

# Inovasi Pemasaran dan Pengembangan UMKM Kerajinan Lokal Yang Berkelanjutan Melalui Digital Marketing (Studi Kasus: Ukir Kayu di Desa Sesela)

\*Nurfajar Hasanah, Aldira Adsana Agustina, Muhammad Ardiansyah, Alfian Adhiswara, Ima Rahmawati Sushanti

Program Studi Perencanaan Wilayah an Kota, Universitas Muhammadiyah Mataram  
\*alfianadhiswara@gmail.com

## INFO ARTIKEL

### Kata Kunci:

Teknologi  
e-commerce  
inovasi  
UMKM  
Pariwisata Lombok

## ABSTRAK

**Abstrak:** Perkembangan teknologi digital membuka peluang baru bagi masyarakat desa dalam mengembangkan potensi ekonomi kreatif. Lokasi studi penelitian Desa Sesela yang memiliki potensi di bidang kerajinan tangan yang memiliki ciri khas lokal namun belum terekspos secara optimal dan mengalami kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas. Desa Sesela memiliki potensi kerajinan tangan khas lokal namun terkendala pemasaran karena keterbatasan akses teknologi digital dan e-commerce. Penelitian ini bertujuan menganalisis inovasi pemasaran melalui digital marketing untuk mentransformasi penjualan dari pasar tradisional ke platform online. Dengan metode kualitatif deskriptif, ditemukan bahwa atraksi pengrajin kayu menjadi faktor pendukung, sedangkan minimnya pengetahuan digital marketing menjadi penghambat. Strategi yang direkomendasikan adalah inovasi pemasaran UMKM melalui digital marketing.

**Abstract:** The development of digital technology opens up new opportunities for rural communities in developing the potential of the creative economy. The location of the research study is Sesela Village, which has potential in the field of handicrafts that have local characteristics but have not been optimally exposed and have difficulty reaching a wider market. Sesela Village has the potential for local handicrafts but is constrained by marketing due to limited access to digital technology and e-commerce. This study aims to analyze marketing innovation through digital marketing to transform sales from traditional markets to online platforms. With a descriptive qualitative method, it was found that the attraction of wood craftsmen is a supporting factor, while the lack of digital marketing knowledge is an obstacle. The recommended strategy is MSME marketing innovation through digital marketing.

## A. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan [1]. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia. [1] Manfaat teknologi khususnya dalam bidang internet semakin sangat terasa bagi pemakainya, Seperti misalnya para internet marketer, narablog, blogger, dan juga sekarang toko online semakin mempunyai tempat di mata para konsumen yang sedang mencari barang tertentu. (Rachmawati, 2022)

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini [2]. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat [3]. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan

dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. (Fakhriyyah, 2022)

Pendapatan yang menurun juga sangat dirasakan oleh salah satu pelaku UMKM penjual Kerajinan Ukir Kayu di Desa Sesale yang terletak di Kecamatan Gunung Sari, Lombok. UMKM penjual Kerajinan Ukir Kayu di Desa Sesale merupakan salah satu UMKM yang dijadikan sebagai mata pencaharian oleh warga Sesale. Selama masa Gempu dan di susul oleh wabah COVID19, penjualan produk kerajinan ukir kayu UMKM di Desa Sesale mengalami penurunan signifikan. Hal tersebut juga berdampak besar terhadap segi ekonomi warga desa Sesale yang masih bekerja sebagai pengrajin ukir kayu. Bahkan hingga detik ini, perekonomian para pengrajin jauh dari kata cukup. Mereka hanya berharap dari para tamu yang datang dari kapal pesiar yang datang 2-3 bulan sekali bahkan lebih. (Laksono, 2022)

Dari permasalahan tersebut maka diperlukan perubahan sistem penjualan konvensional yang biasa digunakan oleh UMKM Kerajinan Ukir Kayu di Desa Sesale Lombok menjadi sistem penjualan yang dapat meningkatkan pendapatan khususnya di Masyarakat setempat.

Tujuan dilakukannya edukasi yaitu untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat desa sesale mengenai pemasaran melalui digital marketing dan berinovasi produk kreatif pada pelaku UMKM Kerajinan ukir kayu. Kerajinan ukir kayu tentang teknik pemasaran online guna [4] memperlancar arus perdagangan di Desa Sesale, khususnya di era minimnya pengetahuan memakai teknologi, seperti sekarang dimana masyarakat dituntut untuk lebih memanfaatkan teknologi yang ada guna mengurangi aktivitas di luar rumah.

Adapun beberapa teori yg mendukung dalam penelitian ini adalah teori definisi E-Commerce menurut Laudon & Laudon (1998), E-Commerce adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara transaksi bisnis. Sedangkan definisi E-Commerce menurut David Baum (1999, pp. 36-34) yaitu: E-Commerce is a dynamic set of technologies, applications, and bussines process that link enterprises, consumers, and communities through electronics transactions and the electronic exchange of goods, services, and informations [5].

Desa Sesale di Lombok Barat, NTB, menghadapi beberapa isu strategis yang penting untuk dikelola agar pengembangan desa dapat berjalan dengan efektif dan berkelanjutan. Isu strategis yang harus di perhatikan di Desa Sesale.

- 1) Pertanian dan Pariwisata: Sebagai desa yang memiliki potensi pertanian dan pariwisata, pengelolaan sumber daya alam harus dilakukan dengan bijaksana. Ini termasuk penerapan praktik pertanian berkelanjutan dan pengembangan pariwisata yang ramah lingkungan
- 2) Pemberdayaan Ekonomi: Mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui program kewirausahaan, usaha kecil dan menengah, serta koperasi untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan.
- 3) Pemantauan dan Evaluasi: Melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala terhadap program-program yang dijalankan untuk memastikan efektivitas dan melakukan penyesuaian jika diperlukan. Dengan mengatasi isu-isu strategis ini, Desa Sesale dapat mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif, peningkatan kualitas hidup masyarakat, dan keberlanjutan lingkungan jangka panjang serta meningkatkan kualitas Desa sesale.

**B. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis SWOT yaitu pengumpulan data melalui wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa implementasi digital marketing [6] memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan aksesibilitas produk, perluasan jangkauan pasar, dan peningkatan pendapatan pengrajin.

Penelitian ini mengeksplorasi potensi digital marketing dalam mengembangkan ekonomi kreatif secara berkelanjutan dengan fokus pada inovasi pemasaran berbasis teknologi digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menerapkan strategi pemberdayaan masyarakat yang memanfaatkan platform media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pemasaran produk lokal. Implementasi digital marketing dapat secara signifikan meningkatkan visibilitas [7] produk-produk unggulan desa, membuka akses pasar yang lebih luas, dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat melalui pengembangan keterampilan digital dan strategi pemasaran modern [8].

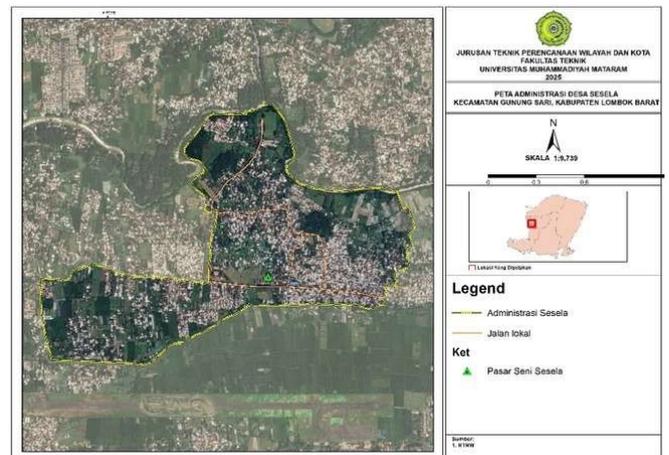
Tahapan penelitian yang digunakan adalah:

1. Memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, Kelemahan, Peluang dan ancaman[9].
2. Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman berdasarkan aspek pembangunan berkelanjutan
3. Menyusun Strategis pengembangan UMKM kerajinan lokal yang berkelanjutan

**C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**1. Gambaran Umum**

Desa Sesale di Kecamatan Gunung Sari, Lombok, saat ini menghadapi tantangan signifikan dalam hal pemasaran produk kerajinan ukir kayu yang menjadi salah satu mata pencaharian utama warganya. Sistem pemasaran konvensional yang masih diterapkan oleh para pengrajin menunjukkan berbagai keterbatasan, terutama dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Para pengrajin masih sangat bergantung pada kunjungan wisatawan dari kapal pesiar yang hanya terjadi setiap 2-3



**Gambar 1.** Pet administrasi wilayah

## 2. Potensi & Masalah Kerajinan Kayu

Kerajinan kayu di Desa Sesela memiliki ciri khas yang berbeda dari kerajinan di desa lain yang berada di Lombok, dikarenakan kerajinan tangan dibuat secara manual menggunakan bahan dasar kayu mahoni (gambar 2.) dan kayu jati emas (gambar 3.) adalah yang paling terkenal dan sangat diminati dan oleh para konsumen.



**Gambar 2.** Kayu Mahoni



**Gambar 3.** Kayu Jati Emas

Para perajin kayu di desa ini sangat terampil mengolah berbagai produk karya seni bernilai tinggi [10] (gambar 4.). Bahan baku kayu yang masih tersedia di sekitar wilayah Desa Sesela menjadikan biaya produksi yang relatif terjangkau karena menggunakan sumber daya lokal.



**Gambar 4.** Pengrajin Kayu

Ketergantungan pada pemasaran langsung seperti mengandalkan penjualan pada toko fisik [11] atau pameran tradisional telah menyebabkan penurunan pendapatan yang signifikan bagi pengrajin ukir kayu di Desa Sesela. Hal ini terjadi karena terbatasnya jangkauan pasar yang hanya mencakup pembeli lokal [12] dan wisatawan yang berkunjung langsung ke desa tersebut. Keterbatasan jam operasional toko fisik juga mengurangi kesempatan untuk melayani pelanggan potensial yang mungkin tertarik membeli di luar jam kerja. Keadaan ini diperparah dengan perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih berbelanja secara online untuk kemudahan dan efisiensi [13], sementara pengrajin masih bergantung pada pemasaran langsung, penguasaan teknologi digital yang masih terbatas di kalangan pengrajin.

## 3. Analisis Strategi Pemasaran

Dalam melakukan analisis terhadap strategi pemasaran perlu diidentifikasi kekuatan, Kelemahan, peluang, dan ancaman, sebagaimana berikut:

### a. *Strengths (kekuatan):*

- Keterampilan tradisional ukir kayu yang sudah diwariskan secara turun-temurun, menciptakan produk dengan nilai seni dan budaya yang tinggi
- Bahan baku kayu yang masih tersedia di sekitar wilayah Desa Sesela
- Tenaga kerja lokal yang terampil dan berpengalaman dalam seni ukir
- Produk ukiran kayu memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri
- Biaya produksi yang relatif terjangkau karena menggunakan sumber daya lokal

### b. *Weaknesses (kelemahan):*

- Penguasaan teknologi digital yang masih terbatas di kalangan pengrajin
- Kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital
- Keterbatasan modal untuk pengembangan usaha dan investasi teknologi
- Standardisasi kualitas produk yang belum konsisten
- Packaging dan branding produk yang masih sederhana

### c. *Opportunities (peluang):*

- Meningkatnya minat pasar terhadap produk kerajinan tradisional dan handmade
- Berkembangnya platform e-commerce dan media sosial sebagai sarana pemasaran
- Dukungan pemerintah dalam pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif
- Potensi ekspor ke pasar internasional melalui platform digital
- Tren dekorasi interior yang menggunakan unsur tradisional dan alami

d. *Threats (ancaman):*

- Persaingan dengan produk ukiran dari daerah lain yang sudah lebih dulu go digital
- Masuknya produk substitusi berbahan sintetis dengan harga lebih murah
- Perubahan selera konsumen yang cepat dan dinamis
- Ketidakstabilan harga bahan baku kayu
- Risiko peniruan desain produk oleh competitor

4. Strategi Pemasaran Yang Tepat

Dari masalah tersebut membuat jangkauan pasar yang tidak luas[14], bahkan masih banyak masyarakat di Lombok yang tidak mengetahui potensi desa tersebut. Kondisi ini semakin diperparah dengan adanya dampak gempa dan pandemi COVID-19 yang menyebabkan penurunan penjualan secara drastis, sehingga berdampak serius pada perekonomian warga yang menggantungkan hidupnya pada kerajinan ukir kayu[15]. Melihat kondisi tersebut, diperlukan transformasi sistem pemasaran yang lebih modern dan adaptif melalui implementasi digital marketing. Langkah implementasi yang dapat diterapkan mencakup beberapa aspek penting. Pertama, pemberian sosialisasi dan edukasi kepada para pelaku UMKM mengenai teknik pemasaran online, termasuk penggunaan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar[15]. Kedua, pengembangan keterampilan digital para pengrajin dalam hal fotografi produk, penulisan deskripsi produk, dan manajemen toko online. Ketiga, pemanfaatan berbagai platform[16] marketplace dan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan produk kerajinan ukir kayu. (Lestari, 2019)

Hal yang paling penting dilakukan yaitu memberikan informasi pemahaman tentang arti pentingnya website dan media sosial di era digital untuk mempromosikan usaha. Selain itu, harus di laksanakan sosialisasi agar mitra ukir kayu mengetahui manfaat media sebagai[17] wahana promosi baik itu media offline dan online. Setelah sosialisasi di harapkan para pelaku usaha memiliki gambaran tentang manfaat web dan brosur produk sebagai media promosi yang akan memudahkan konsumen dalam melihat proses dan detail produk. Web dan media sosial yang dibuat berisi hasil produksi mitra terutama kayu ukir[15] yang diberikam 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 web dan media sosial [18] contohnya seperti: lemari, set meja tamu, set meja makan, kaligrafi Arab, hiasan dinding, patung, perhiasan, gantungan, dan masih banyak lagi. Dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Hiasan Dinding



Gambar 6. Hiasan Dinding



Gambar 7. Topeng



Gambar 8. Gelang

## 5. Strategi Pemasaran Di Desa Sesela

### a. Strategi s-o (strength-opportunity):

- Mengembangkan konten digital yang menampilkan proses pembuatan ukiran untuk menonjolkan nilai tradisional dan keaslian produk [19]
- Membuat katalog digital produk yang menampilkan keunikan dan nilai seni setiap ukiran
- Memanfaatkan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar

### b. Strategi w-o (weakness-opportunity):

- Mengadakan pelatihan digital marketing untuk para pengrajin
- Bekerjasama dengan desainer untuk meningkatkan kualitas *packaging* dan *branding*
- memanfaatkan program pembinaan umkm dari pemerintah

### c. Strategi s-t (strength-threat):

- Mendaftarkan hak cipta untuk desain-desain khas
- Mengembangkan lini produk premium dengan kualitas tinggi
- Memperkuat identitas lokal dalam setiap produk

### d. Strategi w-t (weakness-threat):

- Membentuk koperasi atau asosiasi pengrajin untuk memperkuat posisi tawar
- Melakukan standardisasi kualitas dan harga produk
- Mengembangkan sistem manajemen inventory dan produksi yang lebih efisien

bentuk edukasi digital marketing dan inovasi produk, diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan pengrajin serta melestarikan warisan budaya kerajinan ukir kayu di Desa Sesela.

## 2. Saran

Para pengrajin ukir kayu di Desa Sesela perlu meningkatkan kapasitas dan pengetahuan mereka dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran produk. Hal ini dapat dimulai dengan mengikuti pelatihan digital marketing yang mencakup fotografi produk, penulisan deskripsi, dan manajemen toko online. Penting juga untuk membangun identitas brand yang kuat dengan meningkatkan kualitas kemasan dan standardisasi produk. Pembentukan koperasi atau asosiasi pengrajin dapat memperkuat posisi tawar dan memudahkan akses terhadap program pembinaan UMKM dari pemerintah. Untuk melindungi keunikan produk, pengrajin sebaiknya mendaftarkan hak cipta desain-desain khas mereka. Pemanfaatan berbagai platform marketplace dan media sosial perlu dioptimalkan dengan membuat katalog digital yang menampilkan keunggulan produk serta proses pembuatan yang tradisional. Pengembangan sistem manajemen inventori dan produksi yang lebih efisien juga diperlukan untuk menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

## D. SIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Pengembangan UMKM kerajinan ukir kayu di Desa Sesela memerlukan transformasi sistem pemasaran dari konvensional menuju digital marketing sebagai solusi untuk mengatasi keterbatasan jangkauan pasar. Penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis SWOT menunjukkan bahwa Desa Sesela memiliki potensi besar dalam kerajinan ukir kayu dengan ciri khas penggunaan bahan kayu mahoni dan jati emas yang dikerjakan secara manual. Namun, berbagai tantangan seperti keterbatasan pengetahuan teknologi digital, ketergantungan pada wisatawan kapal pesiar, dan dampak dari gempa serta pandemi COVID-19 telah mempengaruhi pendapatan para pengrajin. Implementasi strategi digital marketing melalui pelatihan, pengembangan konten digital, pemanfaatan marketplace, dan penguatan branding produk menjadi langkah krusial untuk mengoptimalkan potensi pasar yang lebih luas. Dengan dukungan berkelanjutan dalam

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Muhamad Ngafifi, "Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya" jurnal Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia, Volume 2, Nomor 1, 2014
- [2] Eris Dwi Retno, "Peranan Bmt Dalam Kemajuan Umkm Untuk Pembebasan Kemiskinan Pada Masyarakat"
- [3] Robi Setiawan, Fauziah Afriyani, Vhika Meiriasari, Mutiara Kemala Ratu, "Meningkatkan Omset Penjualan Umkm Di Desa Alai Selatan Kabupaten Muara Enim Melalui Pelatihan Strategi Pengembangan Sdm", Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, Volume 7, Nomor 3 September 2023.
- [4] Onesiforus Marbun, "Strategi Pengembangan Umkm Melalui Digital Marketing Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pengrajin Kriya Kayu Di Kabupaten Toba Provinsi Sumatera Utara)", 2022
- [5] Azhyqa Rereantica Martkiana, "E-Commerce: Pasar Digital Dan Barang Digital", Tugas 11 Sistem Informasi Manajemen (Sim), 2021
- [6] Leni Sugiyanti, Melyona Zenia Rabbil, Kamilah Citra Oktavia, Mega Silvia, "Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm", Vol.1 No.2, Bulan Desember Tahun 2022
- [7] Reggina Wike Anjani, "Implementasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Strategi Bisnis Digital Di Era Transformasi Digital", Journal Of Qualitative And Quantitative Research, Vol. 1 No. 1 2024
- [8] Tirta Mulyadi, Abdul Wahab, Renny Lubis, Muhammad Asir, Hafidz Hanafiah, "Pemberdayaan Umkm Lokal Melalui Pelatihan Digital Marketing Dan E-Commerce", Communnity Development Journal, Vol.4 No. 6 Tahun 2023
- [9] Rachmad Zainuri, Pompong Budi Setiadi, Tinjauan Literatur Sistematis: "Analisis Swot Dalam Manajemen Keuangan Perusahaan", Jurnal Maneksi Vol 12, No. 1, Maret 2023
- [10] Mahfudlah Fajrie, Bagaskara Adi Pradana, Muhammad Yusuf Rowi, Lutfi Nur Haryana Ihsan, Zaky Awaluddin Iskandar, Nur Faizin, "Pemanfaatkan Limbah Kayu Menjadi Kerajinan Fungsional Dan Bernilai Estetik Di Desa Bugel", Journal Of Dedicator Community, Vol 6 No 3 Desember 2022
- [11] Annisa Wulandari, Abdul Gafaruddin, Wa Ode Yusria, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Industri Rumah Tangga", Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media, Volume 1, No. 1, September 2023
- [12] Patrisius A. Fanataf, Sonny Tilaar, Esli D. Takumansang, "Analisis Keterjangkauan Masyarakat Terhadap Pasar Tradisional Di Kota Manado", Jurnal Spasial Vol.7 No.2 2020
- [13] Elysa Septiana, Aji Damanuri, "Perubahan Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dan Generasi Z Terhadap Pembelian Consumer Goods Pada Era Digital Di Desa Beton", Ournal Of Management And Accounting, 2024
- [14] Novita, Fahrul Riza, "Pengaruh Jangkauan Pasar, Skala Produksi Dan Panjang Saluran Pemasaran Terhadap Preferensi Petani Untuk Memiliki Sertifikasi Organik", Jurnal Business Management, Vol. 14.2018
- [15] Terasne, Dira Permana, Ahmad Hanan, Sudirman, Baiq Sumarni, "Pelatihan Pembuatan Konten Web Dan Brosur Bagi Kelompok Ukm Kayu Ukir Desa Sesela", Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Cahaya Mandalika, Vol. 3, No.2 Desember 2022
- [16] Rizal Kurniansah, Ni Putu Ade Resmayani, Murianto, Lalu Masyhudi, I Gusti Ngurah Putu Dedy Wirawan, "Pkms Kelompok Usaha Pasar Seni Desa Sesela Kabupaten Lombok Barat", 2020
- [17] Slamet Subiyantoro, "Jaringan Proses Sosialisasi Nilai Seni Ukir Di Kabupaten Jepara", 2020
- [18] Ahmad Fatoni, Nur Wakhid Hidayatno, S.Sn., M.Sn, "Kreasi Motif Ukir Di Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek", 2019
- [19] Andri Azaky, Elmustian, Syafrial, Dan Hasnah Faizah, "Ornamen Dan Ukiran Pada Jenjang An Dan Anjungan Rumah Adat Lontiok Desa Pulau Belimbing", Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya, Vol. 14, No. 2, September 2024
- [20] Ni Kadek Ayuniana Putri, "PENGEMBANGAN DIGITAL BRANDING PADA UMKM KERAJINAN UKIRAN KAYU MILIK BAPAK I KETUT MUDAYASA DI DESA SELAT KARANGASEM", 2023