

BAMBOO EARRINGS AND BROOCHES MAKING TRAINING WITH METHOD FROM JAPAN

by Juliana JULIANA

Submission date: 24-Apr-2023 08:41PM (UTC+0700)

Submission ID: 2073997536

File name:

33274_Juliana_JULIANA_BAMBOO_EARRINGS_AND_BROOCHES_MAKING_TRAINING_WITH_METHOD_FROM_JAPAN_1598855_1999244109.docx
(12.13M)

Word count: 3541

Character count: 22709

BAMBOO EARRINGS AND BROOCHES MAKING TRAINING WITH METHOD FROM JAPAN

Rudy Pramono¹, Juliana², July Hidayat³, Cherry Darmawan⁴, Arifin Djakasaputra⁵

^{1,2,3}Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia

⁴Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia

⁵Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

Email : juliana.stpph@uph.edu

ABSTRACT

Bamboo is one of several selected taxonomically related plant categories, extremely rich in species and of great economic and ecological importance. The launching and training activities are expected to be able to develop the domestic market and penetrate the export market, starting from the Asian export market and building brand awareness of Sabatik products, mapping product marketing strategies as well as in positioning, segmenting, targeting markets efficiently and effectively during the product launching period. The activity began with the launching event for Sabatik products as well as training activities for making earrings and brooches followed by visitors or the public who took part in the activities and carried out hands-on practice in making earrings and brooches which was demonstrated by Master Takayuki Shimizu from Japan. The results of the activities carried out received a positive response in which participants stated that the bamboo batik handicrafts were good, cool and interesting and could hold exhibitions more often and maintain activities that could run well and optimally, adding exhibition products so that there were more and providing information on making craft products bamboo.

Keyword : training, bamboo earrings, bamboo brooches, Japanese method

PELATIHAN PEMBUATAN ANTING DAN BROS BAMBU DENGAN METODE DARI JEPANG

ABSTRAK

Bambu merupakan salah satu dari beberapa kategori tanaman terpilih yang terkait secara taksonomi, sangat kaya akan spesies dan sangat penting secara ekonomi dan ekologis. Kegiatan launching dan pelatihan ini diharapkan dapat mengembangkan pasar dalam negeri dan menembus pasar ekspor, dimulai dari pasar ekspor Asia serta membangun kesadaran merek dari produk sabatik, pemetaan strategi pemasaran produk serta dalam positioning, segmenting, targeting pasar yang efisien dan efektif pada masa launching produk. Kegiatan dimulai dengan acara launching produk Sabatik serta kegiatan pelatihan pembuatan anting dan bros diikuti oleh para pengunjung atau masyarakat yang mengikuti kegiatan dan melakukan praktik langsung dalam pembuatan anting dan bros yang didemonstrasikan oleh Master Takayuki Shimizu dari Jepang. Hasil kegiatan yang dilaksanakan mendapatkan respon positif di mana peserta menyatakan hasil kerajinan bambu batik bagus, keren dan menarik serta dapat lebih sering

mengadakan acara pameran dan mempertahankan kegiatan yang dapat berlangsung dengan baik dan maksimal, menambahkan produk pameran agar lebih banyak dan memberikan informasi pembuatan produk kriya bambu.

Kata kunci : pelatihan, anting bambu, bros bambu, metode Jepang

PENDAHULUAN

Sejak dahulu kala, industri seni dan kerajinan tradisional telah menyediakan lapangan kerja dan mata pencaharian. Di zaman modern, ini juga diakui sebagai salah satu pendorong dalam menciptakan peluang kerja yang inklusif dan membantu dalam pembangunan berkelanjutan (Nirbhay, 2016) Sebuah industri berbasis bambu baru telah dikembangkan untuk memenuhi permintaan pasar. Unsur seni yang digunakan oleh penenun keranjang adalah garis, bentuk, warna, nilai, bentuk, tekstur dan ruang yang dianalisis dalam konteks tujuh prinsip artistik Marder (Marder, 2017). Kerajinan tradisional yang dipraktikkan oleh masyarakat setempat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap warisan budaya tidak berwujud (Pramono et al., 2021)

Kerajinan bambu diminati oleh orang asing di luar negeri. Hutan atau perkebunan bambu dapat dilihat sebagai tempat untuk memproduksi bahan bangunan dan teknik, tetapi juga merupakan surga bagi kehidupan (Hubner et al., 2022).

Kerajinan bambu merupakan bagian dari ekonomi kreatif yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi negara (Sihombing et al., 2020)

Seni dan kerajinan adalah bentuk kreativitas manusia. Seni adalah ekspresi perasaan dan emosi dan kerajinan adalah bentuk karya menggunakan bahan yang tersedia (Pramono et al., 2021). Bambu merupakan salah satu dari beberapa kategori tanaman terpilih yang terkait secara taksonomi, sangat kaya akan spesies dan sangat penting secara ekonomi dan ekologis. Sejak awal abad ke-20, jumlah spesies bambu yang diterima di seluruh dunia meningkat tiga kali lipat. Bambu Dunia menyajikan banyak informasi penting dengan cara yang mudah diakses dan terstruktur (Ohmberger, 1999). Bambu masih merupakan bahan tradisional yang membutuhkan pengembangan tambahan sebelum dapat dianggap sebagai alternatif modern dan andal dari baja, kayu, dan beton. Jika dibandingkan dengan banyaknya informasi yang tersedia tentang kayu dan beton, bambu hanya memiliki sedikit informasi (Hailemariam et al., 2022).

Pengembangan tanaman bambu dan pengelolaannya di pekarangan memiliki manfaat sosial, ekologis dan ekonomi bagi kehidupan pedesaan. Bambu desa memainkan peran penting dalam ekonomi lokal, masyarakat dan lingkungan dan, mengingat potensinya untuk memitigasi perubahan iklim global (Jyoti Nath & Das, 2012). Kerajinan tangan merupakan ekspresi dari keunikan suatu budaya, tradisi dan warisan suatu negara (Shah, 2018). Menurut hibrida pagar bambu yang difermentasi dengan *grey water* dapat dijadikan sarana penyediaan energi bagi masyarakat pedesaan (Blahnik et al., 2013). Kerajinan tangan adalah produk keterampilan, dedikasi, dan kreativitas dari tradisi berusia berabad-abad. Pengrajin yang terlibat dalam pembuatan seni memiliki bakat dan semangat unik yang dimiliki nenek moyang telah diserahkan selama berabad-abad. Banyak praktisi bisnis memilikinya dan menunjukkan bahwa produk kerajinan sangat bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan (Guha et al., 2021). Produk ini telah diakui sebagai produk ekonomis dan ramah lingkungan (González-Pérez et al., 2013; Hadjichambis et al., 2015; Pierce et al., 2011)

Seni dan kerajinan adalah bentuk kreativitas manusia. Seni adalah ekspresi perasaan dan emosi; kerajinan adalah suatu bentuk karya dengan memanfaatkan bahan-bahan yang tersedia. Seni dan kerajinan bisa berbeda, tetapi keduanya bisa serupa dalam beberapa hal.

Semua kerajinan adalah produk dari seni; Namun, tidak semua seni mengharuskan penciptaan kerajinan tertentu (Inocian et al., 2019). Saat ini, gerakan kecil namun berkembang dari orang-orang di seluruh dunia mencoba untuk menemukan kembali dan mengolah kembali kerajinan dan teknologi tradisional. Banyak teknik seperti itu yang layak dihidupkan kembali; tetapi beberapa membutuhkan eksperimen, keterampilan, pelatihan, infrastruktur atau partisipasi masyarakat yang substansial. Tidak semua solusi berteknologi rendah dapat diadopsi begitu saja oleh kaum urban modern yang mengambil langkah pertama menuju kehidupan yang lebih tradisional (Kaller, 2012). Asal seni dan kerajinan bakat dan Kagome Jepang relative tidak dapat ditentukan karena literatur yang sedikit. Bambu adalah bahan terkuat yang digunakan dalam anyaman keranjang (Fajardo, 1998) untuk membenarkan kapasitas memegangnya. Diklasifikasikan sebagai rumput tinggi, bambu adalah spesies biasa yang tumbuh di daerah tropis di antara negara-negara seperti Asia Tenggara dengan Cina, Arab, India, Jepang, Thailand, dan Filipina berpartisipasi dalam kontak perdagangan selama abad ketiga belas. Bambu membentuk negara-negara maritim ini dan bersama-sama dalam hal seni dan kerajinan keranjang melalui perdagangan. (Inocian et al., 2019) Menjawab situasi dan permasalahan di atas, tim mengundang master dari Jepang bernama Takayuki Shimizu untuk memberikan pelatihan pembuatan anting dan bros bambu dengan metode dari Jepang. Yang diharapkan melalui acara Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah peserta dapat menambah pengetahuan mengenai cara pembuatan anting dan bros bambu dengan metode dari Jepang.

METODE

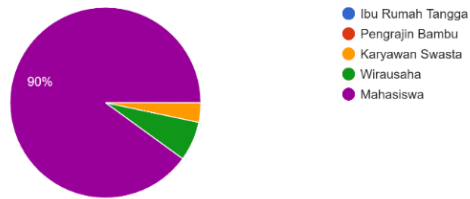
Kegiatan dimulai dengan acara launching produk Sabatik serta kegiatan pelatihan pembuatan anting dan bros diikuti oleh para pengunjung atau masyarakat yang mengikuti kegiatan dan melakukan praktik langsung dalam pembuatan anting dan bros yang didemonstrasikan oleh Master Takayuki Shimizu dari Jepang. Setiap peserta workshop akan diberikan bamboo stripe untuk membuat earring sesuai kreasinya setelah melihat demonstrasi Shimizu (bisa dilakukan sambil duduk). Setiap peserta sangat antusias untuk mempraktikkan secara langsung cara pembuatan anting dan bros bambu dengan metode Jepang. Ketika sudah selesai akan diberikan pengait anting sehingga peserta dapat membawa pulang kreasi anting yang dibuat serta peniti bros dan peserta dapat membawa pulang kreasi bros tersebut. Kegiatan diakhiri dengan sesi photo bersama serta pengisian kuesioner feedback kegiatan yang berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengisian kuesioner dilakukan dengan diisi oleh 30 responden dengan hasil sebagai berikut :

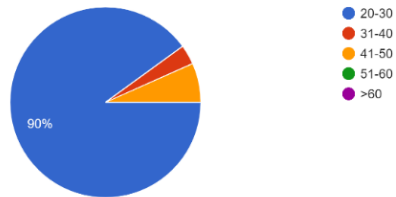
A. Analisis Deskripsi

Pekerjaan Saat ini
30 responses



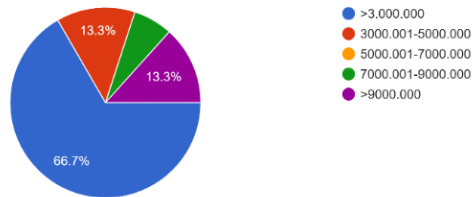
Dari Hasil kuesioner didapatkan bahwa terdapat 27 orang (90%) dengan status pekerjaan saat ini adalah mahasiswa, 1 Orang (3.3%) dengan status pekerjaan saat ini adalah Karyawan Swasta, 2 Orang (6.7%) dengan status pekerjaan saat ini adalah Wirausaha.

Usia
30 responses



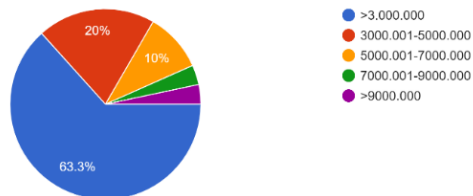
Dari Hasil kuesioner didapatkan bahwa terdapat 27 orang (90%) dengan usia 20-30 tahun, 1 Orang (3.3%) dengan usia 31-40 tahun, 2 Orang (6.7%) dengan usia 41-50 tahun.

Penghasilan Perbulan
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan bahwa terdapat 20 orang (66.7%) dengan penghasilan perbulan sebesar >Rp.3000.000, 4 Orang (13.3%) dengan penghasilan perbulan sebesar >Rp. 9000.000, 2 orang (6.7%) dengan penghasilan perbulan sebesar Rp. 7000.001- Rp. 9000.000, 4 Orang (13.3%) dengan penghasilan perbulan sebesar 3000.001- Rp. 5000.000.

Pengeluaran Perbulan
30 responses

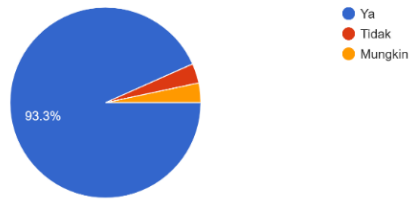


Dari Hasil kuesioner didapatkan bahwa terdapat 19 orang (63.3%) dengan pengeluaran perbulan sebesar >Rp.3000.000, 1 Orang (3.3%) dengan pengeluaran perbulan sebesar >Rp. 9000.000, 1 orang (3.3%) dengan pengeluaran perbulan sebesar Rp. 7000.001- Rp. 9000.000, 6 Orang (20%) dengan pengeluaran perbulan sebesar Rp.3000.001- Rp. 5000.000, 3 Orang (10%) dengan pengeluaran perbulan sebesar Rp.5000.001- Rp. 7000.000.

B. Pengetahuan Kriya Bambu Batik Indonesia Jepang

Apakah Bapak/Ibu Mengetahui mengenai Anyaman Bambu?

30 responses



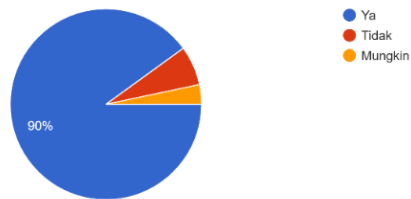
Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 28 orang (93.3%) mengetahui mengenai anyaman bambu, sebanyak 1 orang (3.3%) tidak mengetahui anyaman bambu, dan sebanyak 1 orang (3.3%) mungkin mengetahui mengenai anyaman bambu.

Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 27 orang (90%) mengetahui keberadaan anyaman bambu, sebanyak 3 orang (10%) tidak mengetahui keberadaan anyaman bambu.

Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 27 orang (90%) mengetahui bahan material lain

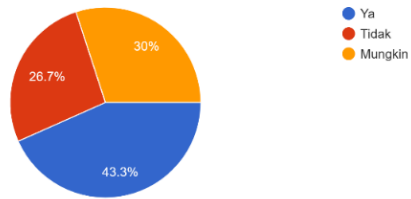
Apakah Bapak Ibu mengetahui bahan material lain kerajinan bambu seperti kayu, rotan, keramik, batik, logam?

30 responses



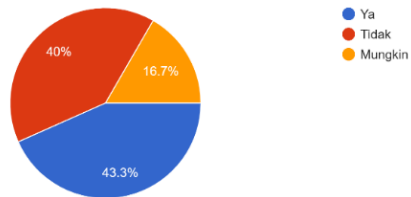
Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 27 orang (90%) mengetahui bahan material lain kerajinan bambu seperti kayu, rotan, keramik, batik dan logam sebanyak 2 orang (6.7%) tidak mengetahui bahan material lain kerajinan bambu seperti kayu, rotan, keramik, batik dan logam, 1 orang (3.3%) mungkin mengetahui bahan material lain kerajinan bambu seperti kayu, rotan, keramik, batik dan logam

Apakah Bapak Ibu mengetahui cara mendesain kerajinan Bambu?
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 13 orang (43.3%) mengetahui cara mendesain kerajinan bambu, sebanyak 8 orang (26.7%) tidak mengetahui cara mendesain kerajinan bambu, 9 orang (30%) mungkin mengetahui mengetahui cara mendesain kerajinan bambu.

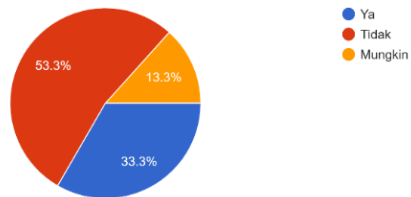
Apakah Bapak Ibu mengetahui Kriya Bambu Batik Indonesia Jepang?
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 13 orang (43.3%) mengetahui kriya bambu batik Indonesia Jepang, sebanyak 12 orang (40%) tidak mengetahui mengetahui kriya bambu batik Indonesia Jepang, 5 orang (16.7%) mungkin mengetahui kriya bambu batik Indonesia Jepang.

Apakah Bapak Ibu membuat kerajinan bambu menciptakan bentuk-bentuk yang baru atau belum ada di pasaran?

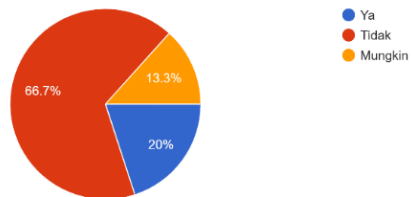
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 10 orang (33.3%) membuat kerajinan bambu dengan menciptakan bentuk-bentuk yang baru atau belum ada di pasaran, sebanyak 16 orang (53.3%) tidak membuat kerajinan bambu dengan menciptakan bentuk-bentuk yang baru atau belum ada di pasaran, 4 orang (13.3%) mungkin membuat kerajinan bambu dengan menciptakan bentuk-bentuk yang baru atau belum ada di pasaran

Apakah Bapak Ibu mengetahui ciri khas dari Bambu Hitam?

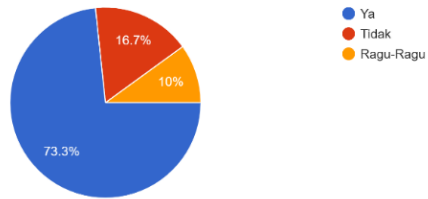
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 6 orang (20%) mengetahui ciri khas dari bambu hitam, sebanyak 20 orang (66.7%) tidak mengetahui ciri khas dari bambu hitam, 4 orang (13.3%) mungkin mengetahui ciri khas dari bambu hitam.

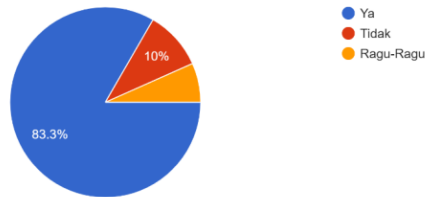
C. Strategi Pemasaran Kriya Bambu Batik Indonesia Jepang

Apakah Bapak Ibu mengetahui mengenai Pemasaran digital?
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 22 orang (73.3%) mengetahui pemasaran digital, sebanyak 5 orang (16.7%) tidak mengetahui pemasaran digital, 3 orang (10%) ragu- ragu mengetahui pemasaran digital

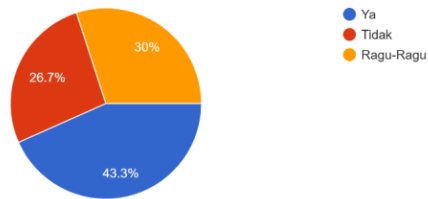
Apakah bapak /ibu mengerti apa arti pemasaran?
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 25 orang (83.3%) mengetahui arti pemasaran, sebanyak 3 orang (10%) tidak mengetahui arti pemasaran 2 orang (6.7%) ragu-ragu mengetahui arti pemasaran

Apakah bapak/ ibu mengetahui apa yang harus dilakukan untuk memasarkan produk bambu Kriya Batik Indonesia Jepang?

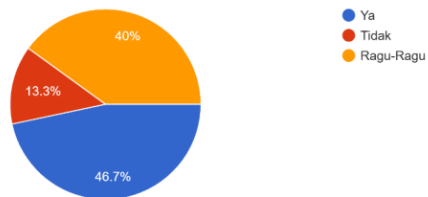
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 13 orang (43.3%) mengetahui yang harus dilakukan untuk memasarkan produk bambu kriya batik Indonesia-Jepang, sebanyak 8 orang (26.7%) tidak mengetahui yang harus dilakukan untuk memasarkan produk bambu kriya batik Indonesia-Jepang 9 orang (30%) ragu-ragu mengetahui yang harus dilakukan untuk memasarkan produk bambu kriya batik Indonesia-Jepang

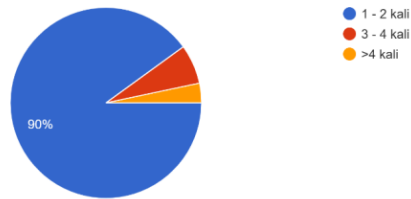
Apakah bapak/ ibu tertarik untuk membeli produk bambu kriya batik Indonesia Jepang ini?

30 responses



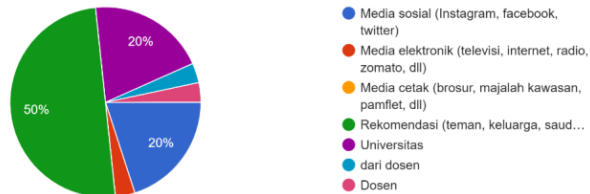
Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 14 orang (46.7%) tertarik untuk membeli produk bambu kriya batik Indonesia Jepang, sebanyak 4 orang (13.3%) tidak tertarik untuk membeli produk bambu kriya batik Indonesia Jepang, 12 orang (40%) ragu-ragu untuk membeli produk bambu kriya batik Indonesia Jepang

Seberapa sering Bapak/Ibu Mengunjungi Launching Produk Bambu Kriya Batik yang sejenis?
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 27 orang (90%) mengunjungi launching produk bambu kriya batik yang sejenis sebanyak 1-2 kali, sebanyak 2 orang (6.7%) mengunjungi launching produk bambu kriya batik yang sejenis sebanyak 3-4 kali, sebanyak 1 orang (3.3%) mengunjungi launching produk bambu kriya batik yang sejenis sebanyak > 4 kali

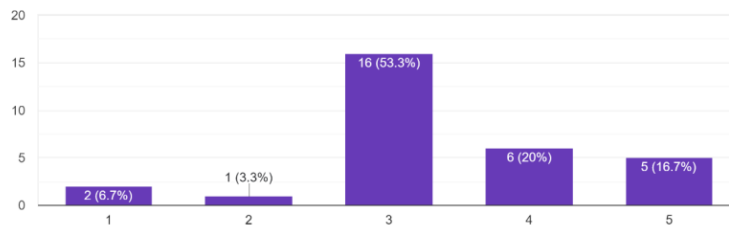
Darimana anda mendapatkan informasi mengenai suatu launching produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 15 orang (50%) mendapatkan informasi mengenai suatu launching produk bambu kriya batik Indonesia Jepang dari rekomendasi (teman, keluarga, saudara, dll), sebanyak 6 orang (20%) mendapatkan informasi mengenai suatu launching produk bambu kriya batik Indonesia Jepang dari Universitas, sebanyak 1 orang (3.3%) mendapatkan informasi mengenai suatu launching produk bambu kriya batik Indonesia Jepang dari dosen, sebanyak 1 orang (3.3%) mendapatkan informasi mengenai suatu launching produk bambu kriya batik Indonesia Jepang dari dosen, sebanyak 6 orang (20%) mendapatkan informasi mengenai suatu launching produk bambu kriya batik Indonesia Jepang dari media social (Instagram, facebook, twitter), sebanyak 1 orang (3.3%) 6 orang (20%) mendapatkan informasi mengenai suatu launching produk bambu kriya batik Indonesia Jepang dari media elektronik (televisi, internet, radio, Zomato, dll).

Bagaimana pandangan dan penafsiran Bapak/Ibu dalam harga produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini?

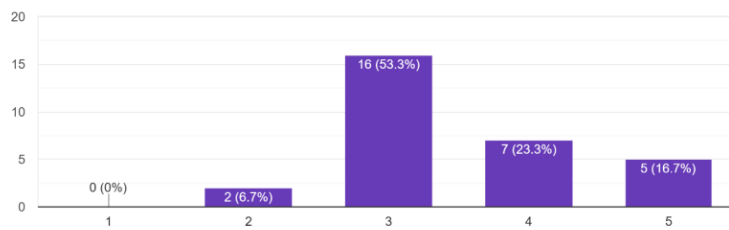
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 1 orang (6.7%) sangat tidak setuju mengenai penafsiran dan pandangan terhadap harga produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini, 1 orang (3.3%) agak tidak setuju mengenai penafsiran dan pandangan terhadap harga produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini, 16 orang (53.3%) agak setuju mengenai penafsiran dan pandangan terhadap harga produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini, 6 orang (20%) setuju mengenai penafsiran dan pandangan terhadap Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini, 5 orang (16.7%) sangat setuju mengenai penafsiran dan pandangan terhadap Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini.

Pemberian diskon 10 persen untuk pemesan pertama produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini

30 responses

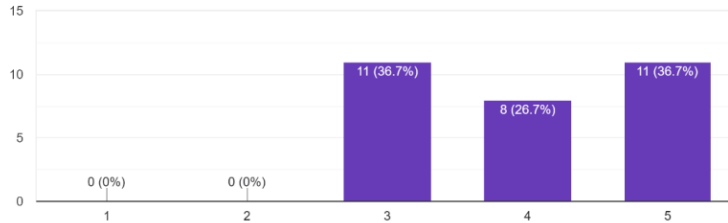


Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 1 orang (6.7%) agak tidak setuju mengenai pemberian diskon 10 persen untuk pemesan pertama produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini, sebanyak 16 orang (53.3%) agak setuju mengenai pemberian diskon 10 persen

untuk pemesan pertama produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini, sebanyak 7 orang (23.3%) setuju mengenai pemberian diskon 10 persen untuk pemesan pertama produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini, sebanyak 5 orang (16.7%) sangat setuju mengenai pemberian diskon 10 persen untuk pemesan pertama produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini.

Produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini akan melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok, Twitter, dan Facebook

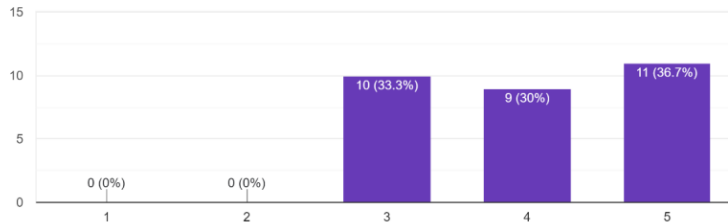
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 11 orang (36.7%) agak setuju Produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini akan melakukan promosi melalui media social seperti Instagram, Tiktok, Twitter, dan Facebook, sebanyak 8 orang (26.7%) setuju Produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini akan melakukan promosi melalui media social seperti Instagram, Tiktok, Twitter, dan Facebook , sebanyak 11 orang (36.7%) sangat setuju Produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini akan melakukan promosi melalui media social seperti Instagram, Tiktok, Twitter, dan Facebook

Produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini akan melakukan penjualan melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok, Twitter, dan Facebook, toko online

30 responses

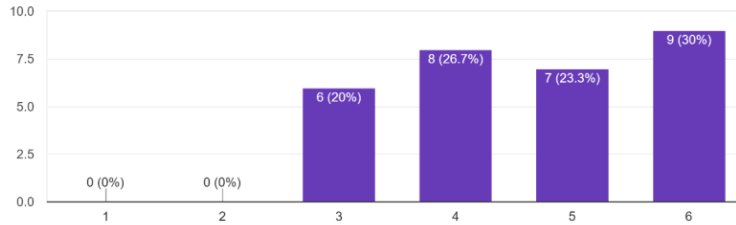


Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 10 orang (33.3%) agak setuju Produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini akan melakukan penjualan melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok, Twitter, dan Facebook, toko online, sebanyak 9 orang (30%) setuju Produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini akan melakukan penjualan melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok, Twitter, dan Facebook, toko online, sebanyak 11 orang (36.7%) sangat setuju Produk Bambu Kriya Batik Indonesia Jepang ini akan melakukan penjualan melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok, Twitter, dan Facebook, toko online

D. Evaluasi Kegiatan Launching

Setelah mengikuti Pameran Saya memiliki pengetahuan tentang kriya bambu batik Indonesia Jepang

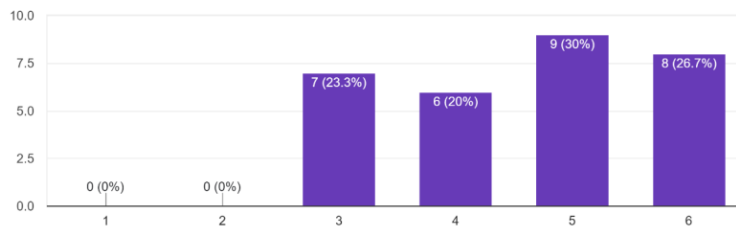
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 6 orang (20%) agak tidak setuju setelah mengikuti pameran memiliki pengetahuan tentang kriya bambu batik Indonesia Jepang, sebanyak 8 orang (26.7%) agak setuju setelah mengikuti pameran memiliki pengetahuan tentang kriya bambu batik Indonesia Jepang, sebanyak 7 orang (23.3%) setuju setelah mengikuti pameran memiliki pengetahuan tentang kriya bambu batik Indonesia Jepang, sebanyak 9 orang (30%) sangat setuju setelah mengikuti pameran memiliki pengetahuan tentang kriya bambu batik Indonesia Jepang.

Setelah mengikuti Launching Saya memiliki keinginan untuk belajar secara mendalam cara membuat Kriya Bambu Batik Indonesia Jepang

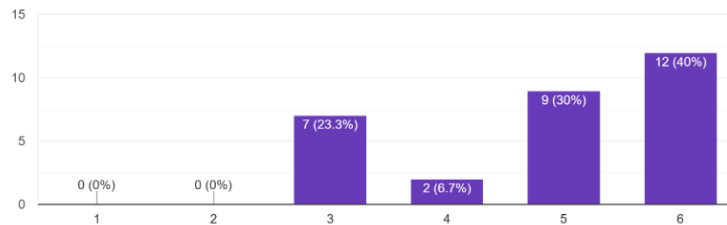
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 7 orang (23.3%) agak tidak setuju setelah mengikuti launching memiliki keinginan untuk belajar secara mendalam cara membuat kriya bambu batik Indonesia Jepang, sebanyak 6 orang (20%) agak setuju setelah mengikuti launching memiliki keinginan untuk belajar secara mendalam cara membuat kriya bambu batik Indonesia Jepang, sebanyak 9 orang (30%) setuju setelah mengikuti launching memiliki keinginan untuk belajar secara mendalam cara membuat kriya bambu batik Indonesia Jepang sebanyak 8 orang (26.7%) sangat setuju setelah mengikuti launching memiliki keinginan untuk belajar secara mendalam cara membuat kriya bambu batik Indonesia Jepang

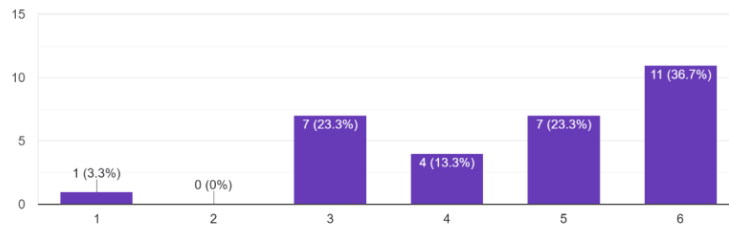
Fasilitas tempat launching yang sangat mendukung

30 responses



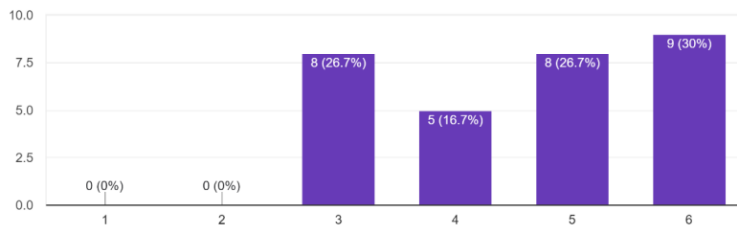
Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 7 orang (23.3%) agak tidak setuju fasilitas tempat launching yang sangat mendukung, sebanyak 2 orang (6.7%) agak setuju fasilitas tempat launching yang sangat mendukung, sebanyak 9 orang (30%) setuju fasilitas tempat launching yang sangat mendukung, sebanyak 12 orang (40%) sangat setuju fasilitas tempat launching yang sangat mendukung

Efisiensi Waktu Berjalan Dengan Baik dalam launching produk
30 responses



12
Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 1 orang (3.3%) sangat tidak setuju efisiensi waktu berjalan dengan baik dalam launching produk, 7 orang (23.3%) agak tidak setuju efisiensi waktu berjalan dengan baik dalam launching produk, sebanyak 4 orang (13.3%) agak setuju efisiensi waktu berjalan dengan baik dalam launching produk, sebanyak 7 orang (23.3%) setuju efisiensi waktu berjalan dengan baik dalam launching produk, sebanyak 11 orang (36.7%) sangat setuju efisiensi waktu berjalan dengan baik dalam launching produk

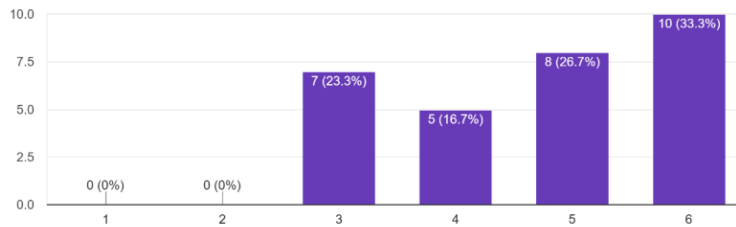
Saya memahami cara meningkatkan daya tarik kerajinan bamboo melalui desain
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 8 orang (26.7%) agak tidak setuju memahami cara meningkatkan daya tarik kerajinan bamboo melalui desain, sebanyak 5 orang (16.7%) agak setuju memahami cara meningkatkan daya tarik kerajinan bamboo melalui desain, sebanyak 8 orang (26.7%) setuju memahami cara meningkatkan daya tarik kerajinan bamboo melalui desain, sebanyak 9 orang (30%) sangat setuju memahami cara meningkatkan daya tarik kerajinan bamboo melalui desain

Saya mengetahui kerajinan bambu dapat digabungkan dengan berbagai material lain seperti kayu, rotan, keramik, batik dan logam

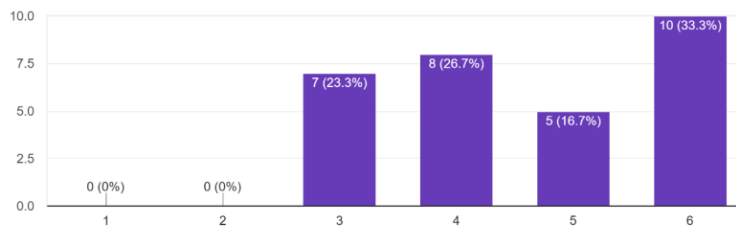
30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 7 orang (23.3%) agak tidak setuju mengetahui kerajinan bambu dapat digabungkan dengan berbagai material lain seperti kayu, rotan, keramik ,batik dan logam sebanyak 5 orang (16.7%) agak setuju mengetahui kerajinan bambu dapat digabungkan dengan berbagai material lain seperti kayu, rotan, keramik ,batik dan logam , sebanyak 8 orang (26.7%) setuju mengetahui kerajinan bambu dapat digabungkan dengan berbagai material lain seperti kayu, rotan, keramik ,batik dan logam , sebanyak 10 orang (33.3%) sangat setuju mengetahui kerajinan bambu dapat digabungkan dengan berbagai material lain seperti kayu, rotan, keramik ,batik dan logam

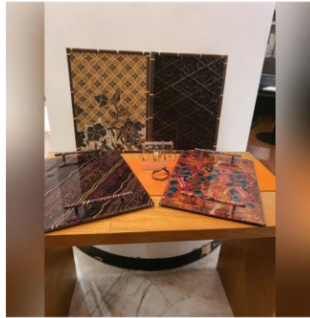
Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali,saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat

30 responses



Dari Hasil kuesioner didapatkan sebanyak 7 orang (23.3%) agak tidak setuju jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, bersedia untuk berpartisipasi/terlibat sebanyak 8 orang (26.7%) agak setuju jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, bersedia untuk berpartisipasi/terlibat , sebanyak 5 orang (16.7%) setuju jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, bersedia untuk

berpartisipasi/terlibat , sebanyak 10 orang (33.3%) sangat setuju jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, bersedia untuk berpartisipasi/terlibat.



Gambar 1. Bros dan Anting Bambu
Sumber: Dokumentasi Penulis (2023)



Gambar 2. Demonstrasi Pembuatan Anting dan Bros
Sumber: Dokumentasi Penulis (2023)



Gambar 3. Foto Bersama Kegiatan
Sumber: Dokumentasi Penulis (2023)

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Dengan adanya kegiatan launching dan pelatihan ini dapat mengembangkan pasar dalam negeri dan menembus pasar ekspor, dimulai dari pasar ekspor Asia serta membangun kesadaran merek dari produk sabatik, pemetaan strategi pemasaran produk serta dalam positioning, segmenting, targeting pasar yang efisien dan efektif pada masa launching produk. Hasil kegiatan dapat disimpulkan bahwa rata-rata peserta memahami dan mengetahui kriya bambu batik Indonesia Jepang. Hasil kegiatan yang dilaksanakan mendapatkan respon positif di mana peserta menyatakan hasil kerajinan bambu batik bagus, keren dan menarik serta dapat lebih sering mengadakan acara pameran dan mempertahankan kegiatan yang dapat berlangsung dengan baik dan maksimal, menambahkan produk pameran agar lebih banyak dan memberikan informasi pembuatan produk kriya bambu.

Bagaimanapun, pelaksanaan kegiatan selalu berkaitan dengan produk yang ingin ditawarkan kepada target potensial. Pada umumnya, target potensial ingin melihat, mengetahui informasi dan bahkan mencoba produk yang ingin ditawarkan. Saran yang diberikan kepada para pengrajin hendaknya berusaha lebih kreatif lagi dalam membuat kerajinan bambu batik

sesuai standar agar tetap sustain dan memperhatikan kualitas dan ukuran bilah bambu. Saran dan hal yang harus diperhatikan dan diperbaiki dalam kegiatan launching produk dan pelatihan ini diharapkan dapat mempertahankan hasil kerajinan yang dinilai pengunjung sangat menarik, tata letak layout karya sudah proporsional dan kegiatan sudah terorganisir dengan baik, ke depannya dapat menambah jumlah produk, serta menambahkan signage menuju tempat pelatihan dan pameran.

6

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengelola Dana Pendidikan Kementerian Keuangan Republik Indonesia 606 dengan nomor perjanjian PRJ-56/LPDP/2019 dengan LPPM Universitas Pelita Harapan.

DAFTAR REFERENSI

- Blahnik, B., McGillivray, S., Prasad, S., & Su, H.-C. (2013). Energy security for rural communities in the developing world. *International Journal of Energy Sector Management*, 7(3), 364–382. <https://doi.org/10.1108/IJESM-02-2013-0007>
- Fajardo, B. V. (1998). *Philippine Ethnological Art in "Discovering Philippine Art in Spain, Department of Public Affairs and the National Centennial Commission International Relations, Manila, pp. 32-36.*
- Hailemariam, E. K., Hailemariam, L. M., Amede, E. A., & Nuramo, D. A. (2022). Identification of barriers, benefits and opportunities of using bamboo materials for structural purposes. *Engineering, Construction and Architectural Management, ahead-of-print(ahead-of-print)*. <https://doi.org/10.1108/ECAM-11-2021-0996>
- Hubner, I. B., Sihombing, S. O., Pramono, R., & Hidayat, J. (2022). Training On Marketing Strategies In The Utilization Of Bamboo Creations As A Resource Of Life As Hotel And Culinary Amenities. In *Journal of Community Service and Engagement* (Vol. 2, Issue 4).
- Inocian, R. B., Cuestas, N. J. P., Carin, J. K. L., & Canoy, J. D. E. (2019). Unveiling the indigenous art and craft of bakat and its economic significations. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 9(4), 445–467. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-09-2018-0064>
- Jyoti Nath, A., & Das, A. K. (2012). Ecological implications of village bamboo as global climate change mitigation strategy. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 4(2), 201–215. <https://doi.org/10.1108/17568691211223169>
- Kaller, B. (2012). *The art of producing sustainable consumer goods: basketry*", 24 April, available at: www.lowtechmagazine.com/2012/02/basketry-the-art-of-producing-sustainableconsumer-goods.html.
- Marder, L. (2017). *The 7 principles of art and design*", 24 April, available at: www.thoughtco.com/principles-of-art-and-design-2578740.

- Nirbhay, K. (2016). *The revival of traditional arts and handicrafts: rescue role of the companies act*, 10 November, available at: <https://thecsrjournal.in/revival-of-traditional-arts-and-handicraftsrescue-role-of-the-companies-act-2013>.
- OHRNBERGER, D. (1999). The Bamboos of the World Annotated Nomenclature and Literature of the Species and the Higher and Lower Taxa. In D. OHRNBERGER (Ed.), *The Bamboos of the World* (pp. 1–6). Elsevier. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-044450020-5/50001-0>
- Pramono, R., Hidayat, J., Dharmawan, C., & Juliana. (2021). Hybrid bamboo and batik handicraft development as creative tourism product. *International Journal of Design and Nature and Ecodynamics*, 16(5), 601–607. <https://doi.org/10.18280/ijdne.160515>
- Pramono, R., & Maleachi, S. (2021). Opportunities For The Development And Promotion Of Traditional Bamboo Craft As Tourism Products. In *Marketing Management and Strategic Planning* (Vol. 20, Issue 2).
- Shah, T. M. (2018). 'Hand' Made in India: Tribal Sustainopreneurs of Change and Prosperity. In *Entrepreneurship and the Sustainable Development Goals* (Vol. 8, pp. 69–83). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S2040-724620180000008009>
- Sihombing, S. O., Pramono, R., & Hidayat, J. (2020). *Training On Commercialization Of Indonesian- Japanesse Bamboo-Batik Crafts For Business Partner Sahabat Bambu Yogyakarta*. 4(2), 105–114.

BAMBOO EARRINGS AND BROOCHES MAKING TRAINING WITH METHOD FROM JAPAN

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

ejournal.unisbablitar.ac.id

Internet Source

1%

2

media.neliti.com

Internet Source

1%

3

repository.ub.ac.id

Internet Source

1%

4

iieta.org

Internet Source

1%

5

Submitted to Sriwijaya University

Student Paper

1%

6

eprints.undip.ac.id

Internet Source

<1%

7

ejournal.nusamandiri.ac.id

Internet Source

<1%

8

es.scribd.com

Internet Source

<1%

9

www.barnesandnoble.com

Internet Source

<1%

10

www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id

Internet Source

<1%

11

www.youscribe.com

Internet Source

<1%

12

123dok.com

Internet Source

<1%

13 Inayatul Aini. "Hubungan Kelengkapan Elemen Konseling dengan Minat Penggunaan Kontrasepsi IUD di Wilayah Kerja PUSKESMAS Gambiran Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang", Jurnal Kebidanan Midwiferia, 2019
Publication

14 journal.ipb.ac.id
Internet Source

15 talenta.usu.ac.id
Internet Source

16 Juliana Juliana, Ira Brunchilda Hubner, Nova Irene Bernedeta Sitorus. "Pemanfaatan Sayur Dalam Pembuatan Lasagna Non Daging", Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2021
Publication

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On