



Percepatan Proses Produksi dan Peningkatan Pemasaran Berbasis Teknologi Digital Pada UKM Kerajinan Kayu

Imam Santoso¹, Mardiana Andarwati², Hery Budiyanto³, Dina Poerwoningsih⁴, Aryo
Prakoso⁵

^{1,3,4}Arsitektur, Universitas Merdeka Malang. Jl. Terusan Raya Dieng 62-64 Malang

²Sistem Informasi, Universitas Merdeka Malang. Jl. Terusan Raya Dieng 62-64 Malang

⁵Ilmu Komunikasi, Universitas Merdeka Malang. Jl. Terusan Raya Dieng 62-64 Malang

e-mail: imam.santoso@unmer.ac.id¹, mardiana.andarwati@unmer.ac.id²,

hery.budiyanto@unmer.ac.id³, dina.poerwoningsih@unmer.ac.id⁴, aryo.prakoso@unmer.ac.id⁵

ABSTRAK

Kata Kunci:

Produksi
Pemasaran
Digital
Kerajinan Kayu

Persaingan ekonomi global menjadi tantangan untuk UKM produk kreatif bidang kerajinan. Permasalahan yang sering dihadapi adalah kapasitas produksi yang kurang bila dibandingkan dengan permintaan konsumen terutama terkait dengan peralatan produksi untuk produksi massal dan pemasaran produk secara *online*. Masalah lain adalah saat ini media pemasaran kurang akan mempengaruhi minat konsumen untuk mendapatkan produk UKM produk kreatif bidang kerajinan. Untuk itu perlu adanya pengembangan produk kreatif UKM yang mempunyai nilai ekonomi dan daya saing tinggi serta mampu menyerap tenaga kerja sehingga dapat menekan angka pengangguran dan kemiskinan. Usaha skala Kecil dan Menengah punya potensi untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki baik sumber daya alam, sumber daya manusia dan budaya lokal, sehingga menjadi kekuatan ekonomi masyarakat setempat. Salah satu UKM Industri kreatif bidang kerajinan yang berkembang di Kota Malang adalah UKM yang memproduksi Kerajinan Kayu GS4 *Woodcraft* yang dipilih sebagai mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan fokus pembinaan pada percepatan aspek produksi dan pemasaran berbasis teknologi digital. Pendampingan mitra UKM pada aspek produksi telah meningkatkan produktivitas melalui pembuatan/perakitan alat CNC *Router* yang meningkatkan produksi hingga 2 kali lipat dan lebih presisi dibanding proses pemotongan dengan *scrollsaw*, selain itu diversifikasi produk dilakukan dengan pembuatan 10 variasi produk baru. Pengembangan pemasaran dilakukan dengan penyempurnaan *digital marketing* sehingga UKM ini bisa meningkatkan kinerja pemasaran secara *online*.

ABSTRACT

Keyword:

Production
Marketing
Digital
Woodcraft

Global economic competition is a challenge for SMEs with creative products in the craft sector. The problem that is often faced is production capacity that is lacking when compared to consumer demand, especially related to production equipment for mass production and online product marketing. Another problem is that currently marketing media will not influence consumer interest in obtaining SME products for creative handicraft products. For this reason, it is necessary to develop creative products for SMEs that have high economic value and competitiveness and are able to absorb labor so that they can reduce unemployment and poverty. Small and Medium scale enterprises have the potential to be developed by

utilizing all available resources, both natural resources, human resources and local culture, so that they become the economic strength of the local community. One of the creative industry SMEs in the craft sector that is developing in Malang City is GS4 Woodcraft the UKM that produces Wood Crafts which were selected as partners in the Community Partnership Program with a focus on coaching on accelerating aspects of production and marketing based on digital technology. Assistance for SME partners in the production aspect has increased productivity through the manufacture/assembly of CNC Router tools which increase production by up to 2 times and are more precise than the cutting process with a scroll saw, in addition to product diversification by making 10 new product variations. Marketing development is carried out by improving digital marketing so that these SMEs can improve their online marketing performance.

PENDAHULUAN

Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha skala besar pada berbagai sektor termasuk industri, perdagangan, dan jasa yang mengalami stagnasi bahkan sampai terhenti aktifitasnya pada tahun 1998. Namun, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi. Kegiatan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. Berbagai upaya pengembangan UKM telah dilakukan, salah satunya dengan membangkitkan dan memperbanyak orang atau pengusaha baru di bidang UKM, sehingga masyarakat desapun diberi keterampilan dengan harapan keterampilan tersebut menjadi sebuah usaha kreatif yang memberi manfaat bagi perekonomian keluarga dan masyarakat desa. Selain itu, usaha kreatif tersebut juga dapat membuka kesempatan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat [1]. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UKM produk kreatif harus siap bersaing dalam ekonomi global [2]. Untuk itu perlu adanya pengembangan produk kreatif UKM yang mempunyai nilai ekonomi dan daya saing tinggi serta mampu menyerap tenaga kerja sehingga dapat menekan angka pengangguran dan kemiskinan. Usaha skala Kecil dan Menengah punya potensi untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki baik sumber daya alam, sumber daya manusia dan budaya lokal, sehingga menjadi kekuatan ekonomi masyarakat setempat [3]. Agar memudahkan pencapaian keberhasilan Program Kemitraan Masyarakat, maka pelaksanaannya harus difokuskan kepada sasaran yang mempunyai dampak besar terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pada masa kini, industri pariwisata di Indonesia berkembang dengan pesat. Seiring dengan hal tersebut industri pariwisata perlu didukung oleh produk industri kreatif, antara lain produk

souvenir dan aksesoris rumah. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UKM produk kreatif harus siap bersaing dalam ekonomi global [4]. Untuk itu perlu adanya pengembangan produk kreatif UKM yang mempunyai nilai ekonomi dan daya saing tinggi serta mampu menyerap tenaga kerja sehingga dapat menekan angka pengangguran dan kemiskinan. Usaha skala Kecil dan Menengah punya potensi untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki baik sumber daya alam, sumber daya manusia dan budaya lokal, sehingga menjadi kekuatan ekonomi masyarakat setempat. Agar memudahkan pencapaian keberhasilan program Pemberdayaan Berbasis Masyarakat, maka pelaksanaannya harus difokuskan kepada sasaran yang mempunyai dampak besar terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Salah satu UKM Industri kreatif bidang kerajinan kayu yang berkembang di Kota Malang. [5] Di era yang modern ini perkembangan usaha kerajinan kayu di Indonesia sudah mengalami kemajuan yang cukup berarti. Pada awalnya masyarakat kita umumnya dan perajin pada khususnya hanya mengenal jenis-jenis kerajinan kayu yang menggunakan teknologi sederhana sehingga dikenal produk-produk kerajinan tradisional. Dalam perkembangan berikutnya hingga kini masyarakat telah mulai mengenal dan memiliki berbagai jenis produk kerajinan kayu dengan berbagai variasi dan macam corak ragam, cara berproduksi telah menggunakan alat-alat produksi masinal maupun teknologi berbasis IT. Meskipun masih banyak memakai tenaga manual sesuai dengan karakter kerajinan dimana sekitar 60% menggunakan tenaga manusia. Inovasi dan kreativitas desain diperlukan agar pelanggan selalu memperoleh produk yang baru demikian pula dalam teknik pengerjaan meskipun tidak menggunakan mesin-mesin yang sangat canggih namun diupayakan menghasilkan produk yang inovatif, indah, bersih, halus dan menarik [6]. Salah satu UKM Industri kreatif bidang kerajinan yang berkembang di Kota Malang yang menjadi Mitra Program Kemitraan Masyarakat (PKM) adalah UKM Kerajinan Kayu GS4 *woodcraft*.



Gambar 1. Produk UKM Kerajinan Kayu GS4 *Woodcraft*

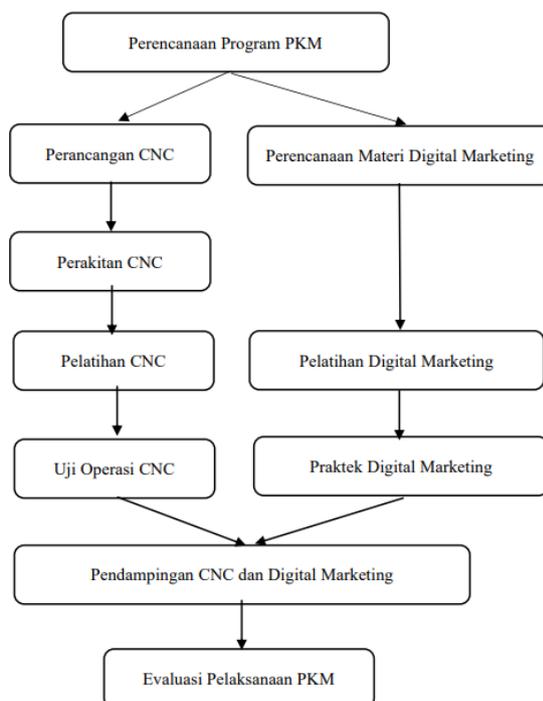
Permasalahan yang masih dihadapi UKM *Gift Box*, antara lain: (1) Permohonan produk kerajinan kayu dalam jumlah besar dan bentuk yang sama semakin meningkat sementara peralatan produksi masih dilakukan menggunakan scrolsaw masih belum mampu menanganinya sehingga terjadi penumpukan order. Apabila persoalan ini dibiarkan akan menyebabkan daftar tunggu semakin

panjang dan kemungkinan akan menurunkan tingkat kepercayaan pelanggan. (2) Permintaan produk souvenir kayu semakin bervariasi dan cenderung banyak yang menginginkan produk dengan ukuran dan desain khusus (custom). Diperlukan pembinaan pada aspek desain produk sehingga apabila banyak permintaan produk khusus telah tersedia alternatif desain-desain khusus. (3) Saat ini promosi banyak dilakukan secara online, sedangkan *offline* menggunakan media pameran. Namun masih banyak kekurangan dalam media promosi *digital marketing*.

Tujuan program pengabdian masyarakat dalam rangka pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat, adalah: mengatasi permasalahan yang dialami oleh mitra pengabdian terkait dengan percepatan produksi dan pemasaran berbasis teknologi digital.

METODE

Metode dan tahapan dalam Program Percepatan Proses Produksi dan Peningkatan Pemasaran Berbasis Teknologi Digital dapat dilihat pada bagan berikut:



Gambar 2. Bagan Metode dalam PKM Percepatan Proses Produksi dan Peningkatan Pemasaran Berbasis Teknologi Digital

Uraian singkat Metode PKM Percepatan Proses Produksi dan Peningkatan Pemasaran Berbasis Teknologi Digital adalah sebagai berikut:

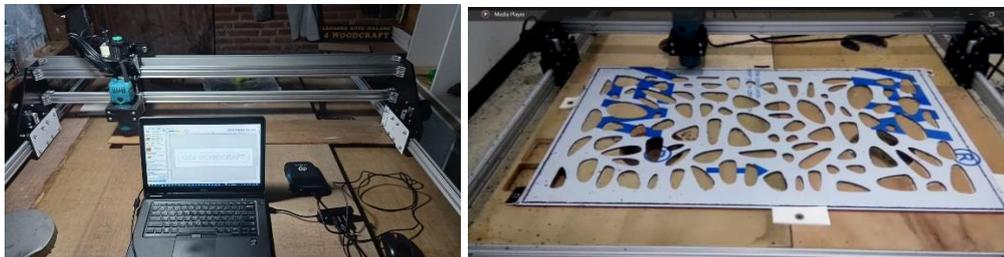
1. Perancangan dan perakitan mesin CNC *Hybrid Router-Laser*,
 - Perancangan sistem produksi berbasis digital menggunakan *CNC Hybrid Router-Laser*
 - Perencanaan Produk
2. Pelatihan

- Pelatihan mengoperasikan *CNC Hybrid Router-Laser*
 - Pelatihan *Digital Marketing*
3. Uji operasi,
 - Penyiapan manajemen produksi
 - Penyiapan alat dan bahan
 - Produksi souvenir
 - Produksi aksesoris rumah
 4. Pendampingan operasional, dan penerapan teknologi tersebut kepada mitra
 - Pendampingan operasional dilakukan secara kontinyu dengan mencatat kegiatan dan hasil yang dicapai setiap hari.
 - Pendampingan operasional berkala dilakukan setiap minggu dengan mengumpulkan dan mengevaluasi data mingguan.
 - Pendampingan operasional berkala dilakukan setiap bulan dengan mengumpulkan dan mengevaluasi data bulanan serta pelaporan kegiatan dan hasil perikanan selama satu bulan.
 5. Evaluasi pelaksanaan program dilakukan secara berkala:
 - Evaluasi mingguan, setiap hari Sabtu
 - Evaluasi bulanan, setiap akhir bulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Solusi dalam mengatasi permasalahan aspek produksi,

Dalam mengatasi masalah kecepatan dan ketepatan produksi dilakukan dengan perakitan 1 buah *CNC Hybrid Router-Laser* serta pembinaan operasional peralatan *CNC Hybrid Router-Laser* selama 1 minggu. Dampaknya terlihat dari jumlah produk 100 buah souvenir yang semula memerlukan waktu 7 hari dengan alat CNC Router dapat diselesaikan dalam waktu 2 hari sehingga meningkatkan produktivitas lebih dari 2 (dua) kali dibandingkan produksi sebelumnya.



Gambar 3. *CNC Hybrid Router-Laser* yang digerakkan menggunakan perangkat lunak dan Komputer

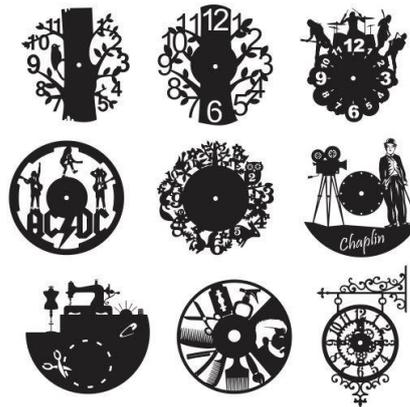


Gambar 4. Souvenir Kayu yang Dibuat Menggunakan CNC Hybrid Router-Laser

2. Solusi dalam mengatasi permasalahan aspek desain produk

Dalam mengatasi masalah desain produk, maka dilakukan 2 aktivitas, yaitu:

- Melakukan pelatihan pengembangan kemampuan desain *souvenir* menggunakan aplikasi desain grafis *Aspire* selama 1 minggu sehingga menghasilkan 10 desain baru dan 10 desain pengembangan.
- Diversifikasi produk yang lebih variatif menghasilkan 10 buah produk baru dan 10 produk pengembangan.



Gambar 5. File Vektor Desain Jam Untuk Dikerjakan dengan Mesin CNC Router Menggunakan *Aspire*

3. Solusi dalam mengatasi masalah Pemasaran:

- Melakukan *workshop digital marketing* dengan mengundang narasumber yang kompeten. *Workshop* ini diikuti oleh 15 orang dari beberapa pengusaha UKM Kerajinan.
- Melakukan rebranding dan penyempurnaan digital marketing yang sudah dimiliki oleh GS4 *Woodcraft* agar dapat menarik pelanggan yang lebih banyak dan terjadi peningkatan omset penjualan.



Gambar 6. Workshop *Digital Marketing*

SIMPULAN

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UKM handicraft harus siap bersaing dalam ekonomi global. Untuk itu dilakukan pembinaan pengembangan produk kreatif UKM khususnya UKM bidang kerajinan kayu sehingga mempunyai nilai ekonomi dan daya saing lebih tinggi, antara lain pada aspek produktivitas, desain dan pemasaran.

Pada aspek produksi, telah diberikan stimulan berupa alat CNC *Hybrid Router-Laser* yang meningkatkan produktivitas lebih dari 2 kali dibanding produksi dengan menggunakan mesin *scrollsaw*, hal ini berdampak positif dalam jumlah produksi dan omset UKM GS4 *Woodcraft* per bulannya. Pada aspek desain produk dapat dilihat dari peningkatan kemampuan desain dengan menggunakan aplikasi desain grafis *Aspire* yang telah menghasilkan 10 desain baru dan 10 desain pengembangan. Pada aspek pemasaran telah dilakukan penyempurnaan digital marketing GS4 *Woodcraft* dalam media Instagram dan Tiktok.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] H. Budiyanto, A. Suprpto, and D. Poerwoningsih, "Program Pengembangan Kewirausahaan dalam Bentuk Inkubator Bisnis di Perguruan Tinggi bagi Mahasiswa Pemilik Usaha Pemula," in *Seminar Nasional Sistem Informasi (Senasif) 2017*, 2017, no. September, pp. 385–394. [Online]. Available: <https://seminar.unmer.ac.id/index.php/senasif/2017/paper/view/33/39>
- [2] R. Yuniarti, A. Rahman, J. T. Industri, F. Teknik, U. Brawijaya, and J. Timur, "STRATEGI PEMASARAN PADA UKM KERIPIK TEMPE SANAN," *J. Tek. Ind. Vol. 14, No. 2, Agustus 2013 173–183*, vol. 14, no. 2, pp. 173–183, 2013, doi: 10.22219/JTIUMM.Vol14.No2.174-185.
- [3] Andri Hardiyansyah, Andri Ikhwana, and Rina Kurniawati, "Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mie Basah (Studi Kasus Di PD. LUGINA - Garut)," *J. Kalibr.*, 2015.
- [4] J. Jauhari, "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce," *J. Sist. Inf.*, vol. 2, no. 1, pp. 159–168, 2010, [Online]. Available: <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/article/view/718>
- [5] S. N. Sarfiah, H. E. Atmaja, and D. M. Verawati, "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa," *J. Ris. Ekon. Pembang.*, vol. 4, no. 2, pp. 41–52, 2019, doi:

<http://dx.doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>.

- [6] E. Subiyantoro, A. R. Muslikh, M. Andarwati, G. Swalaganata, and F. Y. Pamuji, “Analisis Pemilihan Media Promosi UMKM untuk Meningkatkan Volume Penjualan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP),” *J. Teknol. dan Manaj. Inform.*, vol. 8, no. 1, pp. 1–8, 2022, doi: 10.26905/jtmi.v8i1.6760.