

# LAMPIRAN



## LAMPIRAN

## Lampiran 1.


**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI**  
**UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
 Jalan Udayana No. 11 Singaraja-Bali.   Telepon : (0362) 26830  
 Website : <http://www.fe.undiksha.ac.id/>

---

Nomor : 710/UN48.13.1/DL/2025 Singaraja, 17 April 2025  
 Lamp. : -  
 Hal : *Permohonan Data Penelitian*

Kepada Yth. Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng  
 di-  
 Tempat

Dengan Hormat,

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha menerangkan bahwa mahasiswa/i tersebut dibawah ini :

Nama	: Ni Putu Sthira Satwika Dewi
NIM	: 2117011077
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan/Prodi.	: S1 Pendidikan Ekonomi

Bermaksud mengadakan penelitian lapangan untuk menempuh atau menyusun tugas akhir, skripsi dan melengkapi tugas lainnya. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon izin agar mahasiswa kami dapat melakukan wawancara di tempat yang Bapak/Ibu/Sdr. Pimpin.

Demikian surat ini kami buat agar bisa digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan I,



Ni Made Suci  
NIP. 196810291993032001

---

Catatan :

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektornik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini tertanda ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BsrE
- Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan *qr code* yang telah tersedia

## Lampiran 2. Daftar Informan

### Daftar informan

Informan 1

Nama : Luh Dewi Suhermawati

Jabatan : Owner Bali Dewi

Informan 2

Nama : Kadek Mila Pradnyani, Ss, Map

Jabatan : Kepala Bidang Sumber Daya Pariwisata



### Lampiran 3. Pedoman Wawancara

#### Pedoman Wawancara

##### 1. Owner Bali Dewi

- Apakah penjualan selama 5 tahun terakhir mengalami kenaikan atau penurunan?
- Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan? Apakah menggunakan Instagram sebagai salah satu media promosi?
- Apakah terdapat perbedaan tren penjualan antara penjualan eceran dan penjualan melalui reseller?
- Bagaimana kondisi penjualan di wilayah Singaraja dibandingkan dengan luar daerah?
- Bagaimana cakupan pasar usaha Anda saat ini? Apakah sudah menjangkau luar daerah?
- Bagaimana dengan pasar di wilayah Singaraja sendiri?
- Apa kendala utama yang dihadapi dalam memperluas jangkauan pasar atau akses pemasaran?
- Apakah ada rencana untuk beralih dari sistem penjualan manual ke sistem digital di masa mendatang?
- Menurut Anda, bagaimana citra perusahaan di mata konsumen selama ini?

##### 2. Ibu Kadek Mila Pradnyani, Ss, Map Dinas Pariwisata

- Bagaimana menurut ibu melihat peran *Digital Marketing* dalam perkembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Buleleng saat ini?

- menurut ibu, Apakah pelaku ekonomi kreatif di Buleleng sudah memanfaatkan platform digital secara optimal?
- kira-kira Strategi *Digital Marketing* apa saja yang sedang atau telah dijalankan oleh Dinas Pariwisata untuk membantu pelaku ekonomi kreatif lokal?
- Apakah dari dispar sudah memiliki program pelatihan atau pendampingan khusus dalam hal pemasaran digital bagi UMKM kreatif?
- Apakah menurut ibu penggunaan *Digital Marketing* sejauh ini terbukti meningkatkan penjualan atau visibilitas produk ekonomi kreatif lokal?
- Apa tantangan utama yang dihadapi dalam menerapkan strategi *Digital Marketing* di sektor ekonomi kreatif daerah?
- Apa rencana jangka panjang Dinas Pariwisata dalam memperkuat digitalisasi ekonomi kreatif di Buleleng?
- Bagaimana harapan Anda terhadap peran anak muda Buleleng dalam menjadi agen *Digital Marketing* untuk produk lokal?

## Lampiran 4. Transkrip Wawancara

### Transkrip Wawancara

#### Wawancara 1

**Nama : Luh Dewi Suhermawati**

**Jabatan : Owner Bali Dewi**

**Pewawancara:** Bagaimana perkembangan penjualan selama lima tahun terakhir?

**Informan:** Penjualannya kalau untuk pasaran di Singaraja menurun, maka dari itu kebanyakan saya pasarkan ke reseller, terutama di luar daerah seperti Kintamani, Bangli.

**Pewawancara:** Pelanggan paling banyak dari mana?

**Informan:** Paling banyak dari Kintamani dan Denpasar.

**Pewawancara:** Berarti pelanggan ibu lebih banyak dari luar daerah ya?

**Informan:** Iya, mayoritas dari luar. Di sini (Singaraja) ada beberapa, tapi kalau untuk penjualan eceran sangat sedikit. Biasanya penjualan eceran itu terjadi saat pameran saja.

**Pewawancara:** Pameran di mana saja?

**Informan:** Ya, pokoknya kalau ada pameran di mana pun, baru saya jual eceran. Kalau di luar itu, sehari-hari lebih banyak reseller yang mengambil barang.

**Pewawancara:** Jadi jangkauan pasarnya sudah keluar daerah, ya?

**Informan:** Iya, sudah.

**Pewawancara:** Bagaimana dengan strategi marketing-nya? Apakah menggunakan Instagram?

**Informan:** Instagram ada, tapi kurang aktif karena kadang barang yang di-upload langsung diambil reseller.

**Pewawancara:** Apakah menggunakan TikTok juga?

**Informan:** Sebenarnya mau coba, tapi saya khawatir barang yang diupload nanti ditanyakan oleh orang yang melihat di TikTok. Soalnya kadang yang dipesan itu warnanya tidak sesuai, bisa lebih tua atau muda dari yang di-upload.

**Pewawancara:** Apakah usaha ini juga menggunakan Shopee?

**Informan:** Tidak.

**Pewawancara:** Tokopedia?

**Informan:** Tidak juga.

**Pewawancara:** Jadi pemesanannya lebih banyak lewat WhatsApp, ya?

**Informan:** Iya, biasanya reseller telepon atau WA, pesan 50 atau 20 potong kain langsung.

**Pewawancara:** Jadi tidak terlalu mengandalkan *Digital Marketing*, ya?

**Informan:** Iya, hanya pakai whatsApp saja. Tidak ada TikTok karena fokus ke reseller dan Instagram pun ada tapi tidak aktif.

**Pewawancara:** Bagaimana penjualan di Singaraja saat ini?

**Informan:** Penjualannya menurun. Untuk penjualan eceran juga menurun, tapi penjualan ke reseller justru naik. Di luar Singaraja reseller-nya banyak.

**Pewawancara:** Bagaimana saat event atau pameran?

**Informan:** Kalau event, kebanyakan juga reseller yang ambil. Sekarang malah reseller ikut jualan langsung di sana. Jadi saya santai saja, karena tetap mereka ambil barang dari saya. Sejak ada program Bali Bangkit di tahun 2020, penghasilan saya lumayan meningkat.

**Pewawancara:** Bagaimana cakupan pasar saat ini?

**Informan:** Sudah luas, khususnya di luar Singaraja.

**Pewawancara:** Bagaimana dengan pasar di Singaraja?

**Informan:** Kebanyakan reseller, sedikit sekali pembeli eceran.

**Pewawancara:** Apa kendala utama dalam memperluas akses pasar?

**Informan:** Kendalanya di marketing, masih kurang karena karyawan juga kurang. Dan masih belum memakai digital. Hanya manual saja.

**Pewawancara:** Apakah ibu masih menggunakan metode penjualan manual?

**Informan:** Iya, masih.

**Pewawancara:** Tidak menggunakan sistem kasir digital?

**Informan:** Tidak. Karena toko juga sudah tutup, tidak ada toko fisik.

**Pewawancara:** Apakah ada rencana untuk beralih ke sistem penjualan digital?

**Informan:** Ada.

**Pewawancara:** Kalau penjualan online?

**Informan:** Sudah dilakukan lewat Facebook dan WhatsApp

**Pewawancara:** Bagaimana menurut Anda citra perusahaan di mata konsumen?

**Informan:** Sangat loyal sekali.

**Pewawancara:** Pengiriman barangnya lewat apa?

**Informan:** Pesan lewat WhatsApp, dikirim via J&T.

**Pewawancara:** Bagaimana Anda melihat persaingan di industri kain tenun saat ini?

**Informan:** Sangat banyak pesaing, terutama dari Jawa. Mereka sudah banyak meniru dengan kain katun sebagai bahan, jadi tiruannya sangat banyak.

**Pewawancara:** Apa langkah yang sudah dilakukan atau sedang diambil perusahaan untuk tetap bersaing?

**Informan:** Menjaga kualitas, kuantitas, dan harga.

## **Wawancara 2**

**Nama :** Kadek Mila Pradnyani, Ss, Map

**Jabatan :** Kepala Bidang Sumber Daya Pariwisata

**Pewawancara :** Bagaimana menurut Ibu melihat peran *Digital Marketing* dalam perkembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Buleleng saat ini?

**Informan :** Ya, yang namanya digitalisasi itu sudah menjadi sebuah keharusan dalam kehidupan sehari-hari kita, tidak hanya pada sektor ekonomi kreatif saja, tapi juga secara keseluruhan termasuk sektor pariwisata. Kalau dilihat dari peran *Digital Marketing* itu sendiri, sebenarnya kembali pada pemahaman pelaku usaha terhadap manfaat dan pentingnya kemampuan dalam menggunakan digitalisasi untuk

menciptakan peluang penjualan. Artinya, distribusi dan konsumsi produk ekraf bisa lebih luas dengan *Digital Marketing*. Dari pihak kami sudah ada beberapa upaya untuk mendukung pelaku ekonomi kreatif, misalnya dengan menyediakan beberapa platform dari Pemkab, termasuk juga dari Dinas Perdagangan seperti platform Pasar Buleleng. Selain itu, kami juga melakukan pelatihan digitalisasi agar pelaku ekraf memiliki literasi digital yang memadai.

**Pewawancara :** Menurut Ibu, apakah pelaku ekonomi kreatif di Buleleng sudah memanfaatkan platform digital secara optimal?

**Informan:** Sebagian sudah, tapi masih ada yang konvensional. Artinya, masih banyak yang memasarkan produknya secara tatap muka karena jangkauan pasarnya masih lokal. Untuk subsektor seperti kuliner, ada yang sudah memanfaatkan platform berbayar seperti Grab, atau platform gratis seperti Facebook dan Instagram. Namun untuk subsektor seperti kerajinan rumah tangga, masih belum sepenuhnya digital.

**Pewawancara :** Apakah dari Dinas Pariwisata sudah memiliki program pelatihan atau pendampingan khusus dalam hal pemasaran digital bagi UMKM kreatif?

**Informan:** Sudah. Setiap tahun kami melaksanakan pelatihan, meskipun sebelumnya hanya menyoar sektor pariwisata saja. Namun sejak tahun 2022 atau 2023, kami sudah mulai menggabungkan pariwisata dan ekonomi kreatif dalam pelatihan tersebut. Kami tekankan pada penggunaan media sosial dan cara membuat konten digital. Dalam proses pembuatan kemasan atau konten itu, tentu pelaku usaha juga butuh modal tambahan.

**Pewawancara :** Apa tantangan utama yang dihadapi dalam menerapkan strategi *Digital Marketing* di sektor ekonomi kreatif daerah?

**Informan:** Yang pertama adalah kemauan dari pelaku usaha atau SDM-nya. Lalu kedua, masalah jaringan, tapi sekarang itu sudah cukup tercover, bahkan di pelosok juga sudah tersedia akses internet. Ketiga adalah tools atau perangkatnya, karena dari sisi pemerintah belum bisa secara menyeluruh memberikan fasilitas atau sosialisasi. Cakupan wilayah yang cukup luas membuat semuanya belum bisa dijangkau secara optimal.

**Pewawancara :** Apa rencana jangka panjang Dinas Pariwisata dalam memperkuat digitalisasi ekonomi kreatif di Buleleng?

**Informan:** Karena titik beratnya adalah pada SDM, kami akan terus mengadakan sosialisasi baik langsung maupun melalui media pemasaran. Harapannya, ke depan kami bisa membuka peluang yang lebih luas, bahkan bisa berkolaborasi dengan pihak universitas untuk memberikan edukasi dan sosialisasi kepada pelaku ekraf.

**Pewawancara :** Bagaimana harapan Ibu terhadap peran anak muda Buleleng dalam menjadi agen *Digital Marketing* untuk produk lokal?

**Informan:** Wah, besar sekali harapan kami. Anak muda itu memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif. Kami berharap mereka bisa berkontribusi dalam hal pemasaran, tapi mungkin karena masih kurang pemahaman, mereka kurang tertarik. Harapan kami, mereka bisa lebih sadar akan potensinya, bisa menghargai produk lokal yang mereka miliki, dan bisa memanfaatkannya secara maksimal.

Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara



## RIWAYAT HIDUP



Ni Putu Sthira Sattwika Dewi lahir di Denpasar pada tanggal 05 November 2003. Penulis lahir sebagai anak pertama dari I Putu Eka Adi Perdana dan Ni Kadek Meirnawaty. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Kini penulis beralamat di Jalan Mataram gang Arjuna No 6 Kuta, Kabupaten Badung, Provinsi

Bali. Penulis menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SDK SOVERDI TUBAN tahun 2015. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Kuta tahun 2018. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 2 Kuta tahun 2021. Setelah lulus SMA, penulis melanjutkan Pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Pendidikan Ganesha. Sampai pada tahap penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Penulis telah menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Buleleng (Studi Kasus Pada Usaha Kain Tenun “Bali Dewi’ Di Singaraja)”.  
