

Pelatihan Pemanfaatan *Web-product Profilling* Sebagai Media Pemasaran Pada UKM Keris Bali

¹Ni Luh Putri Srinadi, ²Gde Putra Dananjaya, dan ³Wayan Setiawan

^{1,2,3}Program Studi Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Email: ¹putri@stikom-bali.ac.id, ²putra_dananjaya@stikom-bali.ac.id, ³wayan.setiawan98@gmail.com

ABSTRAK

Keris merupakan salah satu warisan budaya yang sangat dikenal oleh masyarakat luas sebagai warisan budaya asli Indonesia. Sebagai salah satu warisan budaya dari sekian banyak warisan budaya yang dimiliki oleh Indonesia, Keris patut untuk dilestarikan. Salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang bergerak di kerajinan Keris adalah UKM Keris Bali. Permasalahan yang dihadapi oleh UKM Keris Bali adalah pemasaran, saat ini pemasaran yang masih belum optimal dan masih manual. Proses penjualan dan penawaran produk keris, saat ini dilakukan dengan cara mengirimkan ke beberapa *artshop* terdekat dan pengiriman foto melalui aplikasi *WhatsApp*. Untuk membantu pemasaran di UKM maka diusulkan kegiatan pelatihan pemanfaatan *website* pada UKM Keris Bali melalui program kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pengelolaan konten *website* yang digunakan sebagai media pemasaran dan bertujuan untuk memasarkan produk dari UKM kepada masyarakat luas. Kegiatan yang telah dilakukan juga memiliki manfaat bagi UKM untuk memiliki pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi informasi yaitu media pemasaran *website*. Hasilnya adalah sebuah produk tepat guna yaitu *website* profiling dan kemampuan pengelolaan konten dari *website* UKM Keris Bali.

Kata kunci: Keris, *website*, pemasaran, *product profiling*, *e-commerce*.

ABSTRACT

Keris is a well known Indonesian cultural heritage. One of many cultural heritages owned by Indonesia, the Keris, highly deserved to be preserved. One of the Small and Medium Enterprises (SMEs) engaged in Keris handicraft is, Keris Bali SME. The obstacles faced by Keris Bali SME is marketing which the marketing is still less optimal and operated manually. The process of selling and offering keris products is currently done by sending it to the nearest art shop and photos sending through WhatsApp application. To improve selling product, it is suggested that website training activities at Keris Bali SME can be done through community service program. This activity aims to provide training on website content management, which is used as a marketing that aims to market products from UKM to the citizen. The carried out activities also have benefits for SME to have knowledge in the implementation of information technology, namely website product profiling. It resulted an effective product such as website profiling and content management capabilities of the Keris Bali SME's website.

Keywords: *keris, website, marketing, product profiling, e-commerce.*

PENDAHULUAN

Keris adalah salah satu warisan budaya di Indonesia yang cukup dikenal oleh masyarakat luas dan telah terdaftar sebagai warisan budaya Indonesia asli di UNESCO (Hardoyo, 2020). Bali adalah salah satu daerah yang memiliki warisan budaya Keris dan memiliki ciri tersendiri dibandingkan keris dari daerah lainnya

(Eveline CS., 2008). Hingga saat ini, keris masih digunakan oleh masyarakat Bali pada acara keagamaan atau acara tertentu dan merupakan salah satu simbol dari pelaksanaan kegiatan adat. Ini membuktikan bahwa keris masih memiliki peran penting sebagai warisan budaya dan adat yang perlu dilestarikan. Disisi lain yang menjadi permasalahan adalah jumlah pengrajin keris yang ada di Bali tidak

banyak dan beberapa pengrajin keris telah banyak yang beralih profesi.

Salah satu pengrajin keris di Bali, yaitu UKM Keris Bali dipilih sebagai mitra dalam usulan kegiatan pengabdian masyarakat. UKM ini beralamat di Jl. Raya Batuan no. 12 Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar-Bali. UKM Keris Bali memulai usahanya sejak tahun 2005. UKM ini memproduksi keris dan menjual peralatan aksesoris keris seperti tempat pajang keris, sarung keris, dan hiasan gabang keris.



Gambar 1 Produk UKM Keris Bali

UKM ini memiliki 4 pekerja dalam usahanya, dan jenis keris yang diproduksi adalah keris untuk ritual atau upacara dan keris hiasan. Keris ritual biasanya diproduksi sejumlah 2 buah dalam satu bulan dan keris hiasan yang biasanya digunakan sebagai cinderamata atau pajangan sebanyak 25 – 30 buah dalam satu bulan. Keris ritual biasanya dijual dengan harga Rp. 50.000.000 s/d Rp. 75.000.000 per keris dan keris hiasan berkisar Rp. 350.000 s/d Rp. 500.000 per keris. Bahan baku keris didapatkan di beberapa tempat seperti besi berasal dari madura dengan pembelian bahan minimal 1 ton dan kayu berasal dari daerah Bali dan Lombok. Beberapa alat produksi yang digunakan oleh oleh pekerja pada UKM Keris Bali antara lain adalah palu, gerindra, pahat, asah besi, dan beberapa alat perkakas pemotong kayu. Untuk jenis keris ritual khusus pembuatan dalam bahan emas, biasanya bekerjasama dengan beberapa pengrajin emas /perak.

Permasalahan yang dihadapi oleh UKM Keris Bali adalah pemasaran. Dari sosialisasi yang dilakukan pemilik UKM yaitu Bapak I Made Sabar menyampaikan bahwasannya saat ini pemasaran yang masih belum optimal dan masih manual. Proses penjualan dan penawaran produk keris, saat ini dilakukan

dengan cara mengirimkan ke beberapa artshop terdekat dan pengiriman foto melalui aplikasi whatsapp.

Tabel 1. Analisis Situasi

No	Bidang	Permasalahan
1	Pemasaran	Pemasaran dilakukan manual dan belum optimal.
2	Penjualan produk	Penjualan bergantung pada distributor (artshop)
3	Kompetensi SDM (tenaga kerja di UKM)	Tenaga kerja belum mengerti informasi mengenai e-commerce

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

Berdasarkan pada permasalahan yang dihadapi oleh UKM Keris Bali, maka solusi yang ditawarkan adalah berdasarkan bidang permasalahan. Bidang permasalahan pemasaran ditawarkan solusi: peningkatan teknik pemasaran melalui pengenalan produk profiling. Bidang permasalahan penjualan produk ditawarkan solusi: Peningkatan teknik penjualan produk melalui pemanfaatan *website* e-commerce, dan bidang permasalahan kompetensi SDM (tenaga kerja di UKM) ditawarkan solusi: kegiatan pelatihan penggunaan e-commerce.

Target Luaran

Target luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah adanya produk teknologi tepat guna. Produk yang dimaksud adalah berupa *website* yang berisi fitur *product profiling* dan memiliki fitur penjualan yang dikenal dengan *e-commerce*.

METODE PELAKSANAAN

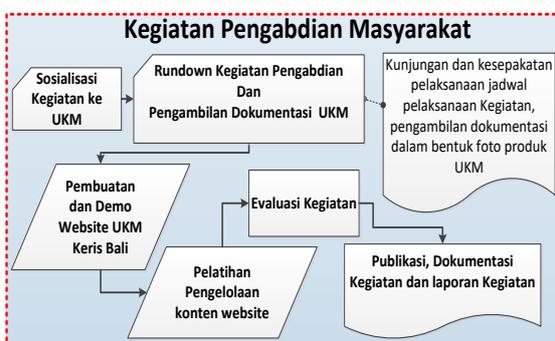
Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini adalah **Substitusi Ipteks**: dimana kegiatan pengabdian yang dilakukan menawarkan ipteks baru yang lebih modern dan efisien daripada ipteks lama. Ipteks yang dimaksud adalah implementasi dari teknologi tepat guna yaitu *website* yang berisi fitur

product profiling dan memiliki fitur penjualan yang dikenal dengan *e-commerce*. Metode kedua yang digunakan pada kegiatan pengabdian yang dilakukan adalah **Pelatihan**: dimana dilakukan pelatihan kepada UKM Keris Bali untuk mengelola produk teknologi tepat guna yaitu *website* UKM Keris Bali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan, memiliki tahap pelaksanaan. Tahap pelaksanaan ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Tahapan pelaksanaan kegiatan

a. Sosialisasi Kegiatan Pengabdian

Sosialisasi kegiatan adalah kegiatan dilakukan ke UKM yang bertujuan untuk menganalisis situasi, pemetaan permasalahan dan diskusi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh UKM Keris Bali.

b. Rundown Kegiatan dan Pengambilan Dokumentasi Foto Produk UKM

Kegiatan ini mengunjungi UKM untuk menginformasikan hasil penerimaan usulan kegiatan pengabdian. Pada kegiatan ini, dilakukan diskusi tentang kesepakatan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dan menginformasikan tentang rencana kegiatan yang akan dilaksanakan. Selain itu dilakukan juga pengambilan dokumentasi dalam bentuk foto terhadap produk UKM yaitu keris untuk di siapkan dalam rancangan media web *E-commerce*.

c. Pembuatan dan Demo Website UKM Keris Bali

Kegiatan ini adalah proses demonstrasi desain *website marketing online* UKM. Pada kegiatan ini pelaksana kegiatan

mengenalkan fitur dari *website* yang dibuat. Pelaksana menjelaskan setiap fitur dan fungsi setiap laman *website*. Fitur yang dikenalkan antara lain fitur admin yang memiliki fungsi sebagai pengelola konten *website* dengan fitur penambahan, perubahan dan penghapusan konten informasi dalam web. Konten web yang dimaksud adalah gambar produk keris dari UKM dan deskripsi produk keris. Fitur *viewer* yang berfungsi sebagai laman yang dapat diakses oleh *user* umum yaitu masyarakat atau pembeli dari produk keris. Masyarakat atau pembeli dapat melihat deskripsi UKM pada laman *Home* yang berisi foto produk, laman *gallery* untuk produk detail dan harga, *contact us* untuk informasi kontak UKM dan laman *about* untuk deskripsi atau profil UKM Keris Bali.

d. Pelatihan Pengelolaan Konten Website

Pelatihan pengelolaan konten *website* merupakan kegiatan pelatihan pengelolaan konten informasi dari *website* UKM Keris Bali, berupa unggah dan unduh foto produk, hingga pengelolaan konten informasi dalam *website*. Penggunaan komputer dalam kegiatan pengabdian sejumlah 4 laptop yang terdiri dari 1 laptop pemilik UKM, 1 laptop ketua pengusul, 1 laptop anggota pengusul dari dosen, dan 1 laptop anggota dari mahasiswa. Pada saat pelatihan, *flashdisk* jenis OTG digunakan untuk menyimpal file konten dan penyimpanan foto produk atau *gallery* dari UKM. Modem digunakan untuk media konektivitas perangkat laptop atau smartphone ke internet. LCD diperlukan untuk memudahkan penjelasan dan pelatihan pengelolaan konten web yang diikuti oleh peserta pelatihan yaitu 3 - 4 pekerja. Sehingga satu pendiri sebagai presenter yang bertugas menjelaskan materi dan anggota pendiri mendampingi dan mengikuti slide presentasi. Target kegiatan pengabdian pada kegiatan I adalah kemampuan dan kompetensi UKM dalam pengelolaan konten web *e-commerce*.

e. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh tingkat

pemahaman terhadap kegiatan pelatihan yang diberikan. Apabila dirasa perlu, maka pelatihan dapat dilakukan lebih dari satu kali saat kunjungan berikutnya sebelum proses evaluasi kegiatan pengabdian berakhir.

- f. Publikasi, Dokumentasi dan Laporan Kegiatan Pengabdian Masyarakat
 Publikasi dilakukan dengan membuat artikel pengabdian untuk dipublikasikan pada jurnal. Dokumentasi kegiatan dilakukan dalam bentuk dokumen foto

selama kegiatan berlangsung. Laporan Kegiatan merupakan laporan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan selama jangka waktu pelaksanaan kegiatan

B. Agenda Kegiatan Pengabdian

Kegiatan penyuluhan pengabdian masyarakat dilakukan di UKM mitra Keris Bali dapat ditunjukkan pada agenda kegiatan yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Agenda Kegiatan

No	Tanggal	Acara	Durasi
1.	7 Oktober 2019	Sosialisasi kegiatan Pengabdian Masyarakat dan analisa situasi keadaan di UKM Keris Bali	90 Menit
2.	30 Nopember 2019	Sosialisasi kegiatan pengabdian masyarakat berupa informasi rencana kegiatan	60 Menit
3.	15 Januari 2020	Pelaksanaan Pelatihan Kegiatan Pengabdian Masyarakat <ul style="list-style-type: none"> • Acara Pembukaan kegiatan (non-formal) 10 Menit • Pengenalan dasar pemasaran secara online dan dasar implementasi <i>website</i>. 30 menit • Pelatihan pengelolaan konten berupa insert, upload produk. 120 menit • Diskusi dan Tanya jawab dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat 15 menit • Penutupan kegiatan (non-formal) 5 menit 	

C. Uraian Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pada tanggal 15 Januari 2020, diawali dengan acara pembukaan. Setelah acara pembukaan yang berlangsung selama 10 menit, dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan pemanfaatan *website*. Diawal kegiatan pelatihan diberikan materi pengenalan dasar mengenai konsep, fungsi tujuan dan manfaat pemanfaatan *website*. Materi dasar yang diberikan adalah konsep pemasaran secara online yang memanfaatkan media *website*.

Materi dasar juga membahas mengenai perkembangan awal teknologi informasi yang telah berkembang hingga era saat ini. Kegiatan pelatihan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat adalah kegiatan pelatihan pengelolaan *website* pemasaran secara online dan pengelolaan

konten *website* yang berada pada laman <https://keris.lestariguwetbali.com/>.



Gambar 3 Kegiatan pelatihan

Kegiatan pengelolaan *website* dilakukan dengan mengajarkan cara pengambilan foto produk (dilakukan oleh ukm mitra). Dilanjutkan dengan mengenalkan cara mengakses laman *website*, dan cara

mengakses laman pengelola konten *website*. Pengguna *website* dari UKM mitra yang ditunjuk oleh pemilik UKM Keris Bali, diberikan akses pengelola sebagai admin sistem dan mendapatkan informasi *user* dan kata sandi sistem. Untuk memasukkan *user* dan kata sandi, pengguna mengakses laman <https://keris.lestariguwetbali.com/admin>.

Setelah admin memasukkan kepemilikan akun *website* sebagai user pengelola, maka dapat memilih fitur unggah *document* (foto produk), dan terakhir mempublikasikan (menyimpan dan publish) melalui fitur publikasi pada laman pengelolaan *website*. Pelatihan berikutnya adalah implementasi *website*, yang dilakukan tanpa panduan dari pelaksana kegiatan.

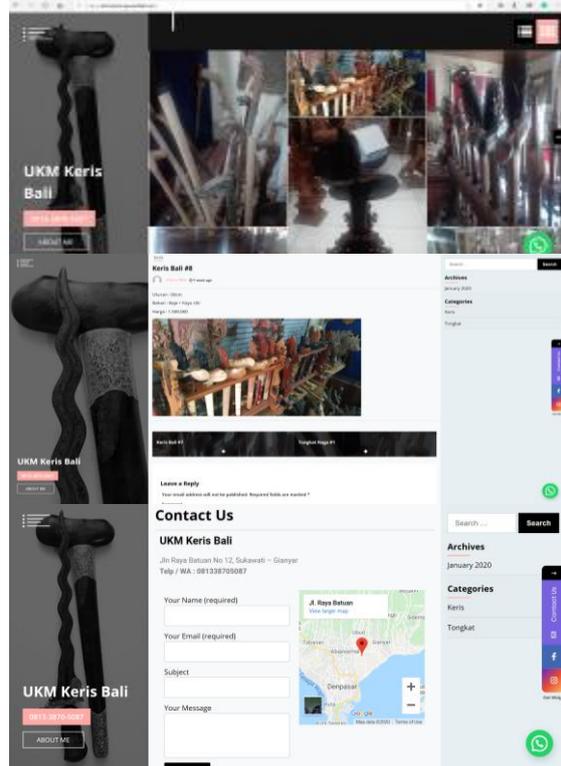


Gambar 4 Penutupan kegiatan

Luaran kegiatan dari kegiatan masyarakat yaitu penerapan teknologi tepat guna berupa *website product profiling* dari UKM Keris Bali dapat diakses pada laman <https://keris.lestariguwetbali.com/>. Hasil Produk yang dimiliki oleh UKM dapat dipublikasikan melalui fitur product UKM dan dikelola dengan baik pada *website*.

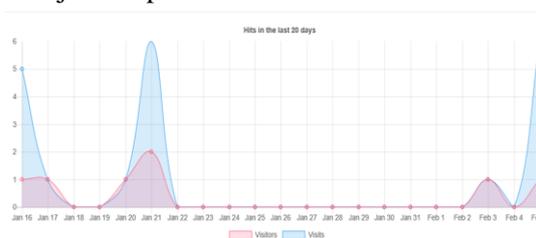
D. Produk Teknologi Tepat Guna (Website UKM Keris Bali)

Website UKM Keris Bali, berisikan profil UKM dan produk detail UKM yang dapat diakses pada laman *website*: <https://keris.lestariguwetbali.com>. *Website* memiliki laman informasi home, produk, produk detail, transaksi dan *contact us*, ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5 Website UKM Keris Bali

Setelah *website* dikelola oleh UKM, dilakukan evaluasi statistik pengunjung *website*. Hasilnya bahwa terdapat kenaikan pengunjung *website* UKM Keris Bali, yang ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 6 Statistik pengunjung *website*

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan dari hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat antara lain menunjukkan bahwa peserta kegiatan pengabdian masyarakat telah memiliki pengetahuan dan memahami mengenai konsep pengenalan pemanfaatan teknologi informasi melalui media *website* untuk pemasaran secara online. Dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan juga menunjukkan bahwa peserta kegiatan yang berasal dari UKM Keris Bali mengerti

mengenai manfaat dan tujuan dari implementasi pemasaran secara daring melalui media *website*. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan juga menunjukkan bahwa peserta kegiatan dari UKM Keris Bali pelatihan mampu mengelola *website* yang berisi pengenalan produk yang beralamat pada laman *website* <https://keris.lestariguwetbali.com/>. Hasil kegiatan pelatihan menunjukkan peserta mampu mengimplementasikan pengelolaan *website* tanpa panduan instruktur setelah kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan.

Persaingan Usaha. Comtech. Vol 1 No. 2 Desember 2010:477-492.
Strauss, Judy., Frost, Raymond. (2009). E-Marketing.(5th edition). New Jersey : Pearson Prentice Hall.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang membantu dan mendukung dalam pelaksanaan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey Dave , & Mayer Richard. (2009). Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Prentice Hall/Financial Times
- David, Fred R. (2010). Manajemen Strategis : Konsep-konsep. Edisi ke-12.PT.Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Eveline CS. (2008) 'NILAI KEINDAHAN DAN KEUNIKAN HULU KERIS BALI', *Dimensi*, 6(1), pp. 101–119. doi: <http://dx.doi.org/10.25105/dim.v6i1.1226>.
- Florentina, Marsella. (2009). Analisa dan perancangan E-Marketing pada Omega optik. Binus University. Jakarta.
- Gary Armstrong, Wong Veronica, Philip Kotler, & John Saunders. (2008). Principles of Marketing. Pearson Education Limited.
- Hardoyo, A. B. (2020) 'Sunggingan Artifact Project on Javanese Keris of Surakarta Gayaman Warangka', 391, pp. 96–99. doi: 10.2991/assehr.k.200108.021.
- Hoffman, Douglas., Bateson, John (2006). Service Marketing : Concepts, Strategies, & Cases. (3rd edirion). United States of America : Thomson South Western.
- Rudy. (2008). Perancangan E-Marketing pada PT. JEAH nutuk Memenangkan