



**Ideguru : Jurnal Karya Ilmiah Guru**

*ආචාර්ය ක්‍රියාත්මක කළමනාකරණ ජ්‍යෙෂ්ඨ විද්‍යාඥ*

p-ISSN 2527-5712 ; e-ISSN 2722-2195 ; Vol.10, No.1, Januari 2025

Journal homepage : <https://jurnal-dikpora.jogjaprovn.go.id/>

DOI : <https://doi.org/10.51169/ideguru.v10i1.1490>

Terakreditasi Kemendikbudristek Nomor: 79/E/KPT/2023 (Peringkat 3)



Artikel Penelitian –Naskah dikirim: 27/08/2024–Selesai revisi: 05/10/2024–Disetujui: 11/11/2024 –Diterbitkan: 14/11/2024

**Pendidikan Seni melalui Inovasi Desain, Kewirausahaan, dan Pemasaran Produk Kerajinan Bambu di Kalurahan Bawuran**

**Agung Wicaksono<sup>1</sup>, Arif Suharson<sup>2</sup>, Anom Wibisono<sup>3</sup>, Lilik Ambarwati<sup>4</sup>, Meidi Syaflan<sup>5</sup>, Prafidhya Dwi Yulianto<sup>6</sup>**

Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia<sup>4,5,6</sup>

**Abstrak:** Tujuan penelitian dari program diseminasi inovasi seni untuk kelompok kerajinan bambu di Kalurahan Bawuran, Pleret, Bantul, Yogyakarta adalah menciptakan desain baru dan pemasaran produk bambu di era digital untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui pendidikan seni dan pelatihan teknis. Produk bambu di Kalurahan Bawuran merupakan warisan keterampilan yang diwariskan secara turun-temurun dari nenek moyang. Bahan baku bambu diperoleh dari wilayah setempat, tetapi seringkali kualitas bambu kurang baik, desain monoton dan pemasaran produk yang masih menjadi masalah bagi para perajin. Perajin belum memiliki sistem produksi yang efisien untuk menghasilkan produk dengan kualitas dan kapasitas pemasaran optimal. Urgensi penelitian ini untuk meningkatkan kualitas desain terbarukan dengan teknologi mesin yang lebih baik, sehingga hasil produk meubel bambu mampu menembus pasar global. Jumlah pengrajin yang dilibatkan sebanyak 30 orang terpilih dibekali dengan manajemen usaha, kewirausahaan, dan pemasaran digital. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode estetika dengan pendekatan *practice based research* yang dilakukan dengan tahapan *literature research, study empiric, visual research, and practice*. Estetika kreasi baru kerajinan bambu memiliki dampak pada pelestarian kreasi artistik lokal berkelanjutan yang mampu memenuhi kebutuhan di era global. Penelitian ini menghasilkan 3 set produk fungsional dan 1 gazebo desain baru berdampak pada peningkatan ekonomi dengan metode manajemen usaha (kewirausahaan dan pemasaran modern) yang diharapkan mampu menjadi sarana edukasi berwawasan lingkungan dan regenerasi pengrajin kreatif sebagai entitas yang harus terus dijaga, dilestarikan, serta dikembangkan sesuai tuntutan zaman.

**Kata Kunci:** Inovasi desain, kerajinan bambu, kalurahan Bawuran, kreasi artistik, pemasaran global

**Art Education through Design Innovation, Entrepreneurship, and Marketing of Bamboo Craft Products in Bawuran District**

**Abstract:** The research objective of the art innovation dissemination programme for bamboo craft groups in Kalurahan Bawuran, Pleret, Bantul, Yogyakarta is to create new designs and marketing of bamboo products in the digital era to improve the economic welfare of the community through art education and technical training. Bamboo products in Kalurahan Bawuran are a legacy of skills passed down from generation to generation. Bamboo raw materials are obtained from the local area, but often the quality of bamboo is poor, monotonous designs and product marketing are still a problem for crafters. Crafters do not yet have an efficient production system to produce products with optimal quality and marketing capacity. The urgency of this research is to improve the quality of renewable designs with better machine technology, so that bamboo furniture products can penetrate the global market. The 30 selected craftsmen involved were equipped with business management, entrepreneurship, and digital marketing. This qualitative research uses an aesthetic method with a practice-based research approach carried out with the stages of literature research, empiric study, visual research, and practice. The aesthetics of new bamboo craft creations have an impact on the preservation of sustainable local artistic creations that are able to meet the needs of the global era. This research produced 3 sets of functional products and 1 new design gazebo with an impact on economic improvement with business management methods (entrepreneurship and modern marketing) which are expected to be a means of environmentally sound education and regeneration of creative craftsmen as an entity that must be maintained, preserved, and developed according to the demands of the times.

**Keywords:** Design innovation, bamboo craft, Bawuran village, artistic creation, global marketing.

## 1. Pendahuluan

Kalurahan Bawuran Pleret Bantul Yogyakarta memiliki potensi produk kerajinan bermaterial bambu yang memiliki ciri khas dan menjadi mata pencaharian ekonomi masyarakat pengrajin Bambu terutama di Dusun Sanan. Produksi membuat produk-produk tradisional berupa mebel seperti *lincak*, kursi malas, kursi set taman, kursi set tamu, dan aneka produk fungsional praktis lainnya merupakan kegiatan turun-temurun dari nenek moyang mereka. Seni turun-temurun adalah bentuk seni yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya dalam suatu komunitas atau keluarga yang masih dipertahankan hingga saat ini. Seni tradisional memiliki nilai-nilai pembelajaran karakter luhur yang patut dijaga karena menjadi simbol identitas dan kebanggaan bagi suatu kelompok komunal tertentu (Bublitz, 2019). Hasil produksi berupa produk kerajinan bambu tersebut menjadi suatu hasil kebudayaan yang menjadi simbol identitas inovasi dan kebanggaan kreasi artistik masyarakat, khususnya Dusun Sanan, Kalurahan Bawuran, Pleret, Bantul, Yogyakarta.

Masyarakat pengrajin bambu memandang bahwa nilai-nilai budaya luhur yang diwariskan dari leluhur sangat dihormati dan dipandang sebagai warisan yang berharga, sehingga bentuk, isi, dan ritme dari seni tersebut sebaiknya dipertahankan tanpa perubahan (Bentley, 2017). Hasil kreasi seni tersebut mencakup berbagai jenis ekspresi budaya, seperti tarian, musik, kerajinan tangan, upacara adat, cerita rakyat, dan banyak lagi, yang telah dipraktikkan selama berabad-abad. Harus diakui bahwa kegiatan turun-temurun yang bersifat nilai-nilai karakter ini sangat baik untuk regenerasi berkelanjutan. Akan tetapi berdampak miskin ide kreativitas untuk menciptakan produk baru karena biasanya bersifat pakem atau semacam ada aturan tidak tertulis untuk tidak digubah, baik dari sisi desain, teknologi, material, bahkan sampai pada pola pemasaran konvensional. Mereka masih berkeyakinan jika hasil kreasi yang bersifat turun-temurun masih laku dipasaran guna menghidupi kehidupan ekonomi hingga hari ini. Walau pada kenyataan di era global ini mengalami berbagai kendala dan penurunan omzet pendapatan.

Pengrajin bambu di Dusun Sanan banyak yang mengeluhkan tentang penurunan penghasilan dan sepi order terutama pasca pandemic Covid-19. Penurunan omzet Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM khususnya pengrajin bambu akibat Covid-19 sangat signifikan sejak virus ini muncul pada akhir 2019. Menurut data dari P2E LIPI, dampak virus

Covid-19 terhadap unit usaha kerajinan kayu, bambu, dan rotan juga signifikan, dengan usaha mikro mengalami penurunan sebesar 17,03%, usaha kecil sebesar 1,77%, dan usaha menengah sebesar 0,01%. Selain itu, konsumsi rumah tangga diperkirakan akan terkoreksi antara 0,5% hingga 0,8% (Amri, 2020). Problematika besar dari kegiatan usaha UMKM di bidang kerajinan tangan adalah menyangkut sejumlah persoalan penting yaitu tentang inovasi desain baru, manajemen, dan pemasaran usaha di dunia global yang semua berubah dengan sangat cepat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia yang semakin pesat, dengan jumlah pengguna internet yang diperkirakan mencapai 62 juta orang berdasarkan data *Internet World Stats* hingga akhir 2017, mendorong UMKM untuk segera mengenal, memahami, dan memanfaatkan teknologi tersebut dalam menjalankan bisnis mereka (Muhammad Ramaditya, 2020). Inovasi desain dibutuhkan pendidikan terutama bidang seni untuk dapat memahami produk dengan sentuhan estetika. Pendidikan tidak hanya menghasilkan individu yang kompeten secara akademis, tetapi juga mampu beradaptasi dalam berbagai situasi kehidupan dengan pengembangan *soft skill* (Nisrina Sofiliandini Sakinah, 2024). Estetika produk adalah nilai-nilai keindahan yang terdapat dalam sebuah produk. Pada produk barang, estetika dapat dilihat secara visual melalui bentuknya. Nilai-nilai estetika ini dapat menarik perhatian konsumen, sehingga menimbulkan minat untuk membeli produk tersebut. Pendidikan seni yang mengadaptasi estetika seni tradisional menjadi seni modern memberikan wawasan pengembangan *soft skill* pada proses penciptaan kreasi baru selaras dengan perkembangan zaman (Budiwirman, 2023). Pelatihan manajemen usaha mencakup kewirausahaan, keuangan, dan tata cara pemasaran di era global juga dilakukan untuk memberikan pemahaman langsung secara teoritik dan praktik pada para pengrajin bambu.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Thom terhadap dosen seni di Inggris dan Jerman, pendidikan seni dengan pendekatan kewirausahaan mencakup pelatihan yang berfokus pada pengembangan pola pikir kewirausahaan, keterampilan, perencanaan pengembangan pribadi, pengajaran melalui skenario kehidupan nyata, serta penempatan kerja atau kunjungan studi yang lebih panjang dan lebih banyak. Tujuannya adalah untuk melibatkan galeri, pelanggan, bank, audiens, dan forum pertukaran guna menciptakan permintaan (Thom, 2017). Keterkaitan antara pendidikan

seni dan pelatihan manajemen usaha yang dilakukan harus saling menguatkan tentang bagaimana memenuhi kebutuhan konsumen di era sekarang. Penelitian inovasi seni produk dengan sentuhan estetika baru dan pola pemasaran yang melibatkan para praktisi dibidangnya akan membantu kendala para pengrajin bambu di Dusun Sanan, khususnya inovasi desain *marketable* dan pemasaran digital.

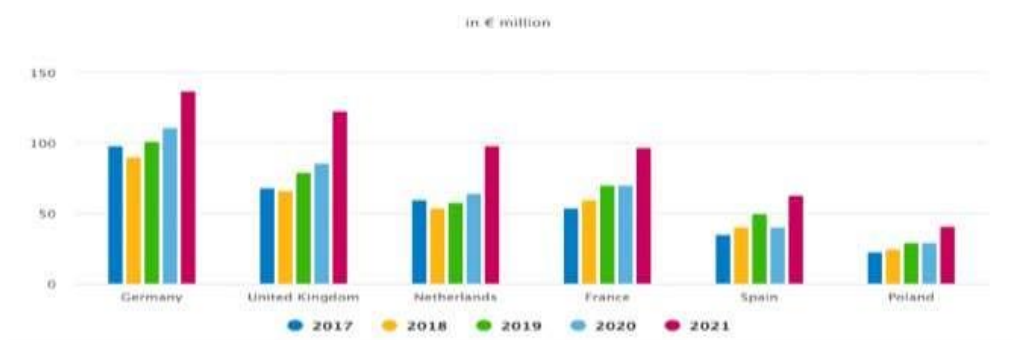
## 2. Metode Penelitian

Penelitian kualitatif ini merupakan penelitian berbasis praktik (*practicebased research*) menggunakan metode pendekatan estetika yang dilakukan dengan tahapan *literature research, study empiric, visual research, and practice*. Penelitian berbasis praktik mencakup pembuatan karya seni, observasi, penggambaran, pencatatan, eksperimen dengan material, pemetaan konsep, penggunaan metafora, dan metode ilmu sosial seperti studi kasus, observasi partisipan, wawancara, analisis multidimensi, serta teknik evaluatif melihat kembali produk baru yang diciptakan memiliki kesesuaian spesifikasi produk (Simon Zagorski-Thomas, 2023, pp. 1-6). Estetika kreasi baru kerajinan bambu memiliki dampak pada pelestarian kreasi artistik lokal berkelanjutan agar mampu memenuhi kebutuhan di era global. Metode estetika yang diterapkan dalam menciptakan inovasi produk baru melibatkan pengaturan dan penyusunan unsur-unsur seni rupa secara holistik. Hal ini melibatkan pemahaman akan konsep keutuhan, penonjolan, dan keseimbangan. Penciptaan inovasi desain baru yang syarat dengan nilai-nilai estetika seni

rupa ditempuh dengan metode pendidikan seni dan juga melakukan metode pelatihan yang menyelaraskan berbagai aktivitas dalam pengembangan desain dan kewirausahaan kreatif dengan mengharmoniskan hubungan antara pelaku dan pengusaha bisnis kerajinan (Koperasi Formerkers), akademisi-praktisi seni dan manajemen bisnis, serta bersama pemerintah setempat. Sinergi dan kolaborasi ini diharapkan dapat menjadi kekuatan besar dalam mempercepat pertumbuhan generasi pengrajin bambu Dusun Sanan yang inovatif- kreatif memiliki visi ke depan meningkatkan kemajuan ekonomi melalui penciptaan produk-produk bambu fungsional baru selaras dengan perkembangan zaman.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Indonesia merupakan salah satu penghasil utama bambu, baik di pasar Asia maupun pasar global. Dengan keberagaman 160 jenis bambu, termasuk 122 jenis yang endemik, Indonesia menempati peringkat ke-empat di dunia dalam keragaman jenis bambu, setelah Cina, Jepang, dan India. Pada tahun 2014, produksi mencapai 8,65 juta batang (BPS, 2015), meningkat menjadi 9,69 juta batang pada tahun 2015 (BPS, 2016), kemudian mencapai 12,06 juta batang pada tahun 2016 (BPS, 2017), dan puncaknya mencapai 14,83 juta batang pada tahun 2017 (BPS, 2018). Artinya, produksi bambu Indonesia mengalami peningkatan sebesar 71,64% selama periode 2014-2017 (Junita, 2023). Saat ini terjadi peningkatan konsumsi produk serat alami termasuk bambu di dunia.



Gambar 1. Kebutuhan Bambu Pasar Eropa

Sumber : <http://pusbinjfdag.kemendag.go.id/artikel-emagz/pejuang-pasar-ekspor-produk-kerajinan-bambu-indonesia-di-inggris/> diakses 13 November 2023 pukul 08.47

Kalurahan Bawuran merupakan sentra kerajinan bambu yang membuat produk seni kerajinan bambu. Produk ini merupakan warisan keterampilan dari nenek moyang yang diwariskan secara turun temurun. Saat ini terdapat 30 UMKM atau pelaku usaha bambu yang sebagian besar berskala usaha mikro.

UMKM kerajinan bambu tersebut dapat menyerap tenaga kerja sekitar 150 orang. Sistem pemasaran yang paling banyak adalah pemenuhan pesanan dari para tengkulak produk bambu dengan harga sangat rendah. Bahan baku bambu untuk pembuatan produk fungsional diperoleh dari wilayah setempat, tetapi

kualitasnya sering menjadi masalah bagi para perajin. Kualitas bahan bambu kurang dapat dijaga standar mutunya. Beberapa keluhan kualitas bambu sering disampaikan konsumen, misalnya ketahanan terhadap hewan perusak produk bambu yang akhirnya bambu menjadi cepat rusak tidak tahan lama (*bubuken*). Keluhan tentang bambu yang *bubuken* harus segera mendapatkan solusi terbaik yang sangat diharapkan ada teknologi yang dapat mengatasi problema tersebut. Sebenarnya bambu sangat potensial karena pertumbuhannya yang cepat, bahkan melebihi banyak jenis kayu lainnya. Ini menjadikannya sebagai sumber daya alam yang kaya sebagai material bahan baku berkelanjutan untuk digunakan dalam pembuatan kerajinan dengan waktu yang panjang (Frick., 2004).

Kontribusi para pengrajin bambu terhadap devisa daerah juga cukup besar. Selain menjadi sektor yang berkontribusi terhadap pembangunan nasional, industri kerajinan bambu juga menciptakan banyak peluang kerja bagi tenaga kerja lokal, yang berperan penting dalam mengurangi pengangguran. Oleh karena itu, pendidikan seni dan pelatihan manajerial untuk mengembangkan mutu produk bambu guna mencapai kesejahteraan masyarakat Bawuran penting untuk dilakukan. Berbagai kendala, seperti permodalan, manajemen usaha, strategi menghadapi persaingan, distribusi barang yang efektif, penguasaan teknologi, pembuatan desain baru, dan lainnya dibutuhkan penanganan segera dengan mengadakan pelatihan manajemen usaha dan pelatihan inovasi desain bersinergikan dengan *stake holder* terkait. Pendidikan seni dalam rangka menciptakan desain produk baru dan pelatihan manajemen usaha kerajinan bambu sesuai kebutuhan zaman di Dusun Sanan Bawuran melalui tahapan kegiatan seperti berikut.

Kegiatan pertama yaitu pendampingan pembuatan desain baru. Kegiatan pendampingan untuk menciptakan desain baru produk bambu dimulai dengan cara melakukan diskusi dengan para pengrajin bambu Dusun Sanan apa yang menjadi keunggulan produk, kelemahan produk, teknologi produksi, distribusi, dan hal-hal penting terkait system produksi pembuatan produk fungsional bambu. Hasil diskusi menjadi bahan pemetaan desain yang kemudian diolah dengan metode *practice based research* dan pendekatan estetika sesuai dengan teori yang diacu. Pengkajian lain dengan cara mencari referensi kuat terhadap desain-desain produk yang *marketable* selaras dengan kebutuhan masyarakat di era sekarang. Produk yang laris dipasaran ditempuh dengan mengedepankan kualitas dan desain yang menarik (Yusuf Purwanto, 2022). Kekuatan produk bambu Dusun Sanan tetap menjadi *point of view* untuk tetap dikembangkan dan meredesain beberapa unsur yang menjadi kelemahan dengan membuat alternatif desain baru atau menggabungkannya sehingga juga melahirkan ide desain baru yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat terkini.

Data informasi produk sesuai selera konsumen, atau membuat desain baru dengan pasar baru yang kuat melalui proses *desain thinking* kemudian diolah kembali, sehingga melahirkan produk-produk yang baik. Proses tersebut diterapkan langsung dengan membuat desain-desain melalui sketsa dan narasi detail konstruksi, ornamen, pemilihan bahan dan lain-lain yang kemudian melahirkan *prototype*. Hasil dari desain atau *prototype* tersebut kemudian diuji ulang atau dikaji ulang dengan berbagai alasan dan pendapat yang valid menguatkan untuk kemudian dilanjutkan membuat produk realnya.



Gambar 2. Hasil desain *marketable* dan realisasi pembuatan produk fungsional oleh para pengrajin bambu di Dusun Sanan Bawuran Pleret Bantul

Kegiatan kedua adalah Pelatihan Manajemen (Kewirausahaan dan Pemasaran Era Digital). Pengembangan pola pikir kewirausahaan untuk menjadi pengrajin berwawasan ekonomi yang piawai dan terampil dalam menerapkan fungsi manajemen praktis dalam bisnis, sehingga usaha berkembang secara berkelanjutan. Bertahannya usaha kerajinan bambu di Desa Bawuran bahkan telah berganti generasi menyiratkan bahwa ada nilai-nilai keunggulan (*value*) yang bersemayam di kelompok tersebut yang perlu dipertahankan dan dioptimalkan untuk pengembangan usaha dan peningkatan kesejahteraan pengrajin.

Value tersebut dibangun melalui interaksi sosial sehingga sering disebut sebagai modal sosial (*social capital*) diantara mereka para pengrajin, sehingga membentuk sebuah sistem nilai yang tumbuh dan berkembang secara alamiah menuju kematangannya berbentuk kelembagaan formal (Prayitno et al., 2019). Dalam proses pematangan tersebut tidak tertutup kemungkinan berperannya pihak luar untuk mempercepat proses pematangan terlebih di era teknologi informasi seperti saat ini. Meskipun demikian perlu kehati-hatian dari pihak luar yang melakukan intervensi tersebut karena modal sosial yang merupakan kearifan lokal dapat tergerus bahkan hilang akibat aksi pihak luar seperti aksi intervensi yang dilakukan pihak pemerintah.

Pembekalan kewirausahaan dan manajerial lebih ditekankan pada upaya mengoptimalkan modal sosial dan mensistematisir pola pikir manajemen keuangan praktis dalam menjalankan usaha kerajinan bambu berdasarkan pengalaman para pelaku. Materi pelatihan manajemen keuangan terdiri atas pengenalan dan operasionalisasi rumus umum menghitung keuntungan serta praktek pembukuan untuk menyusun laporan keuangan usaha. Langkah pertama yakni pengelolaan keuangan sebagai solusi permasalahan permodalan. Pengelolaan keuangan dimulai dari

pelatihan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) sebagai langkah awal yang penting untuk mengetahui berapa besarnya biaya yang dikorbankan dalam hubungannya dengan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi yang siap dijual (Risda et al., 2023). Pengetahuan cara perhitungan HPP akan membantu pelaku usaha menentukan berapa persentase keuntungan yang diinginkan, sehingga perencanaan keuangan dapat dilakukan. Kedua setelah perhitungan HPP, pelatihan pembukuan sederhana meliputi neraca, laba rugi, dan *cash flow* diberikan kepada pelaku usaha dengan tujuan, adanya pencatatan transaksi keuangan usaha, sehingga tidak tercampur dengan keuangan pribadi/keluarga. *Control* keuangan dapat dilakukan, pelaku usaha dapat menyajikan laporan keuangan, yang akan berdampak pada banyak peluang pinjaman dana dari pihak eksternal seperti bank dan kredit yang diberikan oleh pemerintah melalui program KUR. Ketiga analisis menggunakan rumus keuntungan usaha yaitu  $\pi = TR - TC$  dimana adalah keuntungan yang didapat, TR adalah total revenue dan TC adalah total cost. TR adalah hasil perkalian antara jumlah produk yang berhasil dijual dengan harga yang berhasil didapat dari penjualan produk tersebut, sedangkan TC adalah total biaya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk tersebut. Dari rumusan tersebut ada 3 kemungkinan yang terjadi yaitu  $\pi = 0$ , artinya usaha tersebut tidak untung tetapi juga tidak rugi atau dengan kata lain impas antara pendapatan dan pengeluaran. Kondisi kedua yaitu nilai  $\pi =$  positif berarti usaha menguntungkan dan kondisi ketiga adalah nilai negatif berarti usaha merugi. Peran manajemen keuangan adalah menjamin usaha dapat beroperasi pada posisi menguntungkan dengan melakukan kreasi untuk menghasilkan produk yang unik sehingga mampu meraih harga optimal dengan mempertimbangkan *Place dan Promotions*.



Gambar 3. Pendidikan manajemen, kewirausahaan, dan pemasaran digital (*e-commerce*) serta pelatihan teknis desain kepada para pengrajin bambu Dusun Sanan di Kalurahan Bawuran Pleret Bantu

Aspek lain selain manajemen keuangan yakni aspek pemasaran yang menekankan pada pemanfaatan *E-commerce* untuk melakukan

transaksi jual-beli usahanya (Ambarwati & Fitriana, 2023). Penggunaan teknologi pemasaran secara digital dengan berbagai

informasi melimpah di berbagai media sosial dengan mudah diakses secara *on line*. Jika generasi masa kini tidak beradaptasi dengan perkembangan zaman, mereka pasti akan tertinggal dalam hal informasi dan arus globalisasi (Nuzul Ainin Mardiyah, 2024). Transaksi jual-beli secara *online* menjadi *lifestyle* masyarakat global termasuk masyarakat Indonesia (Setyanta, 2022). Di Indonesia sebanyak 88,1% pengguna internet memakai layanan *E-commerce* untuk membeli produk tertentu.

Persentase tersebut merupakan yang tertinggi di dunia dalam hasil survei *We Are Social* pada April 2021 (Databooks, 2021). Terlebih selama masa pandemic covid-19, *E-commerce* Indonesia meningkat 5-10 kali lipat dengan penambahan pelanggan baru mencapai 51% (Laming, 2020). Melalui *E-commerce*, pelaku usaha dapat memperluas market dari lokal, nasional, regional bahkan manca negara. Pelatihan pemasaran selain penekanan pada *E-Commerce* juga mengadopsi cara pemasaran yang dilakukan oleh salah satu *brand "decemakers"* yang mengusung konsep produk untuk *go international* atau ekspor produk. Ekspor produk dapat dilakukan dengan salah satu syarat wajib yaitu produk harus memenuhi penilaian produk sesuai dengan standar barang ekspor.

Kegiatan ketiga yaitu pembuatan website. Pendampingan pembuatan website kepada mitra dimulai dari tahap perencanaan sampai website tersebut siap digunakan. Langkah pertama melalui riset dan perencanaan dengan cara mengidentifikasi target pasar dan pemilihan *platform e-commerce* (Hanum & Sinarasri, 2017). Saat ini mitra memiliki pasar lokal maupun ekspor. *Platform* yang cocok untuk website mitra adalah yang memiliki fitur *e-commerce* baik dari metode pembayaran hingga pengiriman barang. Langkah kedua membuat desain dengan menampilkan katalog produk. Foto-foto produk yang berkualitas tinggi serta deskripsi sebuah produk dapat ditampilkan dalam katalog tersebut. Langkah ketiga yaitu pengembangan fitur. Pengunjung website diharapkan dapat memilih barang yang diinginkan, melakukan check-out dengan fitur opsi pembayaran, dan memilih opsi pengiriman. Langkah keempat membuat *website* lebih interaktif dengan diberikan saluran chat baik secara langsung maupun melalui *whatsapp*. Langkah kelima mulai pemasaran melalui media sosial maupun iklan *on line*.

*Pendampingan* selanjutnya setelah *website* siap digunakan, yaitu melakukan uji coba dan

perbaikan secara terus-menerus agar *website* dapat berjalan dengan optimal. Selain itu pengecekan secara berkala dilakukan untuk mengantisipasi adanya kerentanan keamanan, performa lambat, atau permasalahan pada fitur *e-commerce*. Metode pembekalan yang dilaksanakan adalah pelatihan klasikal dengan metode partisipatif (*participatory learning methode*) yang menempatkan warga belajar berperan aktif dalam proses sedangkan pelatih hanya sekedar menjadi fasilitator untuk membantu merumuskan pokok-pokok pikiran yang berhasil digali dalam upaya pengembangan usaha kerajinan bambu berdasarkan potensi real setempat. Untuk menjamin materi pelatihan dapat diimplementasikan oleh para pengrajin, maka dilakukan pendampingan secara terstruktur

#### 4. Simpulan dan Saran

Kalurahan Bawuran khususnya di Dusun Sanan memiliki warisan budaya berupa kerajinan bambu yang khas dan menjadi mata pencaharian utama masyarakat setempat. Saat ini, para pengrajin menghadapi tantangan besar dalam beradaptasi dengan perkembangan zaman yang perubahannya begitu cepat. Keterikatan yang kuat pada tradisi menyebabkan keterbatasan dalam inovasi desain dan strategi pemasaran, yang pada akhirnya berkontribusi pada penurunan pendapatan, terutama pasca pandemi Covid 19. Oleh karena itu, diperlukan pendidikan seni yang memadukan nilai-nilai tradisional dengan pendekatan modern, serta pelatihan manajemen usaha yang berfokus pada inovasi produk dan pemasaran digital, guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kerajinan bambu di era global.

Program Desiminasi dengan metode pendidikan *soft skill* dan desain ini telah mampu menghasilkan pola pikir baru pada pengrajin untuk siap menghadapi perubahan zaman. Hasil pelatihan desain dan aplikasi desain dengan membuat produk bambu telah menghasilkan berbagai produk yang memiliki pangsa pasar yang lebih baik. Produk *marketable* yang terdiri dari 3 set produk fungsional dan 1 gazebo ini telah mendapatkan rekomendasi dari *stake holder* yang tergabung dalam koperasi (Forum Meubel dan Kerajinan) Formerkers dengan ikut membantu sarana pemasaran langsung yang lebih efektif melalui anggota koperasi dan pemasaran langsung pada gerai pameran yang ada di Galeria Mall. Pemasaran melalui *platform* digital *e-commerce* yang telah dibuat juga dilakukan untuk menjangkau konsumen pada dunia media sosial di dunia maya. Diharapkan,

sinergi dan kolaborasi dalam program Diseminasi Inovasi Seni ini akan membawa dampak kemajuan berkelanjutan yang meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat pengrajin bambu tradisional di Dusun Sanan, Bawuran, Pleret, Bantul, Yogyakarta.

### Daftar Pustaka

- Ambarwati, L., & Fitriana, N. (2023). Teknologi Informasi Media Sosial, dan Pengetahuan Keuangan Dalam Pertumbuhan Bisnis Perempuan, *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 10(1), 27–41. <https://doi.org/10.32477/jrm.v10i1.508>
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *JURNAL BRAND, Volume 2 No. 1, Juni 2020*, 123-130.
- Bentley, R. A. (2017). *Acceleration of Cultural Change. From Ancestors to Algorithms*: MIT Press.
- Publitz, M. G.-C. (2019). Collaborative art: A Transformational Force Within Communities. *Journal of the Association for Consumer Research* 4 (4), 313-331.
- Budiwirman, S. A. (2023). Seni Tradisional Dalam Seni Rupa Modern: Analisis Berdasarkan Nilai Pendidikan. *Gorga: Jurnal Seni Rupa Volume 12 Nomor 01 Januari-Juni 2023*, 107-115.
- Databooks. (2021). Penggunaan E- Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia. Retrieved July 12, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/pengunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Djelantik, A. M. (1999). *Estetika Sebuah Pengantar*. Bandung: MSPI.
- Frick., H. (2004). *lmu konstruksi bangunan bamb*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2017). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E- Commerce dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM di Wilayah Kota Semarang) 8(1).
- Junita, S. V. (2023). Analisis Daya Saing Produk Bambu Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Ilmu- Ilmu Kehutanan Vol. 7 No. 1 Februari 2023*, 39-48.
- Laming, S. (2020). Tren E- Commerce Pada Era Pandemi COVID-19. *Jurnal Penelitian Humano*, Vol. 11.
- Malins, J. U. (1996). *The Gap: Addressing Practice Based Research Training Requirements For Designers*. Aberdeen, United Kingdom: The Robert Gordon University.
- Muhammad Ramaditya, S. E. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Kreatif Berbasis Manajemen Pemasaran Digital bagi UMKM Di Wilayah Rawamangun. *Jscd (Journal Of Sustainable Journal Of Sustainable Volume 2 NO.1 May 2020*, 48-54.
- Nisrina Sofiliandini Sakinah, I. K. (2024). Analisis Kemampuan Komunikasi Siswa dalam Ekstrakurikuler Drumband di Sekolah Dasar. *Ideguru : Jurnal Karya Ilmiah Guru Vol. 9 No. 3 September 2024* DOI <https://doi.org/10.51169/ideguru.v9i3.1015>, 1242-1250.
- Nuzul Ainin Mardiyah, V. S. (2024). Sosial Media Ruang Belajar: Pemanfaatan Platform Digital Pendidikan Agama Islam di SMK 3 Negeri Jepara. *Ide Guru: Jurnal Karya Ilmiah Guru Vol.9 No.3 September 2024* <https://doi.org/10.51169/ideguru.v9i3.913>, 1251-1260.
- Prayitno, G., Rf, B. M., & Nugraha, A. T. (2019). Modal Sosial, Ketahanan Pangan dan Pertanian Berkelanjutan Desa Ngadireso, Indonesia. *Region : Jurnal Pembangunan Wilayah dan Perencanaan Partisipatif*, 14(2), Article2. <https://doi.org/10.20961/region.v14i2.30018>
- Risda, T., Fahriani, D., Choiriyah, R., Lestari, D. A., Rahmawati, A., & Mirza, M. R. (2023). Analysis Of Cogs Calculations Using The Full Costing Method In Kyka Msmes. *Tali Jagad Journal*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.55732/unu.tjj.2023.01.08>
- Setyanta, B. (2022). Pelatihan Pemasaran Media Sosial di Kelompok UMKM KarangwaruTegalrejo Yogyakarta. *Society : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 23–28. <https://doi.org/10.55824/jpm.v1i1.7>
- Thom, M. (2017). Arts entrepreneurship education in the UK and Germany: An empirical survey among lecturers in fine art. *Education and Training doi: 10.1108/et-05-2016-0089*, pp. 406-426.
- Yusuf Purwanto, M. K. (2022). Desain Produk Melalui Tahapan Pengembangan Produk Marketable. *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 121-130.