



---

**PENGEMBANGAN USAHA DAN PENINGKATAN PROMOSI USAHA DUPA GALLERY  
MANIK HARUM****Oleh****I Made Agus Wirahadi Putra<sup>1\*</sup>, I Komang Dharmendra<sup>2</sup>, I Gusti Agung Ngurah Rai  
Semadi<sup>3</sup>****<sup>1,2,3</sup>ITB STIKOM Bali****Email: <sup>1</sup>[Wirahadi@stikom-bali.ac.id](mailto:Wirahadi@stikom-bali.ac.id), <sup>2</sup>[dharmendra@stikom-bali.ac.id](mailto:dharmendra@stikom-bali.ac.id),****<sup>3</sup>[raisemadi@stikom-bali.ac.id](mailto:raisemadi@stikom-bali.ac.id)**

---

**Article History:***Received: 23-10-2023**Revised: 19-11-2023**Accepted: 25-11-2023***Keywords:***Instagram, Media Sosial,  
Industri Rumah Tangga*

**Abstract:** Usaha produksi Dupa Gallery Manik Harum memproduksi dupa untuk persembahyangan dengan berbagai aroma, seperti aroma Cendana, Cempaka, Jasmine, Jempiring, Kenanga, Kemenyan, Madu, Pudak, Teratai, dan Tulip. Dalam memasarkan produk Dupa Gallery Manik Harum sudah menggunakan sosial media Instagram, namun dalam memposting konten di Instagram masih belum digunakan dengan maksimal karena konten yang diposting hanya berupa produk dupa saja, yang menyebabkan akun sosial media mitra tidak terlalu diminati untuk dilihat netizen. Dengan pemberian pelatihan pembuatan konten sosial media diharapkan mitra bisa membuat konten yang lebih menarik sehingga bisa meningkatkan minat terhadap produk dupa yang dijual mitra. Proses produksi juga sering menjadi kendala mitra, karena pembuatan label masih mencetak di pihak ketiga, sehingga menambah biaya produksi dan kedepannya tidak menutup kemungkinan label yang dimiliki oleh mitra digunakan oleh pihak lain untuk menjual dupa dengan kualitas yang lebih rendah. Sehingga mitra memerlukan alat cetak untuk bisa mencetak label sendiri tanpa bergantung pada pihak ketiga. Berdasarkan hasil evaluasi adanya peningkatan pemahaman akan penggunaan sosial media

---

**PENDAHULUAN**

Usaha produksi Dupa Gallery Manik Harum mulai dirintis Anak Agung Ngurah Muliawan sejak 2020, dengan berawal dari hanya memproduksi dupa untuk persembahyangan[1] hingga kini telah memproduksi dupa harum dengan berbagai aroma, seperti aroma Cendana, Cempaka, Jasmine, Jempiring, Kenanga, Kemenyan, Madu, Pudak, Teratai, dan Tulip. Selain berbagai aroma tersebut, yang menjadi keunggulan dari dupa Gallery Manik Harum adalah abu yang dihasilkan dari pembakaran dupa tersebut bersifat dingin, sehingga aman jika abu dari dupa tersebut tersentuh kulit. Tabel 1. menunjukkan identitas mitra.

**Tabel 1. Identitas Mitra**

1	Nama Mitra	:	Dupa Gallery Manik Harum
2	Jenis Lembaga	:	IRT
3	Alamat	:	Jalan Noja 1, gang IV, No. 25 Denpasar
4	Ketua	:	Anak Agung Ngurah Muliawan
5	Jumlah Anggota / Pekerja	:	3

Mitra dalam memasarkan produk Dupa Gallery Manik Harum saat ini memanfaatkan jaringan pertemanan dari mitra itu sendiri, dimana dari jaringan pertemanan ini mitra bisa menerima pesanan hingga 20 buah jenis dupa dalam sekali pemesanan. Mitra sudah memiliki akun instagram untuk produk yang dijual, namun belum memaksimalkan untuk memperkenalkan produknya ataupun mencari konsumen baru, karena jarang mitra dalam mengunggah konten produknya di platform Instagram.

Dengan usaha yang masih dirintis ini mitra mengalami kesulitan pada proses produksi, yaitu pada pembuatan label. Mitra saat ini belum mencetak labelnya sendiri, namun membuat label di percetakan dikarenakan mitra belum memiliki alat untuk mencetak label sendiri. Dari sisi biaya produksi pengeluaran untuk mencetak label ini bisa tiba-tiba berubah karena bergantung dari pihak ketiga.

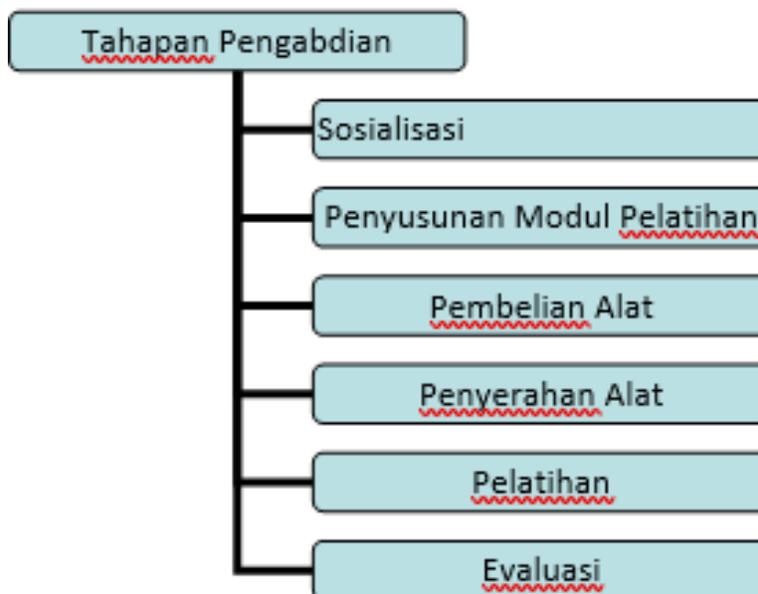
**Tabel 2. Analisis Situasi**

No	Bidang	Permasalahan	Solusi
1	Pemasaran	Mitra belum bisa mengoptimalkan penggunaan sosial media dengan baik	Memberikan pelatihan penggunaan Instagram
2	Produksi	Mitra tidak memiliki alat yang memadai untuk meningkatkan produksi	Memberikan bantuan alat untuk meningkatkan produksi mitra

Berdasarkan hasil analisis pada analisis situasi diatas, maka dapat diambil beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu mitra belum bisa mengoptimalkan penggunaan sosial media dengan baik, hanya memanfaatkan media whatsapp untuk merespon pesanan. Dan penggunaan Instagram yang tidak efektif karena jarang mengunggah konten terkait produk yang dijual, dan mitra tidak memiliki alat yang memadai untuk meningkatkan produksi, seperti printer untuk mencetak label, dan mesin press segel plastik untuk membuat kemasan dupa yang berukuran kecil.

## METODE

Pengabdian ini dilakukan dengan 4 tahapan seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 1.



**Gambar 1. Proses observasi mitra dalam produksi dupa**

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki beberapa tahapan yang dilakukan agar sesuai dengan solusi atas permasalahan yang diinginkan. Dalam kegiatan pengabdian ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat dengan tahap sebagai berikut:

1. Sosialisasi

Tahapan pertama yang dilakukan adalah dengan melakukan kegiatan sosialisasi untuk memberikan gambaran kepada mitra mengenai kegiatan pengabdian masyarakat. Dalam tahap ini disampaikan tim yang terlibat dalam pengabdian, proses dan tahap-tahap yang dilakukan serta kesepakatan mengenai jadwal pelatihan yang akan dilakukan.

2. Penyusunan Modul Pelatihan

Tahapan ini dilakukan antara tim pengabdian masyarakat dalam menyusun modul yang akan digunakan sebagai materi pelatihan. Modul Sosial media yang dibangun menyesuaikan dengan kebutuhan mitra[2]. Modul berisikan informasi mengenai tren social media serta bagaimana mengelola social media sehingga mampu memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha mitra

3. Pembelian Alat

Pada tahapan ini akan dilakukan proses penyusunan kebutuhan alat yang diperlukan dalam meningkatkan produksi maupun memperluas pemasaran. Alat yang nantinya akan diberikan telah didiskusikan terlebih dahulu antara tim pengabdian dan mitra sehingga alat tersebut menjadi tepat guna.

4. Penyerahan Alat

Tahap selanjutnya dilakukan penyerahan alat produksi dupa sehingga mampu meningkatkan jumlah produksi maupun varian dari produk mitra.

5. Pelatihan

Setelah modul pelatihan selesai disiapkan, dilakukan proses pelatihan dengan mitra sesuai modul yang telah disiapkan.



## 6. Evaluasi

Evaluasi kegiatan merupakan tahap akhir yang akan dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat[3]. Evaluasi dilakukan untuk mengukur pemahaman mitra terhadap pelatihan yang dilakukan[2] [3]. Pengukuran akan dilihat dari berbagai aspek yaitu pemahaman mitra terhadap materi yang disampaikan serta efektifitas penggunaan sosial media.

## HASIL

### a. Lokasi Mitra

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan mitra yang berlokasi di jalan Noja 1 Gang IVA Nomor 25 Denpasar yang berjarak kurang lebih 7,1 Kilometer dari ITB STIKOM Bali. Berikut adalah gambaran peta lokasi pengabdian masyarakat ini

### b. Pelaksanaan Kegiatan

Pada pengabdian yang dilakukan di produsen dupa Dupa Gallery Manik Harum dibagi secara umum dapat dikelompokkan kedalam 4 tahapan yaitu:

#### 1. Sosialisasi Kegiatan Pengabdian

Sosialisasi Kegiatan dilakukan oleh tim pengabdian dimulai dari bulan desember sampai dengan bulan Pebruari ke pihak mitra Dupa Gallery Manik Harum. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperkenalkan anggota tim yang akan terlibat dalam pengabdian serta mendapatkan informasi yang lebih detail mengenai mekanisme produksi dan pemasaran yang dilakukan oleh mitra.



**Gambar 2. Proses observasi mitra dalam produksi dupa**

Pada tahapan ini diperoleh informasi mengenai produksi dupa yang dilakukan oleh mitra sudah menggunakan alat cetak dupa modern namun dalam pengemasan menggunakan ukuran yang sama. Selain itu juga diperoleh informasi keefektifan mengenai cara pemasaran dupa yang dilakukan oleh mitra.

#### 2. Pemberian Bantuan Alat Produksi

Berdasarkan observasi dan diskusi yang dilakukan pada tahap sebelumnya dapat ditarik suatu kesimpulan alat yang dibutuhkan oleh mitra dalam meningkatkan

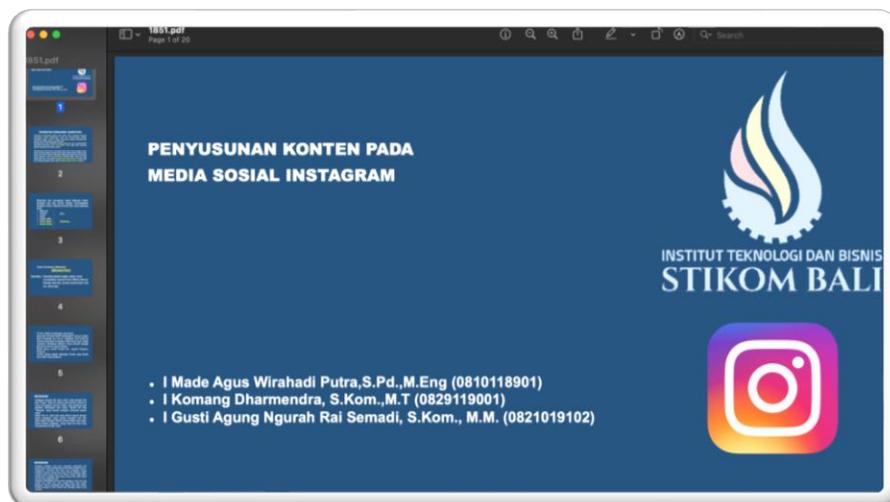
produktifitas serta omset. Alat yang dibutuhkan oleh mitra berupa alat cetak label, mesin potong dan beberapa model plastik kemasan.



**Gambar 3. Penyerahan Alat ke Mitra**

### 3. Pelatihan Sosial Media

Pelatihan social media bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mitra akan pemasaran modern. Hal ini didasarkan atas metode pemasaran mitra yang masih tradisional. Pelatihan diawali dengan pembuatan modul yang dilakukan oleh tim pengabdian.



**Gambar 4. Modul Pengabdian**

Penyusunan modul disesuaikan dengan kebutuhan mitra, dimana modul social media menggunakan Instagram sebagai medianya. Setelah modul tersusun maka dilanjutkan pada tahap pelatihan ke pihak mitra. Pelatihan dilakukan oleh tim dengan datang langsung ke mitra dan memberi pelatihan ke pemilik dan juga karyawan. Pemberian

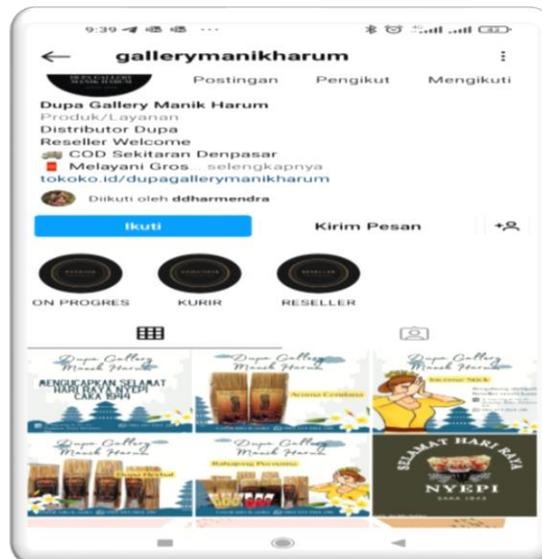


pelatihan dilakuakn dengan dua tahap yaitu tahap pertama penjelasan mengenai digital marketing dan yang kedua penjelasan mengenai pembuatan konten yang ideal.



**Gambar 5. Pelatihan Pembautan konten dan digital marketing**

Target dari kegiatan pelatihan ini berupa pembuatan social media Instagram dan juga pembuatan konten. Berdasarkan pelatihan yang diberikan, mitra sudah mampu mengelola konten yang sudah dibuat dengan akun Instagram Gallerymanikharum.



**Gambar 6. Akun sosial media Gallerymanikharum**



### c. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan bertujuan untuk memantau perkembangan dari mitra baik secara produksi maupun pemasaran. Dari pemantauan yang dilakukan pasca pelatihan marketing diperoleh peningkatan pembautan konten pada akun intagram dan juga peningkatan terhadap jenis dupa yang diproduksi.

### KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini ditarik kesimpulan adalah dapat memberikan solusi baik secara teknologi untuk Usaha Dupa Gallery Manik Harum dan memberikan hibah berupa alat untuk meningkatkan proses produksi agar nantinya dapat digunakan secara semestinya.

### PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami ucapkan terimakasih kepada pihak mitra Unit Usaha Dupa Manik Harum telah bersedia menjadi mitra pengabdian ini serta pihak ITB STIKOM Bali yang telah mendukung dan mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga dapat berjalan dengan baik..

### DAFTAR REFERENSI

- [1] Intan Rahayu, Ini Kadek; Makna Simbolik Umat Hindu Dalam Persembahyangan Bulan Purnama Di Kecamatan Basidondo Kabupaten Tolitoli. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 2020, Volume 5 No1, ISSN : 23022043
- [2] "Implementasi Learning Management System Dalam Media Pembelajaran Menggunakan Moodle | Dhika | Prosiding Seminar Nasional Riset Information Science (SENARIS)." [Online]. Available: <http://tunasbangsa.ac.id/seminar/index.php/senaris/article/view/166>. [Accessed: 28-Oct-2020].
- [3] R. Adriyanto, I. Santosa, and A. Syarief, "Evaluasi Heuristik Sistem Pengelolaan Pembelajaran Daring Perguruan Tinggi Di Indonesia," *ANDHARUPA J. Desain Komun. Vis. Multimed.*, vol. 6, no. 02, pp. 215–234, Aug. 2020
- [4] Ni Nyoman Ayu Ningsih, Ketut Angga Asriani, Riana Dewi Kartika, & Putu Eka Nopiyani. (2022). PENDAMPINGAN UMKM DUPA AJEG BALI DESA SAMBANGAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PEREKONOMIAN. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(7), 5563–5570. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i7.3995>



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN