

WORKSHOP PELATIHAN PEMBUATAN *WEBSITE* DAN *CONTENT* BAGI PENGELOLA DAN ANGGOTA KOPERASI KAMPUNG LUKIS SANGKRAH.

Makmun Syaifudin, Jahid Syaifullah

Abstrak

Pelukis kain di kampung lukis sangkrah sebagai pelaku UMKM belum mampu memaksimalkan pemasarannya melalui internet maupun media sosial. Hal tersebut terlihat dari model penjualan yang dilakukan masih dengan cara yang konvensional seperti dari mulut ke mulut dan pemesanan secara *offline*. Penulis mengadakan workshop pelatihan pembuatan *website* dan *content* untuk membantu pemasaran. Hal tersebut dirasa sangat penting mengingat *website* akan mampu mempromosikan produk kain lukis kampung sangkrah lebih luas ditambah *content* kreatif yang digunakan akan mampu mempromosikan secara luas. Mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah koperasi kampung lukis sangkrah yang memiliki 60 anggota pelukis. Kegiatan ini diawali dengan survey ke kantor koperasi dan rumah pelukis untuk mendapatkan informasi tentang permasalahan yang sedang dihadapi. Setelah diskusi bersama, penulis mengadakan kegiatan workshop pelatihan sesuai kebutuhan di lapangan yaitu pembuatan *website* dan *content* untuk memperluas pemasaran kain lukis dan dari kegiatan tersebut berhasil membuat *website* kampunglukissangkrah.com dengan beberapa konten.

Kata Kunci: kampung lukis sangkrah, *website*, *content*, pelukis

Abstract

The cloth painters in kampung Lukis Sangkrah as UMKM actors has not been able to maximize his marketing through social media. This can be seen from the sales model which is carried out in conventional ways such as word of mouth and offline ordering. The authors held a workshop of creating a website and its content to help with marketing. it is considered very important that the website will be able to promote the painted cloth product of Kampung Sangkrah more widely, moreover the creative content used will be able to promote wider area. the partner in implementing this workshop is Kampung Lukis Sangkrah cooperative which has 60 cloth painters as the members. This activity begun with a survey to the cooperative office and the painter's house to obtain information about the problems being faced. After a joint discussion, the authors held a training workshop as needed in the field, namely creating an English website to expand the marketing of painted cloth and succeeded in creating a website kampunglukissangkrah.com and several contents.

Keywords: kampung lukissangkrah, website, content, painter

Pendahuluan

Keberadaan UMKM di setiap daerah belum nampak menjadi perhatian bagi pemerintah untuk membuat kebijakan-kebijakan yang mampu menaikkan peran UMKM dalam kontribusi perekonomian di setiap daerah. Padahal melalui UMKM, masyarakat sekitar mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat.

UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja (www.smecda.com).

Berdasarkan data terakhir tahun 2016 dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surakarta, jumlah UMKM adalah sebagai berikut

Jumlah UMKM Di Kota Surakarta Per Kecamatan Tahun 2016						
No	Sektor Usaha	Kecamatan				
		Banjarsari	Jebres	Laweyan	Pasar Kliwon	Serengan
1	Pertanian, peternakan, dan perikanan	14	8	26	38	21
2	Pertambangan dan Penggalian	2	0	1	0	0
3	Industri Pengolahan	1.162	1.689	760	1.538	1.105
4	Listrik, Gas dan Air bersih	36	53	26	95	10
5	Konstruksi	26	17	15	9	3
6	Perdagangan, Hotel dan Restoran	7.677	7.127	6.327	6.821	3.329
7	Pengangkutan dan Komunikasi	124	137	61	42	33
8	Keuangan, persewaan dan jasa perusahaan	475	336	300	176	150
9	Jasa-jasa swasta	856	789	646	477	251
Total		10.372	10.156	8.162	9.196	4.902

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta

Diagram 1.1 Data UMKM Kota Surakarta

Namun sayangnya KUMKM di Kota Surakarta saat ini masih dihadapkan pada berbagai kendala dan permasalahan yang memerlukan solusi. Hal tersebut, berkaitan dengan sumber daya produktif seperti permodalan, teknologi, pemasaran, pasar, informasi, produksi dan SDM.

Guna mengatasi permasalahan tersebut, pendampingan merupakan salah satu program yang efektif untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi. Melalui proses pendampingan, diharapkan dapat dicetak UMKM yang kreatif, berwawasan luas, profesional dan terampil, siap untuk bersaing di pasar.

Salah satunya Usaha Kecil dan Menengah dalam bentuk komunitas yang bergerak di bidang kain lukis. Sejak puluhan tahun yang lalu warga kampung Sangkrah (sawahan) Kecamatan Pasar Kliwon Surakarta Solomemilih untuk berprofesi sebagai pelukis kain. Lukisan digunakan untuk busana: Gamis, Abaya, Mukena, Kerudung, Baju Santai, dll. Keahlian para pelukis diperoleh dengan belajar dari pendahulu mereka secara turun – temurun. Setiap lukisan yang mereka buat bukan hanya untuk menyalurkan keahlian, tetapi juga untuk mendapatkan penghasilan. Dengan kata lain mereka menciptakan karya seni untuk menyambung kehidupan.

Setiap pelukis memiliki keahlian membuat berbagai motif lukisan kain. Saat kita berkunjung ke kampung Sangkrah (sawahan) adalah yang menarik yang bias kita saksikan, yaitu hampir di setiap pekarangan rumah ditemukan deretan lukisan kain yang sedang dijemur di kampung itu. Oleh karenanya kampung ini kemudian dikenal dengan kampung lukis. Salah satu pelukis Bapak Harmanto (47) telah 20 tahun menggeluti pekerjaan ini. Beliau melukis bunga mawar, bunga seruni, dan jenis bunga lainnya dengan indah. Pengrajin lainnya Bapak Teguh (36) yang telah menekuni sejak tahun 2000 mendapat keahlian melukis dari pamannya yang bernama Joko.

Kendala yang dialami oleh bapak Hermanto, bapak teguh dan juga pelukis lain yaitu masalah pemasaran. Selama ini pemasaran yang dilakukan masih secara manual dari mulut ke mulut dan *offline* atau dengan menyebarkan ke toko kemudian dijual oleh pemilik toko tersebut. Melihat pemasaran yang dilakukan masih konvensional maka produk kain lukis kampung sangkrah yang sudah memiliki kualitas yang bagus belum tersebar secara luas dan berpengaruh pada pemesanan produk yang terbatas.

Mereka tidak mampu menjual secara mandiri karena keterbatasan pemahaman dan penggunaan internet dan social media, khususnya untuk pemasaran. Pengguna media sosial di Indonesia diperkirakan 97 persen menggunakan smartphones (Inmobi, 2014). Menurut Assin form (Sri rejeki, 2016) peningkatan penggunaan teknologi informasi dari tahun ketahun tentu ada beberapa faktor, diantaranya biaya yang murah, pengguna smartphones yang semakin meningkat, model penyimpanan data baru secara online (cloud computing), dan semakin banyaknya layanan digital yang tersedia dengan Software as a Service (SaaS). Sedangkan menurut Vasileidadou dan Missler- Behr; Choi et al., (Danang Sangga buwana, 2017) beragam jenis teknologi informasi, aplikasi media social menjadi pilihan bagi para pelaku bisnis. Media social membuka kesempatan bagi pelaku bisnis untuk meningkatkan inovasi

dengan cara berbagi (sharing), berkolaborasi (collaboration) dan berkreasi bersama (co-creation).

Pemanfaatan media sosial bagi UMKM di Indonesia berdasarkan hasil penelitian (Setiaji, Informatika, 2013) menunjukkan bahwa mayoritas pelaku bisnis UMKM telah menggunakan dan memanfaatkan aplikasi media sosial dan website untuk bisnis mereka. Manfaat yang dirasakan pelaku UMKM antara lain sebagai alat promosi produk atau jasa, memperluas akses terhadap pelanggan baru, memudahkan transaksi bisnis dengan pelanggan dan pemasok serta meningkatkan penjualan. Dalam penelitian ini terlihat media sosial yang sering dimanfaatkan oleh responden adalah facebook dan website.

Berdasarkan latarbelakang yang muncul diatas maka PoliteknikIndonusa Surakarta bekerjasama dengan LAZIS mengadakan kegiatan “Workshop Pelatihan Pembuatan *website* dan *content* bagi Pengelola dan anggota Koperasi Kampung Lukis Sangkrah.” Pelatihan ini dapat dimanfaatkan oleh pengrajin kain lukis di Sangkrah untuk menentukan branding usaha dari UMKM itu sendiri di benak konsumen atau calon konsumen.

Metode Pelaksanaan

Dalam tahapan awal sebelum pelaksanaan kegiatan ini, penulis mengunjungi kampung sangkrah untuk bertemu dengan pengurus koperasi dan pelukis secara langsung. Kunjungan tersebut bertujuan untuk berdiskusi langsung dengan pelaku usaha UMKM tentang masalah yang dihadapi dan melihat langsung kondisi di lapangan sekaligus mensinkronkan permasalahan yang disampaikan. Setelah itu penulis mengusulkan untuk membuat workshop pelatihan yang mampu membantu mengurangi atau menyelesaikan masalah sepenuhnya.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 15 Februari 2020 dimulai pukul 08.00 – 12.30 WIB. Kegiatan ini bertempat di kantor Koperasi Kampung Lukis Sangkrah. Kegiatan Pengabdian Masyarakat berupa workshop pelatihan pembuatan *website* dan *content* bagi pengelola dan anggota koperasi

kampung lukis sangkrah ini dilaksanakan dengan melakukan dua kegiatan yaitu (1) Pelatihan pembuatan dan pengelolaan website kampung lukis sangkrah. (2) Perancangan konten– konten kreatif untuk *website*. Pengukuran keberhasilan dari kegiatan ini adalah terciptanya *website* kampung lukis sangkrah sebagai media sosial untuk memperluas pemasaran produk kain lukis.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di kampung lukis sangkrah ini berjalan dengan baik dan peserta antusias dalam mengikutinya. Hal tersebut terlihat dari awal kedatangan penulis mengunjungi kantor koperasi dan rumah pelukis untuk melihat lapangan secara langsung dan berdiskusi tentang masalah yang sedang dihadapi. Dari awal mereka menunjukan kegembiraanya dengan niat kami untuk membantu menyelesaikan kesulitan mereka dalam hal pemasaran menggunakan internet atau sosial media. Saat pelatihan pun tingkat partisipasi peserta bias dinilai baik karna keaktifanya dalam berdiskusi dan mengikutinya sampai akhir acara. Kegiatan ini berjalan dengan lancar dan minim kendala tak lepas dari dukungan dan semangat para peserta dalam menyiapkan tempat dan peralatan untuk mendukung proses workshop dan pelatihan.

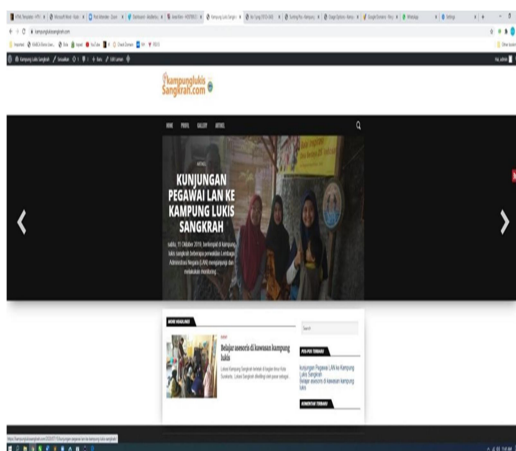


Gambar 1. Sesi foto Bersama sesaat setelah kegiatan workshop

Melalui kegiatan “Workshop pelatihan penerapan *website* dan *content*

bagi pengurus dan anggota koperasi Kampung Lukis Sangkrah” hasil luaran yang telah dicapai adalah bertambahnya pengetahuan dalam bidang pemasaran menggunakan internet khususnya website dan ketrampilan dalam pengelolaan guna mempromosikan produk kain lukis. Selain itu pengurus juga mempelajari cara membuat konten kreatif yang digunakan dalam website seperti yang sudah disampaikan dalam pelatihan.

Luaran dari kegiatan ini adalah terciptanya *website* kampung lukis sangkrah yang beralamat di kampunglukissangkrah.com. *website* ini dibuat oleh perwakilan peserta workshop yang didampingi oleh penulis dan hasilnya cukup memuaskan. Selain sudah terciptanya website guna mengenalkan kampung sangkrah sebagai kampung lukis dan meningkatkan penjualan dan pemesanan kain lukis dari kampung sangkrah, didalam website sudah mulai ada konten-konten yang kreatif dan mampu mendukung pemasaran kain lukis.



Gambar 2. Tampilan Depan Website dengan salah satu konten

Website yang telah diproses oleh pengurus dan anggota kampung lukis sangkrah dan didampingi penulis beralamatkan kampunglukissangkrah.com. Website tersebut, menampilkan profil kampung lukis sangkrah, dokumentasi kegiatan anggota, foto produk kain lukis dan dokumentasi kegiatan Bersama masyarakat sekitar. Dan beberapa kegiatan lain seputar kegiatan para pelukis dan produk kain lukis.

Sekretaris dari pengurus koperasi kampung lukis sangkrah ditunjuk menjadi administrator utama website kemudian untuk anggota lain dipersilahkan untuk menghubungi administrator utama apabila ingin menambahkan foto produk maupun video kegiatan guna mempromosikan kain lukis yang akan dipasarkan. Apabila mengalami kendala dalam proses pengelolaan website maka penulis bersedia untuk membantu secara langsung atau berdiskusi untuk memberikan solusi. Manajemen pengelolaan website tersebut diharapkan mampu memberikan kemudahan untuk semua anggota koperasi dan tentunya mendorong pemasaran kampung lukis sehingga tingkat produksi meningkat dan kesejahteraan pelukis yang notabnya masyarakat kampung sangkrah bias meningkat.

Kesimpulan

Kegiatan workshop pelatihan ini menghasilkan website yang menggunakan Bahasa Indonesia dan Inggris untuk keperluan pemasaran kain lukis produksi pelukis di koperasi kampung lukis sangkrah. website tersebut membantu mengenalkan sangkrah sebagai kampung lukis dan produk kain lukis yang dihasilkan oleh para pelukis di kampung tersebut. Meskipun sudah memiliki media promosi di internet yang bagus, pengurus dan anggota tidak pandai dalam membuat content yang menarik untuk di unggah di website. Mereka masih memiliki kendala dalam beberapa hal, yaitu pengambilan foto maupun video yang menarik, Teknik editing foto dan video, dan menulis narasi yang mendukung foto ataupun video. Untuk itu akan sangat dibutuhkan pelatihan berikutnya yang mampu mengakomodir masalah yang masih dihadapi dalam memaksimalkan pemasaran.

Penutup

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang sudah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kemasyarakat di kampung lukis sangkrah ini, khususnya kepada

LAZIZ Surakarta yang sudah menjembatani dan menghubungkan penulis dengan pihak Koperasi Kampung Lukis Sangkrah baik pengurus maupun anggotanya. Tentunya hal tersebut memudahkan penulis untuk melakukan

kegiatan positif di masyarakat yang memang membutuhkan bantuan. Semoga Kerjasama ini selalu terjalin untuk melakukan kegiatan-kegiatan positif dimasyarakat selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Danang Sanggabuwana, S. A. (2017). Dampak Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Sentra Industri Keramik Plered, Kabupaten Purwakarta (Suatu Tinjauan Teoritis). *Jurnal Komunikasi*, Vol. 2, No(Dampak Media Sosial), 172–181.
- Inmobi. (2014). Mobile Gamming Cross-Market Analysis. *Jurnal*.
- Setiaji, H., Informatika, J. T., Industri, F. T., & Indonesia, U. I. (2013).

ANALISIS
PENGUNAAN
SOSIAL MEDIA
DALAM AKTIVITAS
Abstrak. *Teknomatika*, 10(1), 73–80.

- Srirejeki, K. (2016). Analisis Manfaat Media Sosial dalam Pemembrdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 7(1), 57–68.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-umkm