleh perseorangan yang tidak menerapkan prinsip organisasi, enggan untuk melakukan promosi dan penelitian sebelum mendirikan suatu bisnis UMKM. Oleh sebab itu, ada beberapa UMKM yang gagal karena disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu : (1) Mengatur struktur organisasi, (2) Pengendalian jumlah produksi, (3) Sistem administrasi dan pembukuan, (4) Pengelolaan keuangan, (5) Pemasaran dan promosi. Saat ini, sudah banyak berbagai jenis UMKM yang ada. Bahkan, di pedesaan sudah menjamur aneka jenis UMKM yang menarik. Salah satunya adalah kerajinan lamak yang didirikan oleh Bapak Made Sukiana, yaitu UD. Wijaya Kusuma yang bergerak dalam produksi dan penjualan lamak. Permasalahan yang dihadapi oleh UD. Wijaya Kusuma adalah adanya pelaku usaha sejenis sehingga menciptakan persaingan yang ketat bagi UMKM pengrajin lamak. Solusi yang dapat diberikan yaitu : 1) Memberikan pembinaan mengenai inovasi produk, 2) Memberikan pengetahuan teknologi informasi untuk melakukan promosi penjualan melalui media online. Solusi tersebut diharapkan dapat diterapkan sehingga bisa menarik daya jual melalui inovasi produk yang dilakukan dan mampu melakukan promosi online sehingga dapat menjangkau lebih banyak konsumen.

**Kata kunci** : lamak, inovasi produk, pemasaran dan promosi online.

**ABSTRACT**

*MSMEs are small and medium-scale businesses that have the potential and opportunities to earn profits. With MSMEs, it is hoped that the community will be able to increase their creativity so that they can create adequate employment opportunities. MSMEs are managed by individuals who do not apply organizational principles, are reluctant to conduct promotions and research before establishing an MSME business. Therefore, there are several MSMEs that fail due to several factors, namely: (1) Regulating the organizational structure, (2) Controlling the amount of production, (3) Administration and bookkeeping systems, (4) Financial management, (5) Marketing and promotion. Currently, there are many types of SMEs that exist. In fact, in rural areas, various types of interesting MSMEs have mushroomed. One of them is the lamak craft which was founded by Mr. Made Sukiana, namely UD. Wijaya Kusuma which is engaged in the production and sale of lamak. The problems faced by UD. Wijaya Kusuma is the existence of similar business actors so as to create stiff competition for MSMEs for lamak craftsmen. The solutions that can be given are: 1) Providing guidance on product innovation, 2) Providing information technology knowledge to conduct sales promotions through online media. The solution is expected to be implemented so that it can attract selling power through product innovations that are carried out and are able to carry out online promotions so that they can reach more consumers.*

**Keyword** : Lamak, product innovation, online marketing and promotion.

## 1. Pendahuluan

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha bisnis skala kecil yang memiliki peluang sangat besar dalam mendapatkan keuntungan yang efektif. Usaha kecil menengah tidak hanya dilakukan oleh masyarakat perkotaan melainkan sudah tersebar luas dilakukan oleh masyarakat yang ada di pedesaan, salah satunya adalah Desa Sari Mekar. Desa Sari Mekar merupakan wilayah di daerah Buleleng yang salah satunya bisa menjadi peluang dalam usaha bisnis UMKM. Salah satu mitra yaitu UMKM UD. Wijaya Kusuma yang bergerak dalam bidang usaha pengrajin lamak yang merupakan salah satu bentuk kerajinan tradisional yang secara turun temurun dilestarikan oleh masyarakat Bali.

Salah satu potensi UD. Wijaya Kusuma memiliki peluang besar dalam pertumbuhan ekonomi. Lamak merupakan kerajinan yang menjadi sarana perlengkapan upacara dimana sebuah kebutuhan bagi masyarakat Bali khususnya yang beragama Hindu. Dalam kegiatan keagamaan maupun adat perlengkapan upacara tidak dapat dipisahkan. Saat ini perlengkapan upacara berkembang mengikuti keinginan konsumen dengan tidak meninggalkan makna dan nilai seni yang dimiliki. Produk kerajinan yang dihasilkan oleh pengerajian perlengkapan upacara yang ada di Desa Sari Mekar, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng memiliki ciri khas sehingga mudah untuk dibedakan dengan produk sejenis yang berasal dari daerah lain.

UMKM telah mempunyai strategi tersendiri, dengan cara membuat produk khusus dan unik agar tidak bersaing dengan perusahaan besar bahkan berperan sebagai partner perusahaan besar (Hasan 2021). Selain itu, UMKM dikelola perseorangan dengan mengabaikan prinsip organisasi, gaya hidupnya tidak ilmiah, dan enggan mengeluarkan biaya untuk promosi dan penelitian, serta melakukan aktivitas yang tidak berhubungan dengan usahanya (Kusniati 2015). Ringkasnya, UMKM yang gagal disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Mengatur struktur organisasi dan personalia
2. Pengendalian jumlah produksi
3. Sistem administrasi dan pembukuan
4. Mengelola keuangan serta menghitung laba perusahaan
5. Pemasaran dan promosi
6. Perluasan dan alih generasi pada pengelolaan UMKM.

Perubahan perekonomian penting lainnya adalah kecenderungan pada perekonomian global, yang memberikan bentuk kompetisi baru dan juga membuka peluang bisnis. Meskipun perusahaan besar adalah pelaku utama dalam bisnis internasional, kehadiran perusahaan kecil yang terus bertambah dalam pasar global telah memodifikasi penampilan tradisionalnya yang pada hakikatnya hanya berusaha di daerahnya (Soegoto 2013). Walaupun perusahaan berskala kecil tersebut biasa ditempatkan di satu lokasi, banyak dari mereka sekarang ini mengeksport atau mengimpor produk melewati batas antar negara.

Kesempatan bisnis seperti ini terus berkembang. Setiap perusahaan mempunyai strategi dalam berusaha. Namun, bisa terjadi seorang pemimpin perusahaan tidak menyadarinya. Strategi merupakan tindakan yang bersifat kontinyu dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan, sehingga dibutuhkan kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumsi para konsumen yang didukung oleh kompetensi inti (*core competencies*) perusahaan tersebut (Febrianti & Handaruwati 2020).

Sejalan dengan semakin berkembangnya usaha kerajinan, perlu strategi pengembangan yang jitu melihat persaingan pasar industri kerajinan semakin kompetitif. Terutama Indonesia yang telah melalui ekonomi pasar bebas dan sedang beradaptasi pada revolusi industri 4.0, sehingga pengerajin maupun pemerintah setempat haruslah mempersiapkan diri dengan berbagai strategi pengembangan dan pembangunan daerah. Saat ini, sudah banyak pelaku usaha UMKM memanfaatkan peluang ini dengan menerapkan digitalisasi dalam usahanya. Guna mendorong digitalisasi dan mempermudah UMKM dalam

menghadapi perubahan yang terjadi, pemerintah telah meningkatkan kemudahan akses dan melakukan transfer teknologi kepada pelaku UMKM agar mampu bertahan di dalam persaingan bisnis (Slamet et al., 2016).

Kemampuan penguasaan perangkat digital dan internet ini merupakan hal mutlak yang harus dikuasai oleh UMKM jika ingin bertahan dalam persaingan (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017). Penelitian (Deloitte Access Economics 2015) menyatakan bahwa konsumen semakin terbiasa mengambil keputusan berdasarkan konten digital dan melakukan online dalam pembelian barang. Hal ini merupakan tantangan namun juga merupakan peluang usaha yang cukup menjanjikan bagi UMKM.

Apabila usaha kerajinan di Kabupaten Buleleng mampu dioptimalkan, tentunya akan memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD), dan tidak kalah pentingnya adalah bagaimana masyarakat yang bergerak pada sektor industri rumah tangga seperti kerajinan tangan dapat terus berkembang dan mampu bersaing, sehingga dapat meningkatkan taraf hidup perekonomian masyarakat setempat. Seperti halnya, UD. Wijaya Kusuma yang merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang produksi lamak. Toko ini terletak di Desa Sari Mekar, yang dikelola oleh Bapak Made Sukiana yang sekaligus menjadi pemilik usaha. Awal mula usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2011, yang berawal dari inisiatif Bapak Made Sukiana untuk mencoba usaha baru. Akan tetapi, semakin hari keuntungan yang dirasakan sangat menjanjikan sehingga Bapak Made Sukiana terus mengembangkan usahanya. Pada awalnya, modal yang dikeluarkan kira-kira sebesar 1 juta untuk mendapatkan lamak sebanyak 150 pasang. Selanjutnya, usaha Bapak Made Sukiana terus berkembang sehingga banyak masyarakat di Desa Sari Mekar melihat peluang usaha lamak ini. Jadi, saat ini banyak masyarakat desa ikut membuat kerajinan lamak sebagai usaha sampingan.

Permasalahan yang dihadapi oleh UD. Wijaya Kusuma, Desa Sari Mekar dengan melakukan observasi langsung dan wawancara hingga terdapat permasalahan utama yang dihadapi mitra sebagai berikut.

1. Kurangnya inovasi dalam meningkatkan kualitas produk lamak.
2. Belum memanfaatkan teknologi informasi dalam melakukan pemasaran dan promosi produk.

Secara umum tujuan kegiatan pengabdian ini adalah membantu UD. Wijaya Kusuma, Desa Sari Mekar melalui pembinaan dan memberikan pengetahuan mengenai peningkatan kualitas dan penjualan produk. Adapun tujuan khususnya adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas produk melalui inovasi produk yang dilakukan oleh UD. Wijaya Kusuma guna menghadapi persaingan usaha sejenis.
2. Meningkatkan keterampilan pemasaran dan promosi dengan memanfaatkan teknologi informasi yang berbasis online.

## 2. Metode

Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif, metode ini digunakan karena beberapa pertimbangan (Karim, dkk 2018). Pertama, menyesuaikan metode lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan jamak. Kedua, metode ini secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. Teknik pelaksanaan kegiatan yang digunakan berupa observasi langsung ke lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Ada beberapa tahapan yang dilakukan peneliti dalam melakukan pembinaan dan pemahaman terkait permasalahan yang dihadapi mitra, yaitu sebagai berikut :

### Tahap persiapan

Tahap persiapan dimulai dengan melakukan koordinasi dengan pemilik UMKM UD. Wijaya Kusuma untuk menyampaikan keinginan untuk melaksanakan pengabdian dengan mitra, serta menyiapkan beberapa perlengkapan yang dibutuhkan untuk menunjang pelaksanaan kegiatan.



Gambar 1 Koordinasi Perizinan Pengabdian Masyarakat

### Tahap edukasi

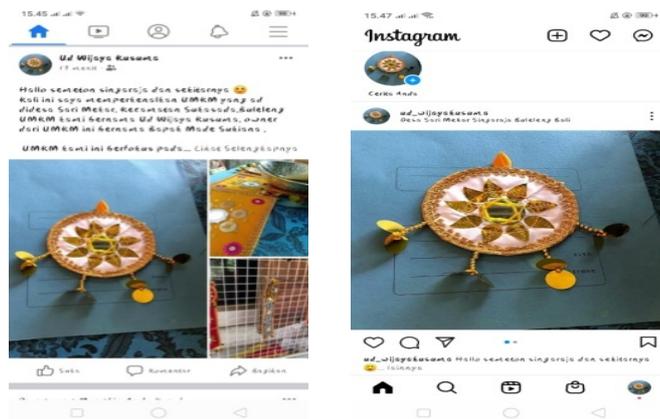
Tahap edukasi ini dilaksanakan dalam bentuk pembinaan dan pemberian pengetahuan tentang inovasi dan kualitas produk, serta pengetahuan mengenai iptek.



Gambar 2 Pemberian Informasi Tentang Inovasi dan Kualitas Produk, serta Pengetahuan Mengenai Iptek

### Tahap pelatihan

Tahap pelatihan yaitu melatih pemilik UMKM UD. Wijaya Kusuma tentang cara melakukan promosi online melalui media sosial.



Gambar 3 Promosi Online Melalui Media Sosial

### Tahap pendampingan

Tahap pendampingan dilakukan dilokasi UMKM UD. Wijaya Kusuma, di Desa Sari Mekar, komunikasi langsung untuk memberikan arahan dan masukan, atau kesempatan langsung kepada pemilik UMKM untuk menanyakan beberapa hal yang belum dipahami. Tahap evaluasi

Tahap evaluasi dengan mengukur tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatan kepada mitra, target yang dicapai dan kemanfaatan yang dirasakan oleh mitra. Berikut luaran yang dicapai dari kegiatan pembinaan UMKM ini, seperti yang disajikan pada tabel berikut :

Tabel 1

ASPEK KEGIATAN	KONDISI AWAL	CAPAIAN
Pembekalan Materi	Pemilik usaha bapak Made Sukiana mengabaikan tentang teori-teori berbisnis	Pengetahuan tentang pentingnya teori-teori berbisnis
Peningkatan inovasi dan kualitas produk	Pemilik hanya membuat lamak yang modelnya terbatas	Pemilik bisa membuat lamak dengan model yang baru, seperti membuatnya menjadi hiasan dinding
Pembinaan tentang pemasaran atau promosi produk	Pemilik UD. Wijaya Kusuma cara pemasaran dengan social media	Meningkatkan keterampilan memasarkan produk melalui sosial media seperti facebook, instagram, WhatsApp serta media sosial lainnya

### 3. Hasil Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini dilakukan mulai tanggal 12 Desember 2021 hingga 20 Desember 2021. Adapun tempat pelaksanaannya dilakukan di UMKM UD. Wijaya Kusuma dan waktu pelaksanaannya sesuai dengan kesepakatan tim pengabdian dengan pemilik UMKM, dikarenakan Bapak Made Sukiana selaku pemilik UMKM UD. Wijaya Kusuma terdapat kendala dan beberapa kesibukan. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan tahap persiapan, identifikasi masalah, pembinaan dan pendampingan hasil penjualan produk lamak UD. Wijaya Kusuma di Desa Sari Mekar. Tahap persiapan dilaksanakan melalui observasi langsung dan wawancara dengan pemilik UMKM. Selanjutnya kegiatan edukasi, yang dilakukan dalam bentuk pembinaan dan pemahaman kepada mitra. Dalam kegiatan edukasi ini banyak pendapat yang muncul antar tim kegiatan dan mitra, mulai dari segi keuangan, faktor pesaing, lingkungan, bahan baku, dan iptek.

Kemudian tahap pelatihan yang dilakukan secara langsung kepada mitra mengenai tata cara memasarkan dan mempromosikan produk melalui media online. Pada tahap ini, sekaligus dilakukan pendampingan kegiatan agar dapat memberikan arahan dan masukan kepada mitra. Selain itu, juga agar mitra dapat menanyakan suatu hal yang belum dimengerti atau yang belum dipahami. Pada saat pendampingan, mitra sangat antusias untuk bekerja sama dengan tim pelaksana, karena manfaat yang dirasakan dapat membantu dalam meningkatkan penjualan produk lamaknya.

Kegiatan pengabdian masyarakat telah dilaksanakan kepada UMKM UD. Wijaya Kusuma selaku pengrajin lamak di Desa Sari Mekar, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng. Penyampaian ilmu pengetahuan serta pembinaan dalam bentuk peningkatan kualitas dan penjualan produk lamak pada UMKM UD. Wijaya Kusuma Desa Sari Mekar. Dari hasil kegiatan yang dilakukan dapat menjawab permasalahan yang dihadapi mitra, dimana terjadi peningkatan kualitas produk, pengembangan inovasi produk yang lebih bervariasi dan menarik,

pemanfaatan teknologi informasi melalui media online. Selain itu, meningkatkan inovasi pada produk lamak ini tidak hanya bertujuan untuk memenuhi permintaan konsumen, khususnya bagi umat hindu dalam perlengkapan untuk upacara adat (yadnya). Inovasi produk lamak ini diharapkan agar konsumen non hindu dapat menggunakan produk lamak ini. Sebagai contoh untuk interior ruangan atau kamar, seperti hiasan dinding.



Gambar 4 Contoh Inovasi Lamak

Gambar diatas merupakan salah satu contoh inovasi produk lamak yang bertujuan untuk hiasan, yang tidak hanya berfungsi sebagai perlengkapan upacara bagi umat hindu. Seperti pada produk saab seperti sekarang ini, dimana produk saab tidak hanya digunakan untuk alat upacara saja, melainkan sekarang ini juga bisa di inovasi sebagai hiasan dinding. Inovasi tersebut sudah banyak dilakukan oleh pengerajin saab, contohnya saja pengerajin saab yang ada didesa padangbulia. Pada kegiatan inovasi produk, mitra sangat antusias dan berani menciptakan beberapa model lamak baru. Dengan memanfaatkan beberapa model mote yang baru. Walaupun agak sulit, namun mitra sangat percaya diri bahwa model tersebut dapat menarik minat konsumen. Terlebih lagi dengan melakukan promosi melalui media online, akan mempermudah menjangkau lebih luas para calon konsumen

#### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil pembinaan dan pemberian pengetahuan serta pendampingan yang dilakukan oleh tim peneliti kepada mitra, UMKM UD. Wijaya Kusuma, adapun yang dapat disimpulkan adalah kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada UMKM UD. Wijaya Kusuma mampu meningkatkan kemampuan dan kreativitas melalui inovasi terhadap produk. Berani dalam menciptakan hal baru (model lamak baru) dan menciptakan kualitas produk yang berdaya saing. Penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi sebagai jembatan untuk menggapai calon konsumen sudah digunakan secara efektif.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana dari jurusan manajemen STIE Satya Dharma Singaraja yang telah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dan kepada semua pihak yang telah membantu kegiatan ini yaitu : STIE Satya Dharma Singaraja dan UMKM Bapak Made Sukiana selaku pemilik UMKM UD. Wijaya Kusuma

**Daftar Pustaka**

- Febrianti, R., & Handaruwati, I. (2020). Pengaruh Pemasaran Online Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Grosir Solo Raya. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 1(2), 91-96.
- Dedi Purwana, Rahmi, Shandy Aditya. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1).
- Hasan, S. (2021). Pengaruh Sosial Media dalam Peningkatan Pemasaran UMKM Kuliner Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: UMKM Kuliner Kota Bangkinang, Provinsi Riau). *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 30-40.
- Hisrich, R. (2001). *Entrepreneurship kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hubeis, Musa. (2012). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*. Penerbit PT. Hecca Mitra Utama : Jakarta.
- Karim, A. F. R., Mansur, M., & Yusuf, N. (2018). Implementasi Kurikulum Diferensiasi Pendidikan Kewarganegaraan Pada Kelas Akselerasi Peserta Didik Cerdas Inklusif Mtsn Ponorogo. *Jurnal Civic Hukum*, 3(2), 138-148.
- Kurniati, E. D. (2015). *Kewirausahaan industri*. Deepublish.
- Slamet, F., Hetty, K., dan Mei L. (2016). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Edisi Kedua. Indeks. Jakarta.
- Soegoto, E. S. (2013). *Entrepreneurship menjadi pebisnis ulung*. Elex Media Komputindo.