

PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN WEB DAN BROSUR BAGI KELOMPOK UKM KAYU UKIR DESA SESELA

Terasne¹, Dira Permana², Ahmad Hanan³, Sudirman⁴ Baiq Sumarni⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas, Budaya, Manajemen, dan Bisnis, UNDIKMA

Corresponding Autor: terasne@undikma.ac.id

Abstrak: Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk melatih kelompok UKM Kayu Ukir membuat Konten Web dan Brosur di Desa Sesela. Mitra dalam kegiatan ini Ketua Kelompok UKM Ukir Kayu Desa Sesela. Adapun Metode pelaksanaan yang digunakan dalam upaya mencapai tujuan dalam program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah melalui 3 tahap yaitu: observasi, persiapan dan evaluasi. Hasil dari kegiatan ini adalah 1) Kelompok UKM Kayu Ukir zakira art shop desa Selsela dapat memahami manfaat konten web dan brosur terhadap perhatian konsumen 2) Kelompok UKM Kayu Ukir zakira art shop dapat membuat sendiri konten web dan brosur walaupun masih dalam bentuk yang sederhana dan masih membutuhkan pendampingan. Pelatihan ini dapat dikatakan sukses dimana para perajin sangat mengharapkan program tindak lanjut. Adapun program lanjutan yang akan dilakukan meliputi: melakukan pemasaran produk kerajinan melalui website berbahasa Inggris yang telah disiapkan agar semakin diminati oleh konsumen baik dari dalam negeri maupun mancanegara.

Kata Kunci: Konten web dan brosur, UKM, Kayu Ukir, Sesela

Abstract: This Community Service Program (PKM) aims to train the Wood Carving UKM group to create Web Content and Brochures in Sesela Village. The partner in this activity is the Chair of the Sesela Village Wood Carving UKM Group. The implementation method used in an effort to achieve the goals in this Community Service activity program was through 3 stages, namely: observation, preparation and evaluation. The results of this activity are 1) the zakir art shop UKM group in Selsela village can understand the benefits of web content and brochures on consumer attention 2) The zakira art shop wood carving UKM group can create their own web content and brochures even though they are still in a simple form and still need assistance. This training can be said to be a success where the craftsmen really expect a follow-up program. The follow-up programs that will be carried out include: marketing handicraft products through an English-language website that has been prepared to make it more attractive to consumers both domestically and abroad.

Keywords: Web content and brochures, Wood Carving, UKM, Sesela village.

PENDAHULUAN

Desa Sesela berada di Kecamatan Gunungsari, Lombok Barat. Desa ini merupakan salah satu desa yang dikenal sebagai Desa Sentra Pengrajin kayu ukir. Masyarakat di desa ini sebagian besar berprofesi sebagai pedagang, petani dan ada yang berprofesi sebagai pengerajin cukli dan kayu ukir. Para perajin kayu di desa ini sangat terampil mengolah berbagai produk karya seni bernilai tinggi. Produk barang kerajinan yang berbahan dasar kayu mahoni dan kayau jati emas adalah yang paling terkenal dan sangat diminati dan oleh para konsumen. Berikut beberapa contoh produk hasil kerajinan kayu, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. I set meja tamu



Gambar 2. I set meja makan

Kurniansah, R., dkk (2020) mengatakan bahwa salah satu produk seni yang paling terkenal adalah kerajinan cukli yang berbentuk meja, kursi, almari, asbak, dan topeng. Produk kerajinan yang dihasilkan masyarakat juga mempunyai kualitas yang baik, tetapi kerajinan ini belum mampu berkembang lebih luas serta belum mampu menembus pasar yang lebih luas. Wahmuda, F., & Hidayat, M. J. (2019). Mengatakan bahwa kerajinan belum mampu berkembang lebih luas hal ini disebabkan keterbatasan media dalam pengenalan produk mereka disebabkan akses daerah industri yang masih belum terjangkau.

Adapun barang hasil kerajinan dipasarkan melalui pasar Seni Desa Sesela yang berada di desa setempat. Selain itu, barang hasil kerajinan yang telah jadi juga dipasarkan melalui media *online*. Pada Maryono, D., Subiyantoro, S., & Susilaningih, S. (2019). Pemasaran *online* saat ini merupakan salah satu bagian terpenting dalam unit usaha, yang tidak kalah penting dari unit produksi itu sendiri. Hal demikian terjadi sesuai dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat termasuk *internet* ternyata membawa dampak yang besar bagi segala aspek, termasuk dalam dunia bisnis dan pemasaran. Hal ini senada dengan apa yang dikemukakan oleh Ahmadi, F., dkk (2018) bahwa saat ini perusahaan atau perorangan memanfaatkan internet sebagai media pemasaran dan bisnis. Hal demikian dialami oleh para perajin yang berdomisili di desa Sesela salah satunya Muzakir salah seorang perajin sekaligus pemilik UKM Kayu Ukir “Zakir Art Shop” memaparkan bahwa saat ini para perajin desa Sesela, untuk memasarkan barang produk hasil kerajinan mereka secara langsung melalui *Jual beli Onlile (JBO)* salah satunya melalui *facebook*, di *market place* Group Jual Beli Online Lombok. Ketika beberapa *costumer* dan *reseller* minta kami untuk dikirimkan *brosur* beserta *link website* akan tetapi permintaan dari *costumer* tersebut tidak dapat dipenuhi karena kami belum memiliki brosur dan website di internet. Keterbatasan pengetahuan para perajin dalam membuat sebuah konten *web* di *internet* membuat mereka kerap kali merasa kesulitan memperomosisikan produk hasil kerajinan dan samapai dengan saat ini mereka tidak dapat memenuhi permintaan ketika diminta oleh *costumer*. Sehingga kemampuan dan keterampilan mereka dalam membuat *web* harus dilatih. Sebagaimana yang disampaikan oleh Windari, R. A., & Andiani, N. D. (2018). Pelatihan pembuatan media promosi baik brosur atau website, sehingga memudahkan dalam kegiatan pemasaran. Seperti diketahui bahwa Produk kerajinan tangan ini adalah menjadi salah satu sumber pendapatan bagi masyarakat desa Sesela dan bahkan pendapatan daerah yang cukup dikenal secara regional bahkan internasional, maka sudah saatnya bagi instansi pemerintah maupun swasta yang terkait untuk mengambil langkah- langkah

konstruktif dan tepat untuk ikut serta dalam membangun dan mengembangkan potensi tersebut agar dapat membantu meningkatkan taraf hidup serta kualitas sumber daya manusia di daerah setempat.

Hal ini harus dilakukan mengingat rendahnya kemampuan perajin memanfaatkan teknologi seperti *internet* yang berakibat pada rendahnya tingkat pemasaran atau daya jual *handicraft*. Desa Sesela merupakan tempat yang strategis dengan infrastruktur teknologi seperti internet dan komputer yang cukup memadai serta animo masyarakat di sekitar untuk mengembangkan kerajinan tersebut sangat tinggi dan melihat kerajinan ini sebagai tumpuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan perlu dipelihara agar harapan para pengrajin dapat mempertahankan hidup mereka bersama keluarga yang sangat perlu juga mendapat perhatian dan pelatihan pembuatan konten web untuk mempromosikan produk hasil kerajinan melalui jual beli online yang baik dan benar. Ini merupakan salah satu hambatan yang dihadapi oleh para perajin sebagai pelaku seni ketika mereka menjual barang kerajinan mengingat para konsumen tidak hanya pembeli lokal tapi juga dari mancanegara yang biasanya meminta untuk dikirimkan *link website* para pengrajin seni. Arbainah, S. (2014). Pemasaran harus dirancang berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Di era Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), informasi melalui internet sudah menjadi kebutuhan konsumen.

Kondisi ini menginspirasi tim PKM yaitu dosen Undikma untuk melaksanakan program kegiatan pelatihan pembuatan konten web sebagai sarana promosi produk hasil kerajinan bagi perajin di Desa Sesela. *World Wide Web (www)* sebuah sistem untuk mengirimkan dan menyebarkan data melalui jaringan internet pada skala yang besar keseluruh penjuru dunia. Sifat interaktif *web* dapat menjadi sarana yang efektif untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan jika web digunakan dengan benar. Kehadiran internet ternyata membawa dampak positif bagi perkembangan usaha untuk memperkenalkan dan menginformasikan produk serta manfaat yang dimilikinya. Kharisma, B. (2020). Menerangkan bahwa adanya penggunaan media internet untuk menyebarkan informasi akan lebih cepat dan jangkauannya lebih luas dalam meningkatkan penjualan dan pemasaran produk. Sedangkan pada Sukarni, S., dkk (2020) media internet adalah salah satu media informasi produk yang mudah namun tetap komunikatif menjadi solusi bagi UKM melakukan promosi. Hal ini terbukti pada UKM di Lombok yang telah berhasil memanfaatkan fasilitas internet untuk memperkenalkan produk mereka kepada wisatawan atau pada kepada dunia, seperti usaha kerajinan songket desa Sukerara, Kabupaten Lombok tengah. Menurut Latif, A., & Pare, S. (2017). Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan suatu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dengan adanya kegiatan pelatihan ini diharapkan para pengrajin seni kayu ukir dapat meningkatkan kreatifitas dalam melakukan promosi produk kerajinan seni dan kesejahteraan para pengrajin kayu ukir di daerah desa Sesela.

METODE PENGABDIAN

Adapun Metode pelaksanaan yang digunakan dalam upaya mencapai tujuan dalam program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah melalui 3 tahap yaitu: persiapan, pelaksanaan dan evaluasi.

1. Observasi

- a. Observasi, sekaligus sebagai survey awal untuk mengetahui dan mengidentifikasi kondisi permasalahan yang dihadapi mitra guna

menpersiapkan kebutuhan pelaksanaan kegiatan, persiapan kegiatan dilaksanakan bersama-sama dengan mitra yaitu kelompok UKM Kayu Ukir “*Zakir Art Shop*” desa Sesela.

- b. Sosialisasi, memberikan informasi kepada mitra sebagai bentuk penguatan komitmen untuk mensukseskan kegiatan. Tim pelaksana memberikan informasi pemahaman tentang arti pentingnya *website* dan *brosur* di era digital untuk mempromosikan usaha.

2. Persiapan

Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menyiapkan kebutuhan pelaksanaan kegiatan bersama-sama dengan mitra yang terdiri dari beberapa tahapan: 1) persiapan materi *brosur* dan *konten web* dan 2) prosedur pelaksanaan kegiatan pelatihan.

3. Evaluasi

Evaluasi, dilaksanakan secara bersama oleh tim bersama dengan mitra terhadap pelaksanaan pembuatan brosur dan web mulai dari persiapan sampai diselesaikannya *konten web* dan *brosur* produk kelompok UKM Kayu Ukir “*Zakir Art Shop*”.

HASIL PENGABDIAN

Pada awal kegiatan, tim pelaksana program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berupa pelatihan pembuatan *konten web* dan *brosur*, memberikan informasi kepada mitra guna penguatan komitmen untuk mensukseskan kegiatan. Tim juga memberikan informasi pemahaman tentang arti pentingnya *website* dan *brosur* di era digital untuk mempromosikan usaha. Selain itu, sosialisasi dilaksanakan agar mitra mengetahui tujuan dilaksanakannya kegiatan dan manfaat media sebagai wahana promosi baik itu media offline dan online. Dari kegiatan sosialisasi tersebut, saat ini kelompok UKM Kayu Ukir “*Zakir Art Shop*” memiliki gambaran tentang manfaat *web* dan *brosur* produk sebagai media promosi yang akan memudahkan konsumen dalam melihat proses dan detail produk. Selanjutnya yaitu persiapan pelaksanaan kegiatan pelatihan, tim dan mitra terlebih dahulu secara bersama mengumpulkan materi untuk dijadikan bahan *brosur* pada *konten web*. Brosur dan web yang dibuat berisi hasil produksi mitra terutama kayu ukir yang diberikan motif *cukli* yang menjadi ciri khas kerajinan desa setempat dan produk-produk lainnya yang diproduksi dan dijual oleh UKM Ukir Kayu di desa Sesela. Motif-motif ukir dan kerajinan lainnya yang akan ditampilkan dalam brosur dan web contohnya seperti: *Alemari*, *1 set Meja tamu*, *1 set meja makan*, dan *kaligrafi Arab*. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini



Selain motif, terdapat juga deskripsi singkat tentang bahan dasar atau kayu yang digunakan pada pembuatan kerajinan seperti bahan dasar untuk meubel dan furniture yang paling diminati saat ini yaitu yang berbahan dasar kayu Jati emas dan Mahoni dideskripsikan secara singkat dan jelas. Sedangkan untuk warna khas hanya terdapat warna hitam pekat dan merah hati. Untuk ukuran, berat barang dapat dilihat pada brosur, terdapat juga kontak person atau nomor handphone yang bisa dihubungi 24 jam, calon konsumen dapat langsung menghubungi pemilik (owner). Pada pojok brosur juga terdapat *space* untuk even-even tertentu seperti untuk penyelenggaraan pameran dalam rangka promosi produk kerajinan, dan yang tidak kalah pentingnya pada brosur ini tercantum hari, jam tanggal promo tersebut akan diadakan. Dicantumkan juga jam waktu buka dan jam tutup dan serta peta lokasi atau alamat juga tercantum pada brosur tersebut. Dan taklah penting adalah pencatuman alamat email dan alamat website. Adapun *design* brosur dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 02. Brosur “Zakir Art Shop”



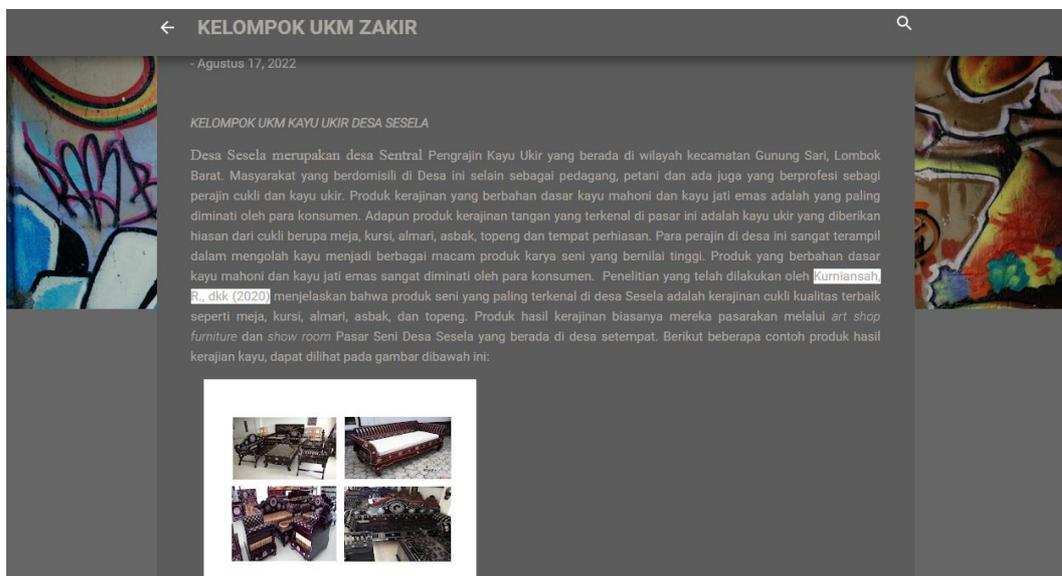
Saat ini keberadaan *web* dan *brosur* yang dimiliki UKM kayu Ukir “Zakir Art Shop” menjadi representasi produk pemilik dan perajin kayu ukir dalam memaksimalkan hasil produksi sehingga minat konsumen melihat keseluruhan proses produk dapat ditampilkan melalui *website* dan brosur sebagai media online. Informasi inilah yang dihimpun oleh tim kemudian dituangkan dalam perwujudan *brosur* dan *web*, informasi tentang ragam motif-motif yang diterapkan dan proses pembuatan kerajinan serta penambahan motif dengan cukli yang bersegi tiga warna perak serta penerapan histori motif kearifan lokal Sasak akan menjadi ilmu pengetahuan yang baik dalam mengetahui bahan dan suber bahan cukli yang digunakan dalam penggunaan meubel dan furnitur sehingga konsumen bisa memilah mana yang cocok untuk penerapan pemakaiannya terutama furniture. Demikian pula dengan jenis dan nama motif seperti, *Bale Balak*, *Gunung Rinjani*, *Wayang*, *Tanaman Daun Kangkung*, *Ranting Pohon* dan *Kaligrafi Arab*, dan sebagian besar nama dan ragam lainnya. Melalui penerapan penamaan dan ragam motif pada setiap produk, upaya perwujudan brosur melalui informasi mitra memudahkan desain pada brosur yang memungkinkan semua informasi-informasi terkait dengan produk dapat dihimpun dalam *website*. Informasi yang dihimpun melalui diskusi pengambilan gambar dan diskusi dan wawancara langsung dan lainnya terkait dengan produksi setiap bentuk proses dan hasil menjadi kemudahan dalam menentukan tata letak dan desain konten web.

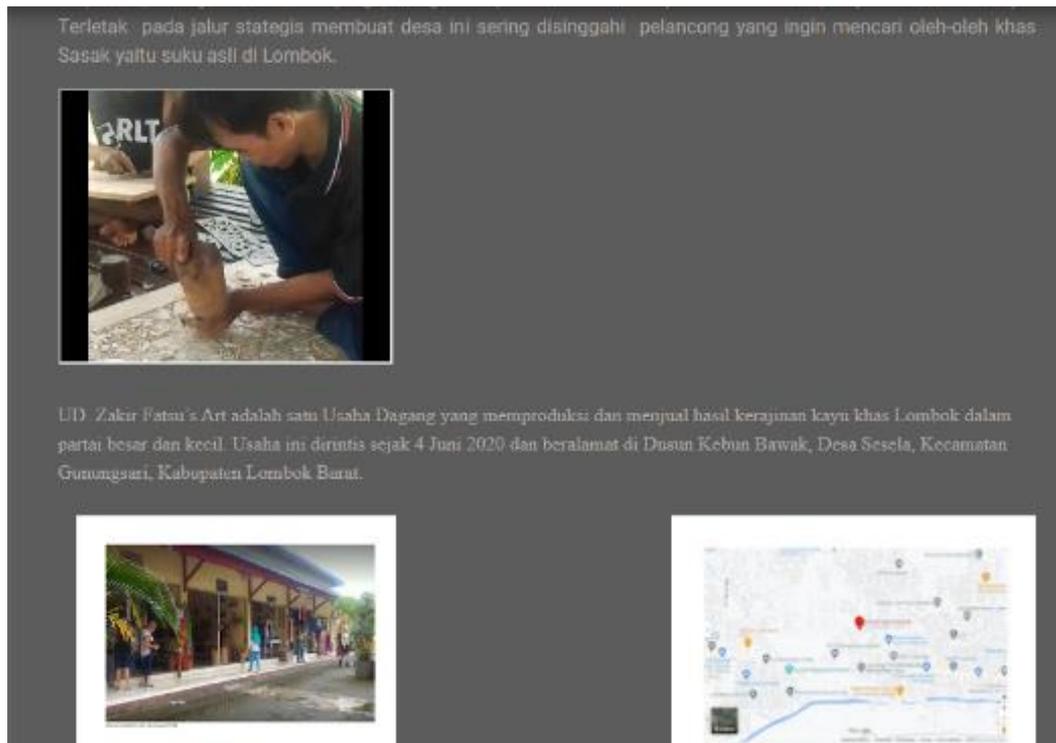
Proses pembuatan konten web dan berosur ditentukan dari hasil diskusi dengan sumber produk yaitu pemilik dan perajin dalam menentukan bentuk dan fungsi brosur

sebagai media promosi yang baik. Web dan brosur prouduk menjadi informasi menarik yang diinformasikan langsung oleh pemilik dengan kelebihan-kelebihan produknya, baik itu proses, kreatifitas produk, pendukung dan kelebihan-kelebihan lainnya. Melalui proses tersebut, pemahaman dibentuknya web dan brosur sebagai media promosi sangat membantu semua aspek dalam menentukan arah pasar. Informasi yang diberikan pemilik dan para anggota sosialisasi memaksimalkan bentuk desain brosur dalam menentukan kecenderungan model dan bentuk brosur terhadap konsumen serta bagaimana membuat brosur yang baik dan efisien dalam menentukan minat konsumen. Peran serta mitra dalam perwujudan konten web dan brosur selain dari informasi yang diberikan langsung oleh pemilik dan para perajin, informasi letak wilayah yang strategis menjadi pendukung keberadaan *Zakir Art Shop* kebreaadaan lokasi yang memadai akan memudahkan konsumen dalam kunjungan mereka mengetahui informasi produk.

Pelatihan pembuatan konten web dan brosur bagi UKM Ukir Kayu desa Sesela bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan kelompok UKM Kayu Ukir dalam operasionalisasi internet (*website*) dan manfaat menggunakan brosur dan prosedur untuk kepentingan komersial seperti menjual produk, baik produk hardware maupun software. Ciri paling jelas web tersebut adalah adanya galeri produk yang akan dijual serta proses pembayaran yang dapat langsung diproses secara online. Oleh karena demikain prosedur pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh tim pelaksana sesuai rencana pembuatan *website* dan brosur secara bersama-sama serta pendampingan dalam pembuatan/peng-*upload*-an informasi produk hasil kerajinan lainnya di internet dan brosur usaha kerajinan. Adapun design website dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 03. Tampilan konten web <https://kelompokukmzakirfatsu.blogspot.com>





UD “Zakir Art Shop” saat ini telah memiliki sebuah [website https://kelompokmzakirfatsu.blogspot.com](https://kelompokmzakirfatsu.blogspot.com) secara langsung untuk usaha yang mereka jalankan. Sebuah website untuk produk kerajinan yang mereka tawarkan, setelah mereka mendapatkan pelatihan yang didampingi oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) para perajin dapat mengetahui manfaat dari website itu sendiri seperti untuk perkembangan dan keberlangsungan usahanya. Pada dasarnya mereka (para perajin) melek internet dan telah berpikir untuk meng-online-kan usahanya. Bahkan sebelumnya mereka sudah menjalankan usahanya secara online baik itu menggunakan media sosial seperti facebook dan WhattsApp, akan tetapi banyak calon konsumen yang memintanya untuk membuat sebuah website dengan memanfaatkan penggunaan internet untuk mempromisikan hasil kerajinan agar supaya calon konsumen dapat mencari produk atau jasa yang mereka butuhkan. Oleh karena demikian saat ini UD “Zakir Art Shop” usaha kerajina merka dapat dikatakan mengalami peningkatan dengan keberadaan website. Karena konsumen dan calaon mereka dapat menilai bahwa usaha anda benar-benar ada. UD. Zakir arts saat Ini dengan mudah memperbarui informasi produk yang mereka tawarkan Misal ketika mereka ingin mempromosikan produk baru yang mereka miliki, mereka tinggal menampilkan informasi tentang produk tersebut di website dan memberitahukannya kepada para pelanggan Anda dan mereka bisa melihatnya langsung di website. Mereka tidak perlu keluar banyak uang untuk mencetak brosur, leaflet, spanduk dan lain sebagainya untuk memberitahu pelanggan mereka keberadaan produk atau promosi terbarunya, dalam beberapa bulan terakhir usaha semakin besar potensi keuntungan yang mereka dapatkan. Misal gini, jika saat ini usaha tidak hanya dikenal dilingkungan sekitar. Dengan bantuan dan keberadaan website yang bisa diakses di seluruh Indonesia bahkan dunia produk mereka bisa dikenal olah masyarakat luas secara online. Dengan website, mereka bisa menampilkan brosur produk dan video proses pembuatan berbagai macam kerajinanm dari awal sampai akhir, sehingga bisa diketahui oleh konsumen dan calon konsumen mereka

secara online tentunya. Hal ini tentunya memudahkan mereka dalam menawarkan dan mempromosikan produk dan jasa yang mereka miliki. Website bekerja untuk usaha mereka 24 Jam, bahkan ketika mereka sedang berlibur sekalipun untuk menjangkau lebih banyak calon konsumen.

KESIMPULAN

Laporan akhir ini disusun untuk memberikan gambaran yang jelas tentang pelaksanaan kegiatan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang telah dilaksanakan oleh tim yaitu dosen Undikma pada UKM Kayu Ukir Desa “ Zakir Arts Shop” Sesela Kecamatan Gunungsari, Kabupaten Lombok Barat sebagai mitra pengabdian pada Masyarakat Berdasarkan hasil evaluasi, dapat diketahui bahwa peningkatan pengetahuan peserta tentang manfaat media sebagai wahana promosi online sangat baik dan pengetahuan tentang tatacara pembuatan konten web dan dan brosur dapat dikatakan sangat baik juga. Hal ini dapat dilihat dari hasil mereka membuat brosur walaupun masih sangat sederhana dan masih membutuhkan pendampingan sampai mampu *upload* sendiri. Berbekal dengan peralatan seadanya seperti laptop dan kuota internet yang sangat terbatas akan tetapi rata-rata para perajin sangat mengharapkan program tindak lanjut. Adapun program lanjutan yang akan dilakukan meliputi: melakukan pemasaran produk kerajinan melalui website berbahasa Inggris yang telah disiapkan agar semakin diminati oleh konsumen baik dari dalam negeri maupun mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, F., Sunyoto, S., & Ardiansari, A. (2018). Pengaruh Perdagangan Online Terhadap Perilaku Masyarakat Kota Semarang. *Jurnal Riptek*, 12 (2), 107-118.
- Arbainah, S. (2014). Pemasaran bersama berbasis ICT sebagai media promosi alternatif bagi UMKM desa wisata. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Perbankan Indonesia*, 22 (2).
- Kurniansah, R., Resmayani, N., Murianto, M., Masyhudi, L. and Wirawan, I. (2020) “PKMS Kelompok Usaha Pasar Seni Desa Sesela Kabupaten Lombok Barat”, *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9 (1), pp. 119-124. Doi: 10.47492/jih.v9i1.158.
- Kharisma, B. (2020). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam pemanfaatan internet: studi kasus di desa babakan puteuy, kecamatan cicalengka kabupaten bandung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 9 (03).
- Latif, A., & Pare, S. (2017). Pemanfaatan e-Commerce Untuk Membantu Pemasaran dan Penjualan Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) Kerajinan Khas Masyarakat Asli Papua Di Merauke. *Mustek Anim Ha*, 6 (2), 116-126.
- Maryono, D., Subiyantoro, S., & Susilaningsih, S. (2019). Profil Pemasaran Online Usaha Kerajinan Topeng Dan Kayu Batik Desa Bobung Gunungkidul. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 10(2), 87-98.
- Sukarni, S., Munawaroh, P. A., Mahroni, L. A., Zulkarnaen, L. P., & Rohmayadi, R. (2020). Pembuatan Media Informasi Songket Lombok Produksi UD. Undur Pasang. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 2 (3), 127-133.

- Wahmuda, F., & Hidayat, M. J. (2019). Redesain Logo dan Media Promosi sebagai Citra Produk Kerajinan Ketanen Industri Kreatif–Kabupaten Gresik. *PANTUN*, 3(2).
- Windari, R. A., & Andiani, N. D. (2018). IbM Kelompok Pengrajin Ata Kabupaten karangasem. *Widya Laksana*, 7(2), 182-191.