

PENGEMBANGAN WEBSITE ART BRAGA SEBAGAI SARANA UNTUK MEMASARKAN PRODUK UMKM SEBAGAI UPAYA IMPLEMENTASI DIGITAL CITIZENSHIP DAN KEARIFAN LOKAL

Lysia Nietha Marcella Laia¹, Rizal Juliana², Hajati Ahmat Jaya Gulo³

^{1 & 3} Program Studi Administrasi Bisnis & Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, hajati26gulo@gmail.com

² Program Studi Administrasi Bisnis & Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, rizaljuliana12@gmail.com

* lysianiethaa@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

Website Art Braga,
Penyuluhan,
Pengumpulan Data
Pelaku UMKM
Lukisan anusia,
Dayak Wehea, Martin
Buber, Relasi,
Makna

Article history:

Received : 2022-12-15

Revised : 2023-04-21

Accepted : 2024-01-10

DOI:

<https://doi.org/10.26593/jsh.v3i02.6314>

ABSTRACT

The Art Braga website is a medium used to market MSME products in Braga to make them better known to a wider audience. The importance of digital media for marketing products is supported by the development of supporting internet technology. This is proven by the increasing number of people who use the internet. The aim of this research is to provide education regarding the importance of digital media for marketing products and applying IPR in works so that MSME actors can implement digital citizenship and maintain local wisdom regarding the works of art they own. Apart from that, it collects data on painting MSMEs to be input into a website, so that it can support the amount of information obtained by consumers when accessing the website. This research uses qualitative methods and descriptive analysis which provides an overview of the environment where MSMEs operate in Braga.

ABSTRAK

Website Art Braga menjadi sebuah media yang digunakan untuk memasarkan produk UMKM yang berada di Braga untuk lebih dikenal ke khalayak lebih ramai. Pentingnya media digital untuk memasarkan produk, didukung dengan adanya perkembangan teknologi internet yang memadai. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya masyarakat yang sudah menggunakan internet. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan penyuluhan mengenai pentingnya media digital untuk memasarkan produk dan menerapkan HAKI dalam sebuah karya sehingga para pelaku UMKM dapat mengimplementasikan digital citizenship dan menjaga kearifan lokal terkait karya seni yang dimiliki. Selain itu peneliti akan mengumpulkan data pelaku UMKM lukisan untuk di input ke dalam sebuah website supaya dapat mendukung jumlah informasi yang didapatkan oleh konsumen ketika mengakses website tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan analisis Deskriptif yang memberikan gambaran mengenai lingkungan pelaku UMKM beraktivitas di Braga.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat memudahkan manusia dalam melakukan interaksi menjadi cepat dan bisa berdampak langsung kepada dinamika kehidupan ekonomi, sosial dan budaya. Pada zaman digital ini, banyak orang dengan mudah mengakses internet. Internet akan menyapu kita seperti sebuah gelombang pasang yang akan menenggelamkan setiap orang yang dilewatinya jika tidak siap untuk hidup dalam sebuah masyarakat informasi (Bill Gates, Chairman of Microsoft Corporations).

Indonesia menjadi salah satu negara yang masyarakatnya cukup banyak dalam menggunakan Internet. Dilansir dari Databoks 2022, terdapat 204,7 juta masyarakat Indonesia yang menggunakan Internet. Maka, dalam hal ini, terdapat peluang untuk masyarakat Indonesia bertransformasi secara digital baik dalam bidang ekonomi, sosial, atau kegiatan sehari-hari. Penggunaan internet juga beragam dimulai dari pemakaian sosial media, pemakaian untuk kepentingan pendidikan, bekerja serta pemakaian media website. Dilansir dari Tekno 2021, pada tahun 2020 Indonesia memiliki kenaikan sebesar 61,6% dalam penggunaan website yang diantaranya dimanfaatkan untuk bisnis, Selain itu dalam hal ini peran pemerintah sangat penting dalam menjaga pertumbuhan ekonomi masyarakat (menggunakan konsep smart city dalam upaya pembangunan kota berkelanjutan dengan memanfaatkan teknologi yang ada, kemampuan anak bangsa untuk berpartisipasi mengatasi masalah di perkotaan.

Oleh karena itu, program ini menjadi perhatian pemangku kepentingan dalam mendorong ekonomi kreatif untuk menunjukkan identitas digital baik secara personal atau identitas perusahaan. Adanya kenaikan pemakaian dari website karena dipicu oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang sudah mulai bertransformasi secara digital, dapat mencapai target pasar atau pengguna lebih luas. Selain itu, kenaikan penggunaan website didukung dengan adanya manfaat positif yang ditawarkan seperti dapat memperkenalkan produk, bisa diakses dimana, kapan, siapa saja tanpa ada batasan waktu serta tempat.

Salah satu daerah di Indonesia yang mendukung penggunaan internet adalah provinsi Jawa Barat yaitu sebanyak 80% masyarakat telah menggunakan internet dimana warga kota Bandung masuk di dalamnya. Dilansir dari MerahPutih 2021, masyarakat kota Bandung yang sudah menggunakan internet sebanyak 2,1 juta jiwa atau sebesar 85,2% dari total penduduk yang ada. Namun walaupun sudah hampir setengah penduduk kota Bandung yang melek terhadap internet, masih banyak warga yang belum memanfaatkan dari kemajuan teknologi ini, diantaranya seperti pelaku UMKM setempat. Berbagai macam faktor yang menyebabkan hal ini terjadi seperti, belum dapat memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada, selain penggunaan sosial media, tidak mengerti cara mengelola untuk dapat bertransformasi digital dan sebagainya.

Pembangunan kawasan braga ini merupakan bukan hal yang baru dilakukan pemerintah, tujuan dari pembangunan kawasan ini adalah untuk pertumbuhan ekonomi (sustainable goals) yang wajib dilakukan oleh kota Bandung. Ada 3 tahapan dalam hal ini; yaitu aspek keadilan sosial, keseimbangan ekologi dan aspirasi politik sosial budaya dari masyarakat setempat. Prinsip pembangunan kawasan ini yang berkelanjutan memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan masa depan. Konsep berpikir pembangunan ini dalam jangka waktu yang panjang berupaya agar antargenerasi menyediakan sumber daya yang baik dan lingkungan masyarakat yang bergerak pada tatanan sosial dengan inti kepentingan ekonomi.

Braga adalah salah satu kawasan di Kota Bandung yang memiliki pelaku UMKM cukup banyak, karena menjadi salah satu ikon tempat yang akan dituju oleh wisatawan jika sedang berkunjung, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Berbagai macam produk dihasilkan oleh pengusaha UMKM,

namun yang paling utama menjadi sasaran wisatawan adalah lukisan. Jenis lukisan yang ditawarkan pun beragam seperti naturalist, naif, realistik, dekoratif, unggas, hewan, tempat bersejarah, tokoh pahlawan sehingga wisatawan dapat memilih sesuai dengan selera masing-masing.

Metode dari penjualan lukisan ini adalah para pelaku memajang lukisan di sekitar trotoar jalan Braga atau memajang langsung di toko yang dimiliki. Selain itu metode penjualan yang dilakukan masih secara konvensional yaitu seperti wisatawan berkunjung ke Braga, melihat lukisan, serta membelinya jika sudah merasa cocok. Terdapat media digital yang telah digunakan sebelumnya, seperti Instagram, namun para penjual belum dapat mengelola dengan baik atau sudah pernah melakukan kerja sama dengan e-commerce, tetapi hal ini tidak dapat berjalan dengan baik dengan segala risiko yang ditanggung oleh penjual.

Karena metode yang masih konvensional yaitu hanya mengandalkan promosi word of mouth, penjualan yang dicapai tidak menjadi maksimal, terlebih lagi ketika Pandemi Covid-19 terjadi, yang menghentikan kegiatan penjualan lukisan. Pergerakan lingkungan yang begitu dinamis serta adanya kemajuan teknologi mengharuskan pelaku usaha dapat beradaptasi dengan keadaan tersebut agar dapat bertahan serta bersaing dengan para kompetitor yang ada.

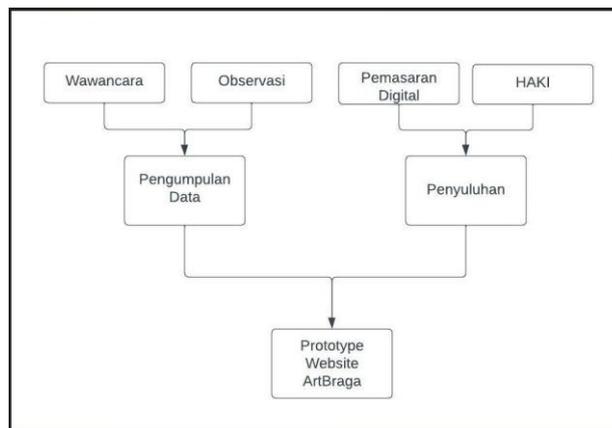
Dengan demikian urgensi penelitian ini adalah untuk membantu para pelaku UMKM khususnya di bidang lukisan untuk bertransformasi digital, dengan memanfaatkan media website sehingga dapat memasarkan produknya ke pangsa pasar yang lebih luas, serta bertahan di tengah kompetitor yang ada. Oleh karena itu adapun judul dari penelitian ini adalah "Pengembangan Website Art Braga Sebagai Sarana Untuk Memasarkan Produk UMKM Sebagai Upaya Implementasi Digital Citizenship dan Kearifan Lokal". Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apa upaya untuk melestarikan kearifan lokal di Kampung Braga? Pemasaran produk UMKM Art Braga Co.id adalah sarana untuk memasarkan produk UMKM sebagai upaya implementasi digital citizenship dengan mewujudkan kearifan lokal. (2) Bagaimana upaya dalam mengembangkan media digital sebagai upaya implementasi digital citizenship dan kearifan lokal?

Berdasarkan rumusan masalah yang dijabarkan penulis di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Merancang upaya untuk melestarikan kearifan lokal di Kampung Braga, (2) Merancang sebuah website Art Braga sebagai upaya implementasi digital citizenship dan kearifan lokal dengan mengumpulkan informasi yang tepat sebagai sarana untuk pengembangan website dalam mendorong pelaku UMKM sehingga dapat bersaing dengan kompetitor yang ada.

Manfaat dari adanya website Art Braga ini sebagai sarana dalam memberikan kemudahan akses bagi pembeli dan dapat menambah pengetahuan wawasan kebudayaan Indonesia melalui jenis lukisan, sebagai sarana untuk memasarkan produk UMKM? Tempat lukisan dan sejarah lukisan. Selain itu dapat membantu masyarakat dalam laju pertumbuhan ekonomi dan memberikan peluang untuk mengembangkan bisnis UMKM. Adapun penjabaran manfaat dari penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Hasil penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis untuk mengetahui bagaimana mempromosikan sebuah usaha dengan memanfaatkan transformasi digital. Selain itu, dapat mengkorelasikan pengetahuan yang di dapat di perkuliahan dengan hal yang terjadi di lapangan. (2) Manfaat bagi pelaku UMKM Penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM untuk mempromosikan produknya, serta memberikan gambaran bagaimana penggunaan website sebagai media promosi. (3) Manfaat bagi Mitra, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mitra dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi di lingkungan sekitar, serta menjaga solusi yang ditawarkan agar dapat berlangsung kedepannya. (4) Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan masyarakat untuk mengetahui lebih luas mengenai lukisan serta membantu untuk mempertemukan antara pembeli serta

penjual terkait transaksi jual beli.

Dalam memudahkan pemahaman akan tulisan ini, peneliti memberikan panduan berupa kerangka pemikiran. Dalam hal ini untuk menghasilkan output berupa prototype website, maka dilakukan dua kegiatan pendahuluan yang membantu proses finalisasi dari usulan website yang akan diberikan kepada ArtBraga yang terdiri dari kegiatan pengumpulan data dengan metode wawancara dan observasi langsung serta kegiatan penyuluhan yang mengangkat materi Pemasaran Digital dan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI).



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran. Sumber: Olahan Penulis

Transformasi digital adalah penggunaan teknologi secara digital biasanya menggunakan bantuan internet untuk merubah proses kegiatan konvensional. Biasanya transformasi digital banyak dilakukan pada bisnis, sehingga mulai dari pengelolaan, aktivitas bisnis, proses bisnis dapat berubah. Transformasi juga dapat diartikan sebagai perubahan kondisi menuju hal yang lebih baik untuk masa depan. Perubahan yang terjadi untuk mengubah kebiasaan masyarakat menjadi ke arah yang lebih baik (Sindu, hal 25). Menurut Collier digital citizenship merupakan cara berpikir kritis dan pilihan-pilihan etis tentang konten yang dipublikasikan lewat media digital, termasuk melihat, menulis sesuatu yang dipublikasikan secara digital (Abdul, Yusup. 2022). Selain itu digital citizenship dapat bermakna perilaku yang tepat serta memiliki tanggung jawab dalam menggunakan teknologi digital. Menurut Gregorius website adalah kumpulan halaman yang saling berkaitan. Web terdiri dari kumpulan halaman dan saling memiliki keterkaitan, dengan kata lain

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan instrument wawancara secara mendalam dengan mempertimbangkan bahwa penelitian ini dapat menghasilkan sebuah data yang dapat membantu pelaku UMKM dalam Pengembangan sebuah website. Penelitian ini menjelaskan dan menggambarkan masalah yang terjadi dalam sebuah pemasaran produk lukisan di kawasan braga. Dengan demikian diperlukan data yang mendalam dan bersifat objektif. Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti metode yang sudah disusun, sehingga dapat menentukan apa yang sedang diteliti, serta pengalaman apa yang sedang dipelajari. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan melakukan observasi langsung dan wawancara secara mendalam.

Wawancara mendalam merupakan sebuah interaksi sosial antara seorang peneliti dan informan (Afrizal : 2014 : 137). Konsep wawancara mendalam harus dapat dipahami secara baik, maka konsep ini perlu dibedakan dari wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur sama dengan wawancara bebas. Wawancara tidak terstruktur adalah suatu wawancara di mana orang yang diwawancarai (informan) bebas menjawab pertanyaan - pertanyaan penelitian.

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 2 bulan yakni Oktober 2022 sampai November 2022. Dalam hal ini peneliti juga melakukan observasi ke lapangan dengan durasi waktu tiga kali seminggu. Hal ini dilakukan untuk lebih mengetahui kondisi lapangan yang terjadi. Lokasi Penelitian adalah suatu objek dalam memecahkan masalah yang diadakannya penelitian. Lokasi penelitian berada di Jalan Braga, Bandung, Jawa Barat. Jalan Braga sendiri memiliki citra sebagai tempat wisata dan tempat yang strategis untuk pengunjung dari luar daerah, sehingga peluang bisnis dapat dilakukan dengan baik dengan pengelolaan kawasan yang baik juga. Penelitian ini dilakukan untuk mengatasi suatu masalah yang berada di dalam jalan braga khususnya untuk pelaku UMKM dalam pemasaran produk. Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data yang dibutuhkan untuk penelitian ini, berasal dari dua jenis data, yaitu :

a) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti langsung dari sumber aslinya. Salah Cara untuk memperoleh data primer adalah dengan cara wawancara dan observasi ke lokasi penelitian. Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara kepada para pelaku UMKM Lukisan Braga dan langsung observasi ke lokasi penelitian.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung. Dalam hal ini, memperoleh data sekunder melalui website, jurnal acuan. Selain itu peneliti, juga melakukan Focus Group Decision (FGD) terhadap ketua dewan seni kota Bandung untuk melengkapi data yang diperoleh dari data primer.

Teknik analisis data dalam penelitian merupakan sebuah hal yang sangat penting untuk memberikan makna dari data-data yang telah diperoleh, sehingga nantinya para pembaca mendapatkan sebuah informasi mengenai hal yang diteliti oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik analisis data yaitu diantaranya observasi, dimana para penulis langsung turun ke lapangan yaitu jalan Braga sehingga dapat mengamati secara langsung aktivitas pelaku UMKM. Selain itu penulis juga melakukan metode studi literatur yang telah meneliti terlebih dahulu, sehingga penulis mendapatkan pandangan terhadap permasalahan yang diteliti. Peneliti juga melakukan *Focus Group Discussion (FGD)*, dengan Ketua Dewan Kesenian Jawa Barat untuk memperoleh insight mengenai lukisan serta pasar dari lukisan tersebut.

Validasi data dalam metode kualitatif yang digunakan oleh peneliti adalah kredibilitas, dan

konfirmasi. Kredibilitas dalam hal ini adalah bagaimana keterlibatan peneliti untuk melakukan perolehan data kepada para pelaku UMKM, serta berdiskusi dengan ahli dibidang seni. Selain itu peneliti juga melakukan observasi lapangan, dengan langsung mendatangi para pelaku UMKM di sepanjang jalan Braga Panjang. Selain itu, peneliti juga melakukan validasi data dengan konfirmasi. Konfirmasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan mengemukakan temuan yang telah didapatkan sesuai dengan kenyataan di lapangan. Metodologi penelitian kuantitatif sebaiknya dijelaskan mengenai: pendekatan, desain penelitian, , subjek/objek penelitian, tempat dan waktu, teknik pengambilan data dan analisa data. Sebaiknya, jika memang perlu, metodologi juga menjelaskan langkah-langkah dalam penelitian sehingga bisa diketahui oleh para ilmuwan lainnya. Bagan atau diagram sangat membantu dalam penjelasan jika memang harus digunakan. Sementara itu, metodologi penelitian kualitatif dapat melewati bagian ini, kecuali dirasa perlu dan penting untuk menjelaskannya. Jika dirasa perlu, metodologi dapat menjelaskan dan hal atau topik yang sedang dibahas, menegaskan sudut pandang atau alat analisis dalam kajian. Di sini, dapat ditegaskan alat atau tools program atau aplikasi untuk membantu analisa. Langkah-langkah penelitian juga dapat digambarkan dengan jelas. Tegaskan pula kriteria validasi data yang digunakan.

HASIL DAN DISKUSI

3.1 Penyuluhan

Hasil dari kegiatan yang dilakukan oleh peneliti adalah penyuluhan. Penyuluhan tersebut memiliki 2 tema besar yaitu digital citizen ship dan pelestarian kearifan lokal. Adanya penyuluhan dilakukan untuk memberikan pengetahuan mengenai pentingnya strategi pasar dengan menggunakan media digital untuk memasarkan sebuah produk kepada target konsumen. Selain itu, penyuluhan ini dilakukan juga untuk memberikan informasi mengenai pentingnya Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) terhadap sebuah karya. Penyuluhan yang telah dilakukan oleh peneliti memberikan beberapa temuan diantaranya adalah:

Pelaku UMKM, tertarik dalam hal memasarkan produk secara digital, karena perkembangan teknologi, terutama kemajuan internet yang tidak bisa dihindari. Dalam hal ini, pelaku UMKM turut aktif dalam hal diskusi, seperti memberikan pertanyaan yang terkait bagaimana beradaptasi dengan dunia digital, bagaimana seni dapat dipasarkan secara digital, serta etika apa yang harus dijaga ketika menekuni pemasaran secara digital. Selain itu, pelaku UMKM juga tertarik terkait dengan materi HAKI, yang berhubungan dengan hasil karya seni. Beberapa Pelaku UMKM lukisan, ada yang menjadi pelukis juga, kemudian dipasarkan, sehingga HAKI menjadi sebuah hal yang penting, terutama untuk karya yang telah diciptakan agar dapat terhindar dari plagiarisme.

3.2 Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperlukan untuk di input kedalam sebuah website. Seperti yang telah dikatakan pada penjelasan sebelumnya, bahwa pengumpulan data menggunakan metode wawancara secara langsung kepada para pelaku UMKM. Para peneliti menyusun beberapa pertanyaan untuk mendapatkan data yang ingin di olah ke dalam sebuah website. Adapun pertanyaannya adalah:

No	Daftar Pertanyaan
1	Siapakah nama dari Bapak selakupelaku UMKM lukisan?
2	Dimanakah alamat tempatberjualan?
3	Siapakah yang menjadi targetpasar pelaku UMKM?
4	Media apa yang digunakan pada lukisan ?
5	Sumber lukisan berasal dari mana?
6	Apakah pernah mengikuti pameran lukisan?
7	Berapa <i>range</i> harga dari sebuah lukisan tersebut?
8	Apakah sebelumnya sudah pernah menggunakan media digital?
9	Apakah website penting untuk memasarkan produk?
10	Apa peran pemerintah ?
11	Foto lukisan yang ingin dimasukkan ke dalam sebuah <i>website</i>

Seperti yang diketahui bahwa tabel 1.1 merupakan daftar pertanyaan yang ditanyakan oleh peneliti ke para pelaku UMKM. Dari keseluruhan pertanyaan tersebut pelaku UMKM memberikan jawaban secara sukarela dan antusias. Terutama pada saat pengenalan website yang akan di *launching* untuk membantu memasarkan produk lukisan. Berikut adalah jawaban dari beberapa pelaku UMKM ketika para peneliti melakukan wawancara:

Informan 1

Pertanyaan	Jawaban
1.Nama	Bapak Ae
2.Usia	42 Tahun
3.Alamat	Jl. Braga Blok BNo. 34
4.Jenis Lukisan	Pemandangan, Kaligrafi, dan Natural
5.Media	Cat Minyak
6. Range Harga Lukisan	Rp 200 ribu - 1,2Juta
7.Sumber Lukisan	Jelekong dan Cileunyi
8.Media Digital	Belum mempunyai media digital
9. Apakah website penting dalam memasarkan produk	Penting, apalagi pada saat ini
10. Peran pemerintah	Pemerintah memberikan akses untuk berjual di sepanjang jalan trotoar Braga

Informan 2

Pertanyaan	Jawaban
1.Nama	Bapak Iin
2.Usia	43 Tahun
3.Alat	Jl. Braga No 37
4.Jenis Lukisan	Pemandangan, Unggas, Buah - buahan
5.Media	Cat, Minyak, Kanvas, Akrilik
6.Range Harga Lukisan	Rp 250 ribu - 15Juta
7.Sumber Lukisan	Jelekong dan melukis sendiri
8.Media Digital	Belum mempunyaimedia digital
9. Apakah website penting dalam memasarkan produk	Penting, apalagi pada saat ini
10. Peran pemerintah	Pemerintah memberikan akses untuk berjual di sepanjang jalan trotoar Braga

Informan 3

Pertanyaan	Jawaban
1.Nama	Bapak DepiKurnia
2.Usia	29 Tahun
3.Alat	Jl. Braga No.57
4.Jenis Lukisan	wisatawan, wargalokal, mancanegara
5.Media	Cat minyak, kanvas
6.Range harga lukisan	Rp 100 ribu - 1,5Juta
7.Sumber Lukisan	Mempunyai karyawan pelukis
8.Media Digital	Sudah memiliki instagram
9. Apakah website penting dalam memasarkan produk?	Sangat penting,khususnya websitedi bidang seni
10. Peran pemerintah	Pemerintah memberikan akses untuk berjualan disepanjang jalan trotoar Braga

Peneliti yang telah mewawancarai pelaku UMKM Lukisan di sepanjang Jalan Braga, menemukan beberapa hal yaitu : untuk menarik minat pembeli, sehingga para pembeli atau calon pembeli

mengetahui maksud dari lukisan tersebut.

- a) Pembeli yang ingin melakukan pembelian, atau ingin mengetahui lebih lanjut terkait lukisan yang ingin dibeli akan diberikan akses untuk menghubungi pelaku umkm secara langsung.
- b) Pelaku UMKM mendukung adanya website yang dirancang untuk memasarkan produk lukisan.
- c) Beberapa pelaku UMKM, pernah memiliki media digital tetapi masih kesulitan untuk memanager media digital.
- d) Pelaku UMKM memiliki beberapa hal dari yang perlu diperhatikan apabila ingin memasarkan produk melalui website, seperti foto harus sesuai dengan asli, website tidak dapat untuk di capture, sehingga meminimalisir plagiarisme lukisan.
- e) Pelaku UMKM lukisan memiliki harapan bahwa adanya website ini, akan selalu berkelanjutan untuk kedepannya tidak hanya sebatas diawal.
- f) Setiap lukisan yang dijual di website, sebaiknya diberikan sebuah deskripsi

3.3 Prototype Website

a. Tampilan Website Sebelum di Design

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, design untuk website artbraga.id sendiri belum mencapai tahap finalisasi. Fitur-fitur dan menu yang dibutuhkan oleh para calon konsumen belum tersedia sama sekali. Hal ini dikarenakan beberapa hal yang menjadi pertimbangan dari Rumah Seni Ropih sebagai pengelola website artbraga. Oleh karena itu dalam menyikapi persoalan tersebut diperlukan model produk yang digunakan sebagai konsep awal sebelum membuat produk akhir yang siap pakai. Berikut ini merupakan tampilan website Artbraga yang masih dalam tahap pengembangan.



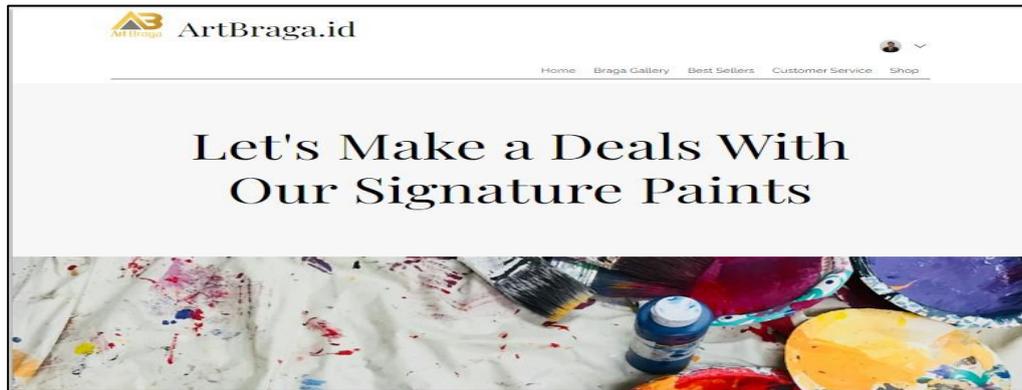
Gambar 4.1 Website ArtBraga Sebelum didesain (Sumber : artbraga.id)

Tampak pada gambar diatas menunjukkan tampilan website artbraga yang akan dijadikan sebagai media promosi lukisan pelaku UMKM yang ada di kawasan Braga masih dalam tahap pembangunan dan belummemuat beberapa fitur dan menu yangdibutuhkan pada sebuah website.

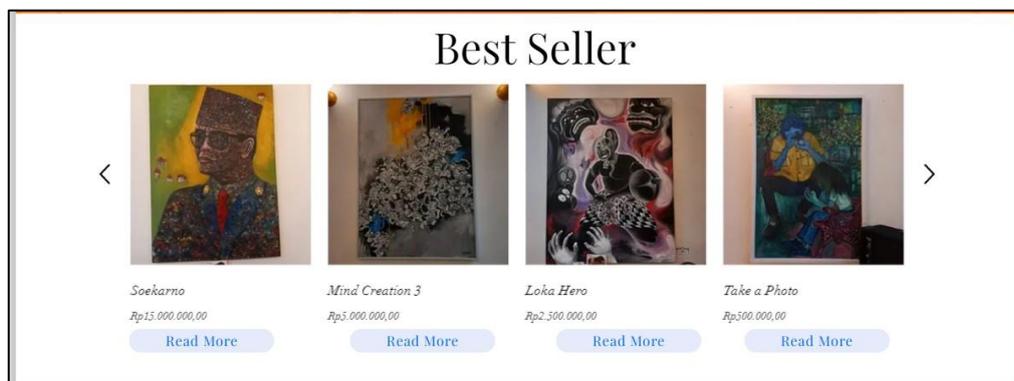
b. Rekomendasi Tampilan Website

Sebagai solusi dalam menjawab tantangandari perkembangan digital, website ini disusun

dengan berbagai fitur-fitur yang memudahkan baik para pembeli maupun pelaku UMKM dalam melakukan transaksi melalui website.

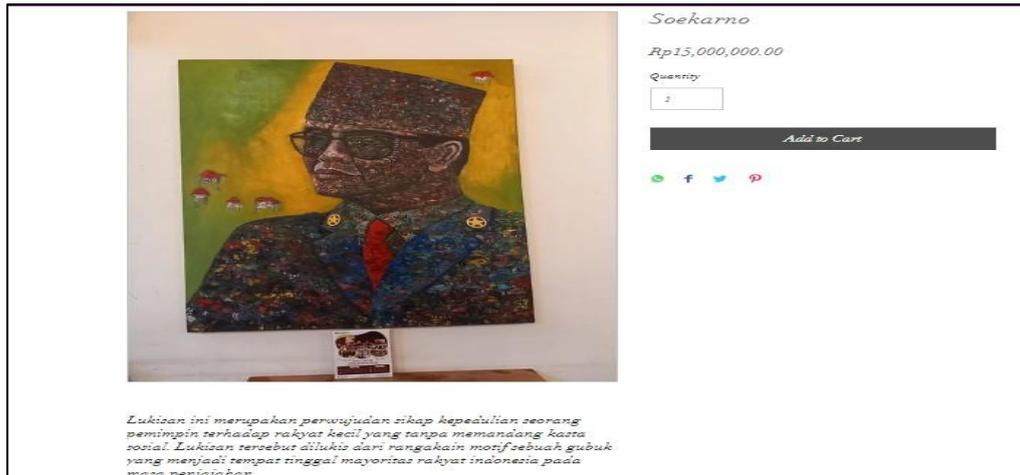


Gambar 4.2 Halaman Depan Website Sumber : Olahan Penulis



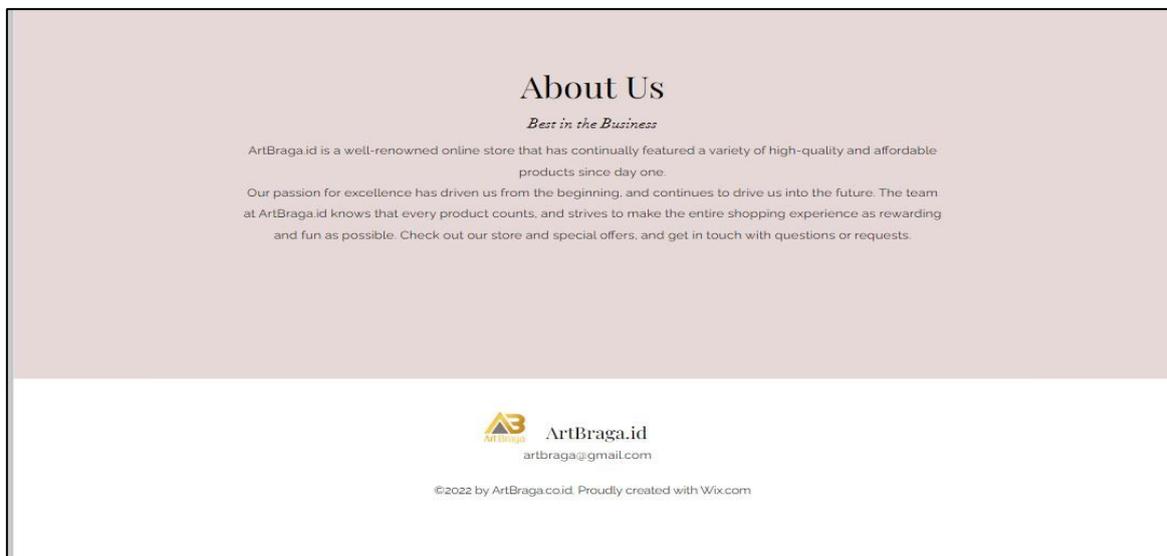
Gambar 4.3 Tampilan Menu Best Seller Artbraga.id (Sumber: Olahan Penulis)

Gambar di atas menunjukkan tampilan *website* Artbraga.id setelah dilakukan pengembangan. Pada halaman depan website terdapat beberapa site menu seperti, Home, Braga Gallery, Best Sellers, Customer Service, Shop serta terdapat Login Bar yang dapat digunakan konsumen untuk membuat akun untuk dapat menjadi member yang akan mendapatkan penawaran atau diskon menarik pada saat event-event tertentu. Pada halaman ini calon konsumen dapat menggunakan beberapa fitur atau menu yang tersedia sesuai kebutuhan masing-masing.



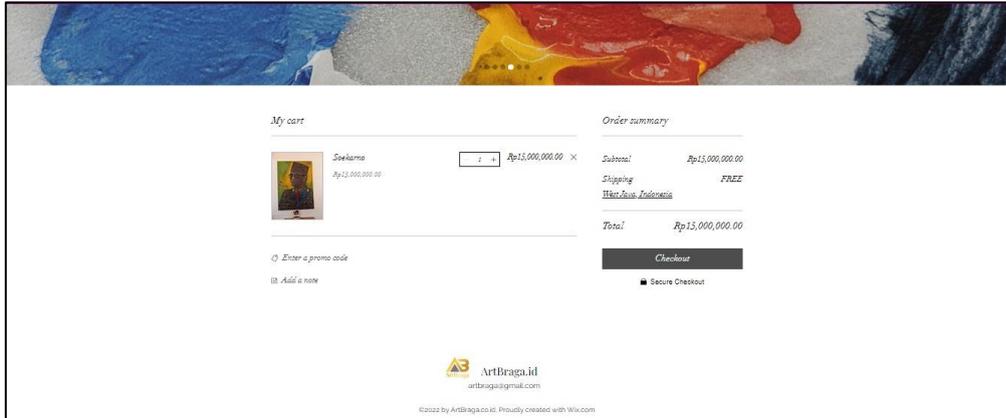
Gambar 4.6 Deskripsi Lukisan Sumber: Olahan Penulis

Gambar di atas memperlihatkan salah satu site menu dari website artbraga.id yaitu menu Best Seller. Pada menu ini calon konsumen dapat mendapatkan informasi terkait produk lukisan yang mendapatkan pembelian terbanyak di setiap bulannya sesuai dengan range harga yang telah diperlihatkan pada website. Selain itu konsumen juga dapat membaca deskripsi lukisan yang akan dibeli. Tujuan dibuatnya deskripsi ini yaitu sebagai strategi untuk menarik minat konsumen dengan cara hadir dalam sentuhan emosional kepada konsumen. Selain itu dalam merespon kebutuhan semua calon konsumen yang tidak hanya datang dari warga lokal namun juga datang dari berbagai mancanegara, maka website ini juga dilengkapi dengan fitur bahasa (*language*) yang bisa digunakan dalam mempermudah aktivitas selama mengunjungi website artbraga.



Gambar 4.4 Halaman Akhir Website (Sumber : Olahan Penulis)

Pada bagian ini tertuang profil dari ArtBraga serta informasi kontak dari artbraga yang digunakan sebagai informasi dan berkomunikasi kepada *Artbraga*.



Gambar 4.5 Pemesanan Lukisan (Sumber: Olahan Penulis)

Gambar diatas menunjukkan tampilan informasi pembayaran berdasarkan pesanan yang harus dibayar oleh pembeli. Dalam hal ini untuk memudahkan proses pembayaran Artbraga menyediakan metode pembayaran baik tunai maupun menggunakan kartu

3.4 Bela Negara di Era Digital

Bela negara yang dilakukan untuk menunjukkan rasa cinta tanah air, dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, salah satunya adalah peduli terhadap permasalahan yang terjadi di lingkungan sekitar. Pada hal ini peneliti ingin membantu para pelaku UMKM lukisan Braga dengan merancang sebuah website untuk membantu dalam hal memasarkan produk serta menjaga pelestarian kearifan lokal dari sebuah karya seni yang sudah lama ada di Braga. Dalam perkembangan dunia digital yang semakin pesat, bela negara juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan internet yang semakin maju, dalam hal positif. Hal inilah yang dilakukan oleh para peneliti, yaitu membantu para pelaku UMKM untuk bisa masuk, serta menggunakan media digital, sehingga karya yang dijual dan dihasilkan dapat lebih dikenal khalayak ramai, baik dalam negeri maupun luar negeri.

KESIMPULAN

Teknologi informasi yang bertransformasi digital membuat dampak ekonomi dapat dirasakan secara langsung pada pelaku UMKM lukisan di kawasan braga. Dalam memanfaatkan teknologi yang ada dalam proses promosi pelaku UMKM masalah yang sering ditemukan adalah pelaku UMKM lukisan tidak dapat melakukan pengelolaan sosial media dengan baik dan juga kurang adanya peran dari pemerintah yang dapat dirasakan secara langsung, oleh karena itu kami melihat peluang untuk melakukan pengembangan website dengan tujuan memberikan wadah bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan hasil karya nya melalui website art.braga.co.id, sehingga nantinya dapat bersaing dengan kompetitor yang ada. Dalam menjawab permasalahan tersebut kami sudah merancang prototype Website Art.braga sebagai sarana promosi, oleh karena itu dalam merancang Prototype tersebut kami memerlukan sebuah data. Oleh karena itu dalam mengumpulkan data kami menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan melakukan wawancara secara langsung kepada masyarakat setempat khususnya Pelaku UMKM lukisan, dalam kegiatan wawancara tersebut antusias masyarakat sangat

tinggi dalam mendukung penjualan melalui website Art. Braga.co.id. Selain itu peran pemerintah sangat diperlukan dalam menjaga kawasan braga yang dikenal sebagai citra bagi wisatawan. dan menjamin fasilitas yang diberikan untuk pelaku UMKM lukisan sebagai langkah untuk melestarikan kearifan lokal kawasan braga yang aman, nyaman dan bersih. Hasil temuan kami menemukan Pemerintah Kota Bandung telah memberikan fasilitas untuk pelaku UMKM dengan meringankan pada tidak membayar pajak selain itu juga kami menemukan bahwa fasilitas yang diberikan sudah diperhatikan dengan baik seperti contoh perbaikan pada infrastruktur yang sudah tidak layak pakai.

Pemanfaatan sebuah website Art. Braga. co.id tentunya dilakukan dengan memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat tentang pentingnya strategi pemasaran dan pentingnya hak cipta pada sebuah karya. Kegiatan yang kami lakukan dalam memberikan pengetahuan pentingnya strategi pemasaran dan pentingnya HAKI dilaksanakan melalui penyuluhan yang berjalan dengan lancar dengan dihadiri oleh pelaku UMKM, pelukis maupun masyarakat dengan jumlah peserta 20 orang dan mendapatkan rekomendasi dan saran dari masyarakat terkait dengan pengembangan website.

Keterbatasan Penelitian

Kegiatan penelitian ini tentunya masih memiliki kekurangan, sehingga dibutuhkannya saran untuk lebih mengembangkan website sebagai implementasi digital dan kearifan lokal di Braga. Adapun saran yang ingin disampaikan adalah :

- a) Pengembangan website yang dilakukan harus tetap berkembang untuk kedepannya, sehingga tidak hanya pelaku lukisan saja yang terdapat di dalam sebuah website, melainkan semua pelaku seni UMKM di Braga.
- b) Tampilan website yang nyaman untuk dilihat dan mudah untuk digunakan
- c) Melakukan penyuluhan lebih lanjut, terkait media website yang digunakan untuk memasarkan produk pelaku UMKM, sehingga para pelaku UMKM menjadi lebih mengerti dan paham tentang penggunaan media digital tersebut
- d) Memberikan langsung secara nyata terkait pendaftaran HAKI untuk melestarikan kearifan Gagasan mengenai manusia sebagai makhluk relasional mengungkapkan kodrat dari manusia itu sendiri. Kodrat manusia sebagai makhluk relasional ini merupakan kemampuan untuk membangun hubungan dengan sesama, alam dan Tuhan. Ekspresi dari hubungan ini ialah kelahiran sebuah komunitas religius dan kebudayaan manusia seperti simbol, mitos dan tradisi. Gagasan mengenai manusia sebagai makhluk relasional ini membuka cakrawala baru tentang manusia dan keistimewaannya.

REFERENSI

- Abdul, Y. (2022). Deepublish . *Pengertian dan Konsep Kewargaan Digital*.
- Anggaran, D. J. (2022). *Kementrian Keuangan*. Jakarta Pusat: Direktorat Jenderal Anggaran.
- Awan Y. Abdoellah, M. (2016). *Teori dan Analisis Kebijakan* . Bandung: Alfabeta Bandung.
- Dropbox. (2022). experiance dropbox. *Apa itu Transfaransi Digital* .
- Kurniawan, F. (2021). sindo news. *Pengguna Website di Indonesia Naik 61,6% Sepanjang2020*.
- Laily, I. N. (2022). Katadata.co.id. *Pengertian Website Menurut Para Ahli, Beserta Jenis dan Fungsinya*.
- Ramdani, A. R. (2021). Merah Putih. *85,2 Persen Penduduk Bandung Pengguna Internet*.
- Rolarala,B. (2017). *Perancangan Website sebagai Media Promosi Brand Rolarala*. Skripsi. Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Semarang (Unnes). Semarang.
(2022, Maret 23). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022*)*. Diakses pada ... Oktober 2022 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>