



PEMBUATAN CATALOGUE BUKU PRODUK KERAJINAN BAMBUR DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA PENGUATAN EKONOMI LOKAL DI DESA KAYUBIHI

Lis Julianti¹, Anak Agung Putu Wiwik Sugiantari², Putu Dhiyo Hadi Pramana³

¹Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar; email: lisjulianti@unmas.ac.id

²Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar; email:

³Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar; email:

Abstrak

Kerajinan bambu merupakan sektor industri unggulan di Kabupaten Bangli. Bangli merupakan sentra tanaman bambu di Bali salah satunya adalah Desa Kayubihi. Di tengah pandemi Covid-19, pemasaran kerajinan bambu mengalami penurunan. Selain itu, banyaknya saingan produk serupa di pasaran yang dihasilkan para pengerajin di Cina menjadi penyebab menurunnya pemasaran produk kerajinan bambu lokal. Lesunya ekspor kerajinan bambu telah mengakibatkan banyak pengerajin yang beralih merebut pasar lokal dan beralih profesi. Tujuan dan target yang ingin dicapai adalah membantu pemasaran produk Kerajinan Bambu dalam rangka meningkatkan kembali perekonomian masyarakat di Desa Kayubihi, Bangli melalui pembuatan *Catalogue* Buku.

Kata kunci: Kerajinan, Bambu, pemasaran, *Catalogue*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Desa Kayubihi merupakan satu dari lima desa yang ada di Kabupaten Bangli. Desa Kayubihi terdiri dari 9 Banjar Dinas (Dusun), yaitu: Banjar Dinas Kayang, Banjar Dinas Cingang, Banjar Dinas Mampeh, Banjar Dinas Kayubihi, Banjar Dinas Jangkaan, Banjar Dinas Kuta Undisan, Banjar Dinas Gebagan, Banjar Dinas Pucangan dan Banjar Dinas Bangklet. Luas wilayah Desa Kayubihi yaitu 946,00 Ha dengan kepadatan penduduk berjumlah 5.610 jiwa terdiri dari 2.869 laki-laki dan 2.741 perempuan. Penduduknya sebagian besar berprofesi sebagai pengrajin kayu dan bambu yang kemudian mengekspor kerajinan tersebut ke luar negeri. Hal ini sejalan dengan pemikiran Arinana, Haneda, dkk (2010) mengatakan

bahwa olahan produksi bamboo Indonesia mampu menembus pasar internasional dengan berbagai bentuk seperti kerajinan hiasan lampu, dinding dan kursi meja ukir, lukisan dari kayu. Sehingga kerajinan olahan bambu menjadi sumber potensi perekonomian masyarakat lokal apabila dikelola dan dipasarkan dengan baik oleh para pengerajin bamboo di Desa Kayubih.

Potensi sumberdaya alam berupa jumlah tanaman bambu yang melimpah di Desa Kayubih, Kabupaten Bangli yang dimanfaatkan oleh para kelompok masyarakat pengerajin bambu sebagai produk kerajinan bambu dan kemudian diperjualbelikan menjadi suatu mata pemcaharian atau keahlian yang wajib untuk dilestarikan secara turun menurun oleh masyarakat desa. Upaya pemberian pemahaman kepada masyarakat perajin bambu menjadi salah satu upaya yang perlu dilakukan dalam rangka mendukung peningkatan produksi dan pendapatan. Selain itu ditujukan dalam rangka mendukung pengembangan kemandirian dan keberlanjutan usaha industri kreatif berbasis potensi desa (Sarno, 2018).

Pengembangan usaha mikro kecil pada kelompok masyarakat pengerajin kayu ini bisa menjadi salah satu jalan keluar untuk menumbuhkan daya saing di Indonesia menjadi lebih baik. Tentu saja upaya tersebut dilakukan dengan terus meningkatkan dan melakukan pendampingan terhadap kinerja usaha agar tetap mampu bersaing pada era perdagangan bebas. Upaya tersebut salah satunya dengan meningkatkan kualitas atau mutu produk yang dihasilkan oleh usaha mikro kecil sesuai dengan latar belakang usaha yang digelutinya (Ardiansyah, 2011). Mengingat daya saing usaha mikro kecil pada kelompok masyarakat di Indonesia masih sangat rendah sekitar 3,5 dari skor 1-10 dibandingkan negara-negara ASEAN. Lemahnya daya saing tersebut merupakan salah satu permasalahan yang harus segera dipecahkan demi kemajuan dan kesejahteraan Indonesia (Bappenas, 2011).

Adanya pandemic COVID-19 yang terjadi sejak tahun 2020 hingga saat ini telah melemahkan berbagai sector industri yang ada di Indonesia, khususnya di Bali, yang sebagian besar pendapatannya bergantung pada industri ekonomi kreatif berupa hasil-hasil kerajinan yang diekspor ke luar negeri. Hal ini pun dirasakan oleh pengerajin bambu di Desa Kayubih, dimana sejak adanya

pandemic COVID-19, jumlah penjualan kerajinan bambu yang biasanya di ekspor ke Negara Australia, Prancis dan Belanda mengalami penurunan yang signifikan. Mereka pun tidak dapat mengharapkan pembelian dari penduduk desa setempat karena Sebagian besar warga juga telah kehilangan mata pencaharian sehingga menurunkan daya belinya.

Berdasarkan observasi yang dilakukan kepada mitra, ada beberapa permasalahan yang ditemukan terkait kendala yang dihadapi oleh pengerajin bambu di Desa Kayubih ini dalam mengembangkan industri kerajinan bambu agar dapat menghasilkan pendapatan yang maksimal. Adapun permasalahan yang dialami oleh mitra adalah pemasaran kerajinan bambu yang belum optimal sehingga tidak diketahui juga oleh tamu-tamu domestic dan hanya bergantung pada pelanggan-pelanggan yang telah lama dikenal. Hal ini disebabkan karena mitra tidak memiliki media promosi yang bagus untuk memasarkan hasil-hasil kerajinannya baik secara online maupun offline, sehingga menurunkan antusiasme pembeli untuk mengenal dan membeli produk kerajinannya.

Selain permasalahan terkait dengan pemasaran, masalah lain yang dijumpai pada pengerajin bambu di Desa Kayubih adalah banyaknya pengerajin kayu di masa pandemi ini yang kemudian meninggalkan profesi ini dan beralih kepada profesi lainnya karena menganggap peluang yang dihasilkan dari kerajinan bambu ini sangat kecil. Padahal jika dilihat dari aspek sosial, usaha kerajinan bambu masih bersifat *home industry* sehingga diharapkan dapat menyerap tenaga kerja yang ada di lingkungan sekitar. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengenai usaha mikro, kecil dan menengah, usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro. Banyak masyarakat yang belum mempunyai pekerjaan khususnya para kalangan bawah yang minim pendidikan dan keterampilan. Secara tidak langsung keberadaan *home industry* ini mempengaruhi penciptaan lapangan kerja sehingga mengurangi pengangguran dan kesenjangan sosial yang ada (Ludfi Aryawardana dan Misdiyanto, 2019 : 52).

Melalui hasil observasi yang telah dilakukan dan kondisi permasalahan yang dihadapi, pengabdian kepada masyarakat dilakukan untuk membantu

menyediakan media pemasaran yang menarik agar bisa meningkatkan jumlah penjualan baik secara online maupun offline, selain itu juga diberikan pelatihan tentang cara membuat Katalog Produk untuk memudahkan dalam mengklasifikasikan dan memasarkan produk-produk kerajinan kayu yang dihasilkan. Kegiatan lain yang dilakukan adalah melakukan pendampingan dan pelatihan dalam membuat akun-akun media sosial untuk menyediakan media lain dalam pemasaran produk kerajinan bambu. Selain itu diberikan juga penyuluhan terkait dengan pemberian pemahaman terhadap peluang kerja bagi pengerajin bambu di Era Pandemi COVID-19, dengan tujuan untuk memberikan informasi dan gambaran terkait hasil yang bisa diperoleh dari produk kerajinan bambu yang dihasilkan oleh pengerajin bambu di Desa Kayubihi sehingga dapat menekan angka pengangguran yang ditimbulkan oleh situasi pandemic sekarang ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan, maka ditemukanlah permasalahan sebagai berikut:

- 1) Kerajinan bamboo di Desa Kayubihi belum memiliki pangsa pasar yang tetap sehingga hasil kerajinannya tidak banyak dipasarkan pada tamu domestic maupun mancanegara, selama ini mereka hanya menerima pesanan dari pelanggan yang sudah biasa mesan hasil kerajinan mereka.
- 2) Pengerajin Bambu di Desa Kayubihi tidak memiliki media promosi yang menarik untuk memasarkan hasil kerajinan mereka baik secara online maupun offline.
- 3) Banyaknya pengerajin bambu di Desa Kayubihi yang berhenti membuat kerajinan dan beralih profesi karena menganggap peluang yang dihasilkan dari kerajinan bambu sangat kecil.

1.3 Solusi Yang diberikan

1. Memberikan sosialisasi dan pelatihan tentang pembuatan Catalogue buku dalam memasarkan kerajinan bambu yang dihasilkan sehingga kerajinan bambu bisa dikenal/diketahui di seluruh mancanegara.
2. Memberikan pelatihan dan pendampingan tentang cara membuat akun media sosial seperti Facebook, Instagram ataupun Twitter untuk menjadi media

pemasaran secara online serta membuat tampilan postingan yang menarik untuk diunggah di media sosial.

3. Memberikan sosialisasi/ penyuluhan bahwa kerajinan bambu adalah usaha yang berpotensi untuk menciptakan lapangan kerja baru dan menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat di Desa Kayubih.

II. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Sosialisasi/Penyuluhan

Metode ini merupakan metode yang digunakan untuk sosialisasi/penyuluhan kepada Pemilik UMKM Kerajinan Bambu berkaitan dengan pembuatan *Catalogue* Buku dalam rangka meningkatkan pemasaran produk local kerajinan bambu. Metode ini juga digunakan untuk memberikan sosialisasi kepada masyarakat yang berhenti membuat kerajinan bambu bahwa kerajinan bambu bisa kita kembangkan dan akan terkenal di mancanegara.

2.2 Metode Pelatihan

Metode ini merupakan metode yang digunakan untuk memberikan pelatihan dengan terjun langsung ke pemilik UMKM Kerajinan Bambu tentang pembuatan *Catalogue* Buku dan cara memasarkan di media sosial

2.3 Metode Pendampingan

Pada tahap ini tim pelaksana PKM mendampingi mitra PKM untuk bersama-sama mempraktikkan cara membuat *Catalogue* Buku dan memasarkan melalui media online yang telah dibuat.

III. PEMBAHASAN

Kerajinan bambu merupakan sebuah wujud kreatifitas masyarakat yang memanfaatkan bambu yang memiliki sifat kuat dan fleksibel, menjadi suatu produk akhir yang berguna bagi kehidupan serta enak dipandang mata. Potensi hutan bambu di Bangli sebagian besar dimanfaatkan sebagai kerajinan yang dijual hingga manca negara. Meskipun disetiap daerah tersebar pengerajin kerajinan bambu, tetapi setiap pengerajin dari berbagai daerah di Bali memiliki ciri khas tersendiri.

Bangli merupakan sentra tanaman bambu di Bali salah satunya adalah Desa Kayubihi. Perkembangan industri kerajinan bambu di Desa Kayubihi, Bangli telah melewati serangkaian proses yang sangat panjang. Pada zaman dahulu pengerajin bambu di Desa Kayubihi memanfaatkan produk sebagai alat rumah tangga dan keperluan keagamaan. Seperti misalnya kuskusan (alat rumah tangga yang digunakan dalam memasak nasi) dan sokasi (tempat menaruh sesajen yang akan dihaturkan) (I Wayan Roy Adnyana Putra, et.al, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa kerajinan bamboo hanya diproduksi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga masyarakat sekitar.

Pada akhirnya keberadaan kerajinan bamboo di Desa Kayubihi perlahan mulai diminati oleh masyarakat di luar dari Desa Kayubihi sehingga permintaan akan kerajinan ini mulai mengalami peningkatan. Kerajinan bambu yang dihasilkan masyarakat di Desa Kayubihi yang tadinya hanya dibuat untuk kebutuhan rumah tangga saja, pada akhirnya berkembang menjadi produk kerajinan yang bernilai tinggi dan mulai diekspor ke luar negeri. Berkembangnya kerajinan bambu di Desa Kayubihi memberikan kontribusi terhadap perkembangan industri pariwisata di Bangli khususnya dan di Bali pada umumnya.

Namun di tengah perkembangan arus globalisasi, banyak masyarakat di Desa Kayubihi yang meninggalkan profesi sebagai pengerajin kayu dan beralih kepada profesi lainnya yang dianggap lebih memberikan peluang dan penghasilan yang besar bagi kehidupan mereka. Sejak adanya pandemi Covid-19, pemasaran produk kerajinan bambu di Desa Kayubihi mengalami penurunan. Hal lain yang menjadi penyebab menurunnya pemasaran kerajinan bambu lokal karena adanya produk sama yang dihasilkan oleh pengerajin luar.

Kegiatan PkM ini dilaksanakan dalam rangka meningkatkan penjualan produk kerajinan bambu yang dihasilkan oleh masyarakat Kayubihi melalui penerapan strategi pemasaran dalam berbagai media. Secara umum penerapan sistem pemasaran pada kelompok masyarakat perajin bambu di Desa Kayubihi masih tergolong lemah. Lemahnya sistem pemasaran tersebut dikarenakan minimnya informasi dan pengetahuan pengerajin terhadap teknik serta media

pemasaran yang dapat digunakan untuk memperjualbelikan hasil kerajinan mereka.

Menurut Syahza (2007), suatu sistem pemasaran yang efisien harus mampu dan memenuhi dua persyaratan yaitu: (1) mengumpulkan hasil pertanian dari produsen ke konsumen dengan biaya serendah-rendahnya, (2) mampu mendistribusikan sistem pembagian balas jasa yang adil dari keseluruhan harga konsumen akhir kepada semua pihak yang terlibat mulai dari kegiatan produksi hingga pemasaran. Lebih lanjut Hermawan (2015) menjelaskan bahwa sebagai strategi bisnis, marketing merupakan tindakan penyesuaian suatu organisasi yang berorientasi pasar dalam menghadapi kenyataan bisnis, baik dalam lingkungan mikro maupun lingkungan makro yang terus berubah. Proses pemasaran diharapkan dapat menciptakan nilai untuk pelanggan dan membangun hubungan pelanggan.

Kegiatan awal yang dilakukan pada pengerajin kayu di Desa Kayubihi untuk meningkatkan penjualan kerajinannya adalah dengan memberikan sosialisasi tentang pembuatan *Catalogue* Buku, dimana katalog ini berisi mengenai informasi model dan bahan yang dihasilkan oleh pengerajin bamboo sehingga memudahkan pembeli untuk melakukan pemesanan secara cepat. Pada Katalog tersebut produk kerajinan bambu diklasifikasikan berdasarkan model, jenis dan harga yang tentunya disesuaikan dengan keinginan pembeli. Selanjutnya katalog buku ini juga kemudian dibuat dalam bentuk elektronik sehingga mudah untuk di sebarakan melalui media-media digital ataupun layanan iklan untuk dipasarkan ke mancanegara. Selanjutnya mitra juga diberikan pelatihan untuk membuat akun-akun media sosial untuk melakukan pemasaran secara online.

Pentingnya memiliki akun media sosial di era seperti sekarang ini khususnya di Era Pandemi sekarang adalah karena saat ini masyarakat sangat terbatas dalam melakukan mobilitasnya akibat penyebaran virus COVID-19 yang mengharuskan setiap kita menjaga jarak dalam melakukan setiap pertemuan, selain itu media sosial atau media digital merupakan sarana yang paling mudah untuk melakukan interaksi dan komunikasi tanpa harus memperhitungkan jarak.

Data penelitian terakhir menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia berjumlah sebesar 132,7 juta jiwa dan menjadi negara terbesar kedua dalam penggunaan aplikasi media social Facebook di dunia. Pemanfaatan media berbasis digital atau multimedia mulai tumbuh pesat seiring dengan bertambahnya pengguna internet di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Media digital pun bahkan sudah menjadi gaya hidup modern, di samping itu penggunaan media digital telah banyak membantu setiap orang dalam melakukan rutinitas. Individu, organisasi, bahkan pemerintahan juga tidak pernah terlepas dari akti tas menggunakan multimedia. Beberapa media digital yang sering digunakan saat ini, yaitu: Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. Masing-masing media digital tersebut mempunyai fungsi yang sama, yaitu untuk berkomunikasi.

Berdasarkan hasil penyuluhan (edukasi), mitra PkM memilih Whatsapp dan Instagram sebagai akun media sosial yang mereka gunakan untuk memasarkan produk kerajinan mereka. Hal ini dipilih karena Mitra lebih mudah dalam mengaplikasikan kedua media sosial tersebut dibandingkan dengan yang lain. Tanggapan mitra terhadap kegiatan penyuluhan dan pendampingan ini juga sangat positif.



Gambar 1 Penyuluhan (Edukasi) dan Pelatihan Pembuatan Catalogue Buku kepada pengerajin bambu dan memasarkan di media online

Selanjutnya adalah kegiatan sosialisasi/penyuluhan kepada masyarakat Kayubihhi mengenai peluang dalam usaha kerajinan bambu di mancanegara. Dalam hal ini beberapa masyarakat Desa Kayubihhi berminat untuk kembali membuat kerajinan bambu. Penyuluhan atau sosialisasi ini diberikan untuk

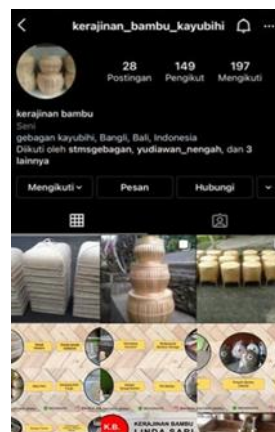
memberikan informasi kepada masyarakat dan juga pengerajin bamboo di Desa Kayubih bahwa kerajinan bamboo yang dihasilkan dapat menjadi *home industry* yang kemudian dapat menciptakan lapangan kerja baru dan juga menyerap tenaga kerja yang dirumahkan akibat dari adanya pemutusan hubungan kerja di Era Pandemi Covid-19 ini. Sehingga Desa Kayubih bisa menjadi sentra industri kerajinan kayu yang dapat meningkatkan perekonomian penduduk lokal.

Lebih lanjut diungkapkan Suyono (2007) dalam Syahza (2007), upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan, sektor pertanian harus menjadi sasaran utama. Sektor ini harus dijadikan pijakan kokoh, sehingga di pedesaan dapat tercapai swasembada berbagai produk pertanian, terutama kerajinan tangan bambu, sebelum memasuki era perindustrian.

Melihat nilai historis dan budaya lokal kerajinan bambu yang sangat berharga, maka dinilai perlu melakukan langkah-langkah strategis guna tetap melestarikan Desa Kayubih sebagai daerah sentra kerajinan bambu di Bali dengan tetap memperhatikan aspek peningkatan kesejahteraan masyarakat dan permintaan pasar akan kerajinan bambu. Langkah yang dinilai tepat guna mengatasi kondisi tersebut adalah dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas produk kerajinan bambu di Desa Kayubih. Peningkatan kuantitas, baik dalam hal jumlah produksi maupun keberagaman produk yang dihasilkan akan semakin memperbesar peluang pasar dan menjamin tersedianya produk dalam jumlah tertentu secara kontinyu sebagaimana permintaan pasar.



Gambar 2 Kegiatan Sosialisasi/penyuluhan kepada masyarakat Kayubih mengenai peluang dalam usaha kerajinan bambu di mancanegara



Gambar 3 Pendampingan PKM

Yang terakhir adalah kegiatan pendampingan, pada tahap ini tim pelaksana PkM mendampingi mitra PkM untuk bersama-sama mempraktikkan cara membuat Catalogue Buku dan memasarkan melalui media online yang telah dibuat. Hasilnya pemilik UMKM mampu membuat *Catalogue* Buku untuk memasarkan kerajinan bambu yang dihasilkan



Gambar 4 Isi Catalogue Buku yang dibuat

Melalui kegiatan pelatihan tentang pembuatan Catalogue Buku yang dimana pemilik UMKM diberi pelatihan secara mendetail sampai cara mempromosikan produknya melalui media sosial. Dengan diberikannya pelatihan ini diharapkan dapat membantu dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh pemilik UMKM.

Adapun beberapa perubahan yang dialami oleh Mitra setelah pelaksanaan PkM ini adalah sebagai berikut :

1. Terjadi peningkatan pemahaman dalam manajemen pemasaran;
2. Terjadinya peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam membuat promosi melalui media sosial;
3. Pemilik UMKM mampu membuat Catalogue Buku dalam mempromosikan

kerajinan yang dihasilkan dalam rangka peningkatan pemasaran;

4. Peningkatan UMKM di bidang kerajinan Bambu yang dapat memulihkan perekonomian masyarakat di Desa Kayubih;
5. Pemilik UMKM sekarang sudah tidak mengalami kesulitan lagi dalam menjajakan jualan sejak diberikannya pelatihan dan pemahaman terkait promosi melalui pembuatan Catalogue Buku;
6. Pemilik UMKM saat ini sudah memasarkan produk yang dihasilkan melalui media sosial. Pemilik UMK saat ini juga sudah bisa mengaplikasikan media sosial sebagai sarana penjualan melalui pembuatan Catalogue Buku di Desa Kayubih.
7. Terjadi peningkatan penjualan kerajinan bambu sebanyak 20%.

Terlaksananya kegiatan ini tidak lepas dari peran masyarakat di Desa Kayubih. Partisipasi dari masyarakat Desa Kayubih mulai dari Kepala Desa, pemilik UMKM dan juga masyarakat sekitar sangat responsif dan mendukung adanya program KKN Peduli Bencana Covid-19. Hal ini dikarenakan program yang dilaksanakan memberikan kontribusi terutama bagi pemilik UMKM dan juga masyarakat dalam upaya meningkatkan pemasaran kerajinan bambu yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Kayubih untuk memulihkan perekonomian di tengah pandemi Covid-19. Dengan adanya program ini pemilik UMKM di lingkungan Desa Kayubih senang dan merasa terbantu karena pemberian pemahaman mengenai perluasan promosi/pemasaran produk yang efektif, serta pelatihan untuk meningkatkan penghasilan dari pemilik UMKM dapat terpenuhi.

IV. PENUTUP

4.1 Simpulan

Program pengabdian masyarakat di Desa Kayubih Kabupaten Bangli telah terlaksana dengan baik dengan bantuan masyarakat sekitar dan juga bantuan dari aparat desa yang membantu mewujudkan program kerja sehingga terlaksana dengan baik. Upaya untuk meningkatkan pemasaran melalui pembuatan Catalogue Buku di Desa Kayubih bertujuan untuk mempromosikan Desa Kayubih sebagai sentra pengerajin bamboo di Bali dan memperluas jaringan

pemasaran bagi industri kerajinan bambu yang dihasilkan, selain itu kegiatan ini juga membantu masyarakat lokal setempat untuk meningkatkan perekonomian daerahnya sehingga nantinya bisa menarik wisatawan untuk berkunjung dan membeli kerajinan bamboo tersebut sehingga dapat mengembangkan industri pariwisata di Bangli melalui pemanfaatan kerajinan bambu. Melalui kegiatan ini juga diharapkan Desa Kayubihi dapat lebih banyak menciptakan lapangan kerja dan menyerap lebih banyak lagi tenaga kerja untuk dapat dipekerjakan membuat kerajinan bamboo ini sebagai Langkah solutif dalam mengatasi jumlah pengangguran di Desa Kayubihi akibat adanya pemutusan hubungan kerja yang diakibatkan oleh adanya Pandemi COVID-19 yang terjadi sekarang ini. Adapun kegiatan yang sudah dilakukan untuk meningkatkan pemasaran pada usaha kerajinan bambu di Desa Kayubihi dilaksanakan dengan melakukan kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan kepada pengerajin bambu untuk membuat media-media pemasaran yang menarik serta postingan-postingan yang kreatif dan inovatif untuk memperkenalkan produk kerajinan ini baik secara online maupun offline sehingga bisa dikenal oleh masyarakat domestik maupun masyarakat di berbagai negara lainnya.

Kegiatan pengabdian masyarakat telah terealisasi 100%, semoga dengan program yang telah dilaksanakan mampu terus diadakan dan dilanjutkan oleh aparat Desa Kayubihi. Semoga Dinas UMKM Kabupaten Bangli untuk lebih proaktif dalam memberikan pendampingan kepada para pemilik UMKM pengerajin bambu, sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan; selain itu diperlukan adanya monitoring dan evaluasi serta pendampingan dalam memberikan pemahaman kepada pengerajin terkait dengan manajemen pemasaran, pembukuan dan desain kemasan produk; kiranya Pemerintah Kabupaten Bangli juga dapat mengadakan lomba berkaitan dengan kerajinan bambu dalam rangka peningkatan kemampuan personal dan pemasaran produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah. 2011. Peluang Usaha dari Kerajinan Bambu. STMIK Amikom Yogyakarta.
- Arinana, Haneda, dkk. 2010. Eating Termites Palatability of Some Composition Baiting as Media Life Nematodes Entomopathogen. Prosiding Seminar Nasional Masyarakat Peneliti Kayu Indonesia XIII; Bali, 10-11 Nov 2010. Bali : Masyarakat Peneliti Kayu Indonesia.
- BAPPENAS. 2011. Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia.
- Hermawan, H. 2015. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria di Jember*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia,1, (2) .
- I Wayan Roy Adnyana Putra, et.al.2017. *Sejarah Industri Kerajinan Bambu di Desa Kayubihi Bangli, Bali sebagai Sumber Belajar Sejarah Lokal di Bali*, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPS/article/view/11404>.
- Ludfi Arya Wardana dan Misdiyanto. 2019. *PKM Kelompok Industri Kreatif “Pengerajin Limbah Kayu” Untuk Memperkuat Ekonomi Lokal di Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo*, J-ABDIMAS Volume 1 Nomor 1 Juli 2019, E-ISSN : 2613-9103.
- Sarno. 2018. *Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Perajin Bambu di Desa Sirkandi Purwareja Klampok Banjarnegara*, Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Volume 2 Nomor 2 September 2018, ISSN: 2549-8347 (Online), ISSN: 2579-9126
- Syahza. A. 2007. Model Pemberdayaan Masyarakat Dalam Upaya Percepatan Pembangunan Ekonomi Pedesaan Berbasis Agribisnis di Daerah Riau, Lembaga Penelitian Universitas Riau, Pekanbaru