

Peningkatan produktivitas kerajinan tangan pirografi berbasis digital

Lustina Fajar Prastiwi^{1*}, Inayati Nuraini Dwiputri², Annisya³, Sri Handayani⁴

¹Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia, email: lustina.prastiwi.fe@um.ac.id

²Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia, email: inayati.dwiputri.fe@um.ac.id

³Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia, email: annisya.fe@um.ac.id

⁴Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia, email: sri.handayani.fe@um.ac.id

*Koresponden penulis

Info Artikel

Diajukan: 2021-10-20

Diterima: 2022-01-25

Diterbitkan: 2022-02-15

Keywords:

productivity improvement;
phyrographic crafts; digital
based

Kata Kunci:

peningkatan produktivitas;
kerajinan tangan pirografi;
digital



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2022 Lustina Fajar Prastiwi, Inayati Nuraini Dwiputri, Annisya, Sri Handayani

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia are growing very rapidly. Battosae Kertosono is an MSME engaged in pyrography handicrafts. However, these MSMEs have several obstacles, including the manual equipment used, monotonous marketing media and low understanding of financial technology. To solve the problem, the activities carried out by the service team are: 1) Adding production equipment to increase business productivity; 2) Adding a variety of marketing methods; 3) Business Management and Introduction of financial technology. Addition of production equipment to increase business productivity. The addition of production equipment is realized through the procurement of laser engraving wood printers and computers to increase creativity, tidiness and efficiency in processing time so that the resulting product is better. Activities to increase the variety of marketing methods are realized through the use of social media and marketplaces. The use of social media and marketplaces reduces marketing costs and is able to expand the market. Meanwhile, activities for improving business management and introducing financial technology are carried out through training and discussions with business owners. Through this activity, the services provided by Battosae Kertosono craftsmen are getting better because they can provide easy transactions and services to consumers.

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia berkembang sangat pesat. Battosae Kertosono adalah UMKM yang bergerak di bidang kerajinan tangan pirografi. Namun, UMKM ini memiliki beberapa kendala antara lain, masih manualnya peralatan yang digunakan, media pemasaran yang monoton dan masih rendahnya pemahaman tentang financial technology. Untuk menyelesaikan masalah, kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian yaitu: 1) Penambahan alat produksi untuk meningkatkan produktivitas usaha; 2) Penambahan variasi metode pemasaran; 3) Manajemen Usaha dan Pengenalan financial technology. Penambahan alat produksi untuk meningkatkan produktivitas usaha. Penambahan alat produksi diwujudkan melalui pengadaan printer laser kayu engraving dan computer untuk meningkatkan kreatifitas, kerapihan dan efisiensi waktu pengerjaan sehingga produk yang dihasilkan menjadi lebih baik. Kegiatan peningkatan variasi metode pemasaran diwujudkan melalui penggunaan sosial media dan marketplace. Pemanfaatan

media sosial dan marketplace menurunkan biaya pemasaran dan mampu memperluas pasar. Sedangkan kegiatan peningkatan manajemen usaha dan pengenalan financial technology dilakukan dengan pelatihan dan diskusi bersama pemilik usaha. Melalui kegiatan ini pelayanan yang diberikan oleh pengrajin Battosae Kertosono semakin baik karena dapat memberikan kemudahan transaksi dan pelayanan kepada konsumen.

Cara mensitasi artikel:

Prastiwi, L. F., Dwiputri, I. N., Annisya', & Handayani, S. (2022). Peningkatan produktivitas kerajinan tangan pirografi berbasis digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(1), 141–153. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i1.13707>

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang dengan jumlah penduduk 267, 05 juta jiwa dan diproyeksikan pada tahun 2010-2035 memiliki jumlah angkatan kerja sebanyak 196, 48 juta jiwa. Kondisi ketenagakerjaan (BPS - Statistics Indonesia, 2019) jumlah angkatan kerja sebanyak 136,18 juta jiwa, sedangkan jumlah penduduk bekerja tahun 2019 sebanyak 129,37 juta jiwa. Permasalahan pokok dalam ketenagakerjaan Indonesia adalah tingkat kesempatan kerja yang semakin menipis seiring jumlah angkatan kerja yang terus meningkat. Seiring dengan masalah tersebut, dua sektor utama yaitu sektor formal dan sektor informal yang berpengaruh terhadap jenis pekerjaan dan penyerapan tenaga kerja sebagai jawaban dari permasalahan ketenagakerjaan. Sektor informal terus memainkan peran penting dalam perekonomian negara berkembang sebagai tiang penyangga krisis global yang sewaktu-waktu dapat terjadi karena tidak berhubungan langsung dengan konsep ekonomi makro, namun dampaknya bisa dirasakan dalam skala besar karena jumlahnya yang sangat besar di Indonesia. Sektor informal juga memiliki beberapa manfaat seperti sistem total lebih baik, beban kerja yang lebih ringan untuk manajemen, kepuasan kerja kelompok, katup pengaman untuk permasalahan yang bersifat emosional, mengisi kesenjangan, saluran komunikasi anggota, merencanakan dan bertindak lebih hati-hati, mendorong kerjasama, memahami dan menangani krisis lebih fleksibel dan mendorong praktik manajemen yang lebih baik (Irawan, 2019).

Salah satu sektor informal yang cukup menjamur di Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Merujuk pada Instruksi Presiden Republik Indonesia nomor 6 Tahun 2009, bahwa industri kreatif terdiri dari Periklanan (kreasi dan produksi iklan), Arsitektur (tata kota, pertamanan, dll), Pasar Barang Seni, Kerajinan, Desain (interior, eksterior, grafis, fashion (tata busana), Video, Film & Fotografi, Permainan Interaktif, Musik, Seni Pertunjukan, Penerbitan & Percetakan, Layanan Komputer & Piranti Lunak, Televisi & Radio, Riset & Pengembangan. Bidang yang cukup menjamur di Indonesia adalah kerajinan. Salah satu kerajinan yang belum banyak terlihat adalah seni lukis bakar pirografi.

Hingga tahun 2017, di Kabupaten Nganjuk terdapat 21.364 (Dinsos, 2018) usaha kecil dan menengah yang berkembang dengan baik di Kabupaten Nganjuk. Salah satu yang cukup potensial adalah "Battosae Kertosono". Battosae Kertosono adalah usaha kerajinan tangan Pirografi. Pirografi

merupakan seni dekorasi dari kayu atau bahan yang lain dengan cara membuat gambar dari hasil pembakaran. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan alat khusus untuk pirografi modern, atau menggunakan logam yang dipanaskan dalam api, bahkan sinar matahari terkonsentrasi dengan lensa pembesar. Produk yang dihasilkan usaha ini antara lain jam dinding, lukisan, dan gantungan kunci. Usaha Battosae Kertosono ini terletak di Desa Tembarak, Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk. UMKM ini menjadi cukup berbeda karena ide yang diusung oleh pengerajin unik dan masih belum banyak dilakukan oleh UMKM lain.

UMKM Battosae Kertosono merupakan salah satu UMKM unggulan di Kabupaten Nganjuk. Produk kerajinan tangan pirografi memiliki prospek yang bagus. Pertama, kerajinan tangan ini menggunakan limbah kayu yang cara mendapatkannya sangat mudah, yaitu berasal dari kayu yang selesai digunakan dalam proses pengiriman barang. Secara berkelanjutan, usaha ini merupakan usaha ramah lingkungan, bahan baku yang mudah didapatkan serta bernilai seni tinggi. Kedua, pemilik merupakan tenaga kerja usia produktif yang tidak dapat memasuki sektor formal sehingga usaha kecil menengah ini menjadi penopang pendapatan keluarga sekaligus menghilangkan potensi pengangguran. Ketiga, jenis kerajinan Battosae dirasa sangat unik dan belum banyak pengerajin yang dapat melakukannya sehingga berpotensi untuk dikembangkan. Seiring dengan era revolusi industri 4.0 ke arah globalisasi dan digitalisasi, UMKM sebagai tiang penyangga ekonomi kelas menengah ke bawah harus terus dikembangkan. Pengembangan UMKM dapat dilakukan kearah peningkatan penggunaan teknologi dan digitalisasi. Penggunaan teknologi pada UMKM Battosae sangat diperlukan untuk mendukung produktivitas kerajinan tangan tersebut. Sedangkan digitalisasi diperlukan untuk meningkatkan sarana pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan pemaparan keunggulan usaha kecil menengah “Battosae Kertosono” patut untuk dikembangkan secara lebih lanjut guna meningkatkan produktivitas dan pendapatan. Namun hingga kini, terdapat beberapa masalah pada UMKM ini antara lain kurangnya alat-alat produksi yang dimiliki oleh pemilik usaha, variasi metode pemasaran, manajemen usaha dan pengenalan financial technology dalam meningkatkan daya saing UKM yang masih rendah. Kendala-kendala tersebut membuat produktivitas usaha ini menjadi kurang maksimal. Maka dari itu penggunaan teknologi modern ini harus segera diselesaikan guna meningkatkan produktivitas agar perkembangan usaha dapat meningkat ke arah yang lebih baik.

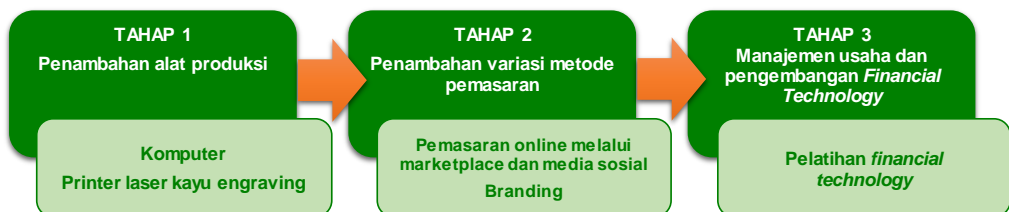
Tujuan dilakukannya Pengabdian Kepada Masyarakat pada usaha Battosae Kertosono ini adalah ikut serta dalam meningkatkan kapabilitas UMKM agar mampu menghadapi revolusi industri 4.0 dan menjawab tantangan global. Selain itu kegiatan ini berupaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengajin dalam usaha meningkatkan produktivitas dan nilai ekonomis produk. Melalui kegiatan pengabdian ini, usaha Battosae dapat menghasilkan produk yang memiliki nilai guna lebih dan meningkatkan profitabilitas pengerajin.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan oleh tim pengabdian untuk mengurai masalah pelaku usaha yaitu:

- 1. Penambahan alat produksi untuk meningkatkan produktivitas usaha**
Alat-alat produksi yang tidak memadai menyebabkan proses produksi yang lama dan hasil yang kurang rapi. Alat-alat yang dimiliki oleh pemilik masih menggunakan alat manual. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan melakukan penambahan alat *printer laser kayu engraving* untuk mempermudah dan meningkatkan kualitas hasil dari kerajinan pirografi yang dihasilkan.
- 2. Penambahan variasi metode pemasaran**
Pemasaran produk usaha selama ini dilakukan melalui pameran, namun pameran ini juga tidak diselenggarakan berkala. Disisi lain, pemilik usaha sudah menyadari peran digitalisasi dalam pemasaran yaitu melalui media online. Media online yang dituju adalah melalui *marketplace* seperti shopee dan melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram.
- 3. Manajemen usaha dan pengenalan *financial technology***
Usaha Battosae ini belum menerapkan sistem manajemen yang tepat dan semua hal dikerjakan sendiri, mulai aspek produksi, desain, dan pemasaran. Perlu adanya suatu manajemen yang baik dan peningkatan kreativitas serta pengenalan *financial technology* serta penguatan pasar.

Adapun tahapan pemecahan masalah pelaksanaan pengabdian masyarakat tergambar pada diagram sebagaimana gambar 1.



Gambar 1. Skema pemecahan masalah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pirografi adalah seni dekorasi dari kayu atau bahan lain dengan cara membuat gambar dari hasil pembakaran. Di Eropa, penggunaan teknik pirografi berkembang di Rumania dan Hongaria, sedangkan di Amerika Selatan berkembang di Argentina (Wikipedia, 2021). Pirografi merupakan seni dekorasi dari kayu atau bahan yang lain dengan cara membuat gambar dari hasil pembakaran. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan alat khusus untuk pirografi modern, atau menggunakan logam yang dipanaskan dalam api, bahkan sinar matahari terkonsentrasi dengan lensa pembesar. Hasil dari pirografi merupakan seni yang memberikan efek terbakar pada lukisan di atas media pirograf seperti kayu. Produk yang dihasilkan dari usaha ini antara lain jam dinding, lukisan, dan gantungan kunci. Bahan baku untuk kerajinan tangan pirografi cukup beragam, namun yang umum digunakan adalah limbah kayu.

Serat kayu yang cantik mampu menambah keunikan dari desain pirografi yang dilukis.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan langsung di lokasi UMKM Battosae Kertosono yang berlokasi di Desa Tembarak, Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama 2 hari yaitu pada 19 Juni 2021 dengan kegiatan pengadaan bantuan alat produksi yang kemudian dilanjutkan pada tanggal 20 Juni 2021 dengan kegiatan penambahan variasi metode pemasaran dan manajemen usaha dan pengenalan financial technology. Kegiatan ini dilaksanakan bersama komunitas *Creativepreneur* "No Name" Kabupaten Nganjuk yang merupakan kelompok pelaku usaha UMKM di Kabupaten Nganjuk. Kegiatan ini dihadiri oleh 20 orang pelaku usaha sehingga penuluran ilmu dan materi tidak hanya dimiliki oleh pemilik UMKM Battosae Kertosono namun juga pelaku usaha yang lain.

Pemilik usaha Battosae Kertosono merupakan seorang laki-laki muda bernama Rama Andani. Rama merupakan lulusan SMK yang memilih untuk menjadi pengerajin pirografi setelah tidak sengaja melihat serat kayu limbah dan muncul ide untuk menekuni seni lukis bakar setelah datang ke sebuah pameran UMKM di Kabupaten Nganjuk. Rama kemudian mencoba untuk membuat kerajinan ini dalam bentuk lukisan dan gantungan kunci. Awalnya pengerajin melakukan kegiatan lukis dengan alat bakar sederhana yang dirakit sendiri. Namun, kendala Battosae Kertosono adalah masih manualnya peralatan yang digunakan, media pemasaran yang monoton dan masih rendahnya pemahaman tentang *financial technology*. Keterbatasan modal menjadi kendala utama pengerajin dalam pengadaan alat lukis bakar professional. Akibatnya, pengerajin tidak dapat mendesain dan membentuk aneka model kayu dengan rapi dan proses pengerjaan yang cukup lama. Alat-alat yang digunakan sebelum adanya kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah seperti gambar 2. Akibat keterbatasan tersebut, hanya model kerajinan sederhana yang dapat diproduksi oleh pengerajin seperti gantungan kunci seperti pada gambar 3 dan 4.



Gambar 2. Alat-alat pirografi yang digunakan



Gambar 3. Proses pembakaran secara manual

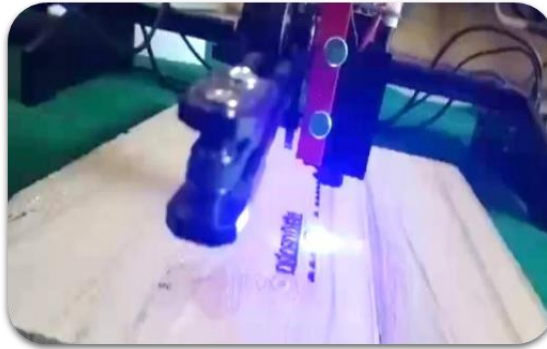


Gambar 4. Hasil produk gantungan kunci dengan alat pirografi sederhana

Berdasarkan kendala-kendala yang dialami oleh pengerajin Battosae Kertosono, kegiatan yang sesuai untuk menguraikan masalah pengerajin tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penambahan alat produksi untuk meningkatkan produktivitas usaha

Kegiatan pertama adalah dengan melakukan penambahan alat produksi berbasis digital dan elektronik yaitu pengadaan komputer dan printer laser kayu *engraving* (Printer 3D Ukir Grafir Laser Engraving Laser 3000mW). Komputer digunakan untuk melakukan proses desain grafis gambar yang akan digunakan sebagai dasar pirograf yang akan dicetak. Sedangkan printer laser kayu digunakan untuk mencetak seni bakar pirograf sehingga lebih mudah dan rapi. Tim memberikan bantuan penambahan alat ini karena selama ini pemilik masih memproduksi secara manual sehingga hasilnya masih belum rapi dan sempurna. Penggunaan alat pirografi yang manual menyebabkan proses pengerjaan yang lama dan hasil pengerjaan yang kurang rapi. Efek bakar yang dihasilkan oleh alat manual tidak merata, huruf yang digunakan tidak seragam dan pengerjaan yang kurang rapi. Dengan penambahan alat produksi ini maka hasil yang diperoleh lebih menarik karena area carving yang dihasilkan seluas 30 x 18 x 4 cm. Seperti terlihat pada gambar 5 dan 6 di bawah ini.



Gambar 5. Proses bakar dengan laser engraving



Gambar 6. Hasil pirografi dengan printer laser engraving

Hasil yang dituangkan dalam media kayu menjadi lebih baik, rapi dan memberikan efek bakar yang merata. Efek bakar yang merata dan font huruf yang dapat disesuaikan membuat pekerjaan ini menjadi lebih mudah dan cepat. Secara nasional, di Indonesia pengerajin dan penjual kerajinan pirografi sudah cukup banyak. Dominasi jumlah pengerajin pirografi ada di Jawa Barat. Kerajinan ini cukup berkembang dengan baik didukung dengan bakat-bakat seni berdarah sunda. Inovasi dan kreativitas yang dituangkan oleh para pengerajin membuat kesenian ini menjadi berkembang pesat dan mampu bersaing di pasar nasional. Apabila pelaku usaha Battoosae Kertosono tidak segera meningkatkan alat teknologi kearah digital maka akan terjadi kesenjangan dan ketertinggalan produktivitas pasar. Perkembangan kerajinan pirografi cukup bersaing secara harga dan model. Harga dan model lukisan sangat menentukan keinginan konsumen untuk membeli hasil karya pirografi yang dihasilkan pengerajin.

Pengadaan alat pirografi berupa printer laser kayu diharapkan mampu meningkatkan kualitas dan kemampuan bersaing usaha ini pada era globalisasi. Penggunaan teknologi pelaku UKM dapat mempercepat proses produksi dan menambah nilai tambah suatu produk (Murdianto et al., 2020). Dengan menggunakan printer yang baru pelaku bisnis Battoosae Kertosono lebih efisien waktu dan produktivitas. Dengan adanya

printer yang sesuai kebutuhan produksi maka hasil yang dihasilkan lebih cepat dan bervariasi. Hal ini menambah penambahan pendapatan dari pelaku bisnis karena semakin banyak menerima pesanan. Adanya penggunaan mesin baru ini tentunya dapat meningkatkan aktivitas pemberdayaan UMKM. Sesuai dengan (Hasri et al., 2014) yang mengemukakan bahwa dengan adanya pemberdayaan UMKM maka akan mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang dan berkembang dan mampu mengembangkan UMKM menjadi mandiri serta berperan dalam pembangunan daerah dalam menciptakan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan untuk mengurangi kemiskinan di suatu wilayah.

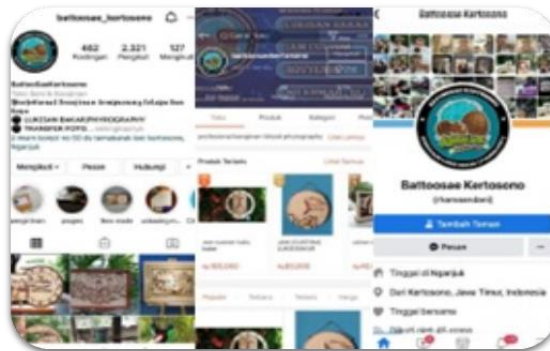
2. Melaksanakan peningkatan variasi metode pemasaran

Dukungan pemasaran digital yang sesuai mampu meningkatkan pengetahuan konsumen atas produk pirografi Battosae Kertosono. Di era millennial dan digitalisasi revolusi industri, peran media sosial menjadi sangat kompleks, mulai dari hiburan, berita, tren, dan jual beli online. Hadirnya *marketplace* seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia mampu membuat perdagangan online UMKM tersokong dengan baik karena mampu meminimalisir biaya pemasaran. Selain itu, peran media sosial yang dapat diakses oleh seluruh kalangan masyarakat mampu memberikan wawasan dan kemudahan konsumen untuk berselancar memilih produk-produk UMKM yang diunggah di akun media sosial UMKM. Menu *search engine* yang disediakan pada internet memberikan kemudahan bertemunya penjual dan pembeli pada suatu akun jual beli. Kemudahan lain adalah adanya menu *chatting*, dimana menu ini memfasilitasi penjual dan pembeli saling berkomunikasi terkait dengan produk yang ditawarkan penjual dan produk yang diinginkan oleh konsumen secara fleksibel. Kehadiran internet dan *smartphone* yang digunakan secara maksimal mampu meningkatkan pemasaran produk-produk UMKM secara masif.

Peningkatan variasi metode pemasaran sangat perlu dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan ini dilakukan melalui pendampingan dalam melakukan pemasaran online. Pendampingan dan penyusunan media sosial dilakukan dengan pembuatan akun pada beberapa sosial media yang cukup familiar seperti Facebook, Instagram dan *marketplace* Shopee. Hasil dari kegiatan ini adalah beberapa tautan *marketplace* dan sosial media antara lain, Shopee: Battoosae Kertosono; Facebook: Battoosae Kertosono; Instagram: battoosae_kertosono. Pemasaran online sangat diminati saat ini karena dengan adanya anjuran pembatasan secara fisik di masa pandemi covid ini tentunya pelaku bisnis harus melakukan inovasi. Pemasaran online menjadi sangat efektif di tengah pandemic Covid-19. Dengan adanya pemasaran online, produktivitas kerajinan tangan Battoosae Kertosono tidak cukup terganggu. Selain itu, pengerajin juga mengetahui seberapa banyak jumlah pengerajin yang menjadi pesaing di pasar. Keuntungan lainnya adalah pasar yang dapat ditembus oleh pengerajin juga cukup luas. Pemasaran produk secara

digital dirasa sangat mudah, murah dan pasar yang dituju juga menjadi lebih luas. Keunggulan-keunggulan pemasaran online ini membuat UMKM yang memiliki modal minim menjadi sangat terbantu dan memiliki akses pada berbagai kalangan konsumen.

Pemanfaatan inovasi metode pemasaran melalui *marketplace* mampu meningkatkan omzet bisnis yang diperoleh pengerajin. Manfaat pemasaran secara online yaitu berjualan secara online bermanfaat dari segi waktu yang lebih fleksibel, memudahkan dalam menjalankan dan mengelola bisnis, memiliki daya Tarik yang lebih tinggi, memiliki jangkauan konsumen yang lebih luas dan banyak serta lebih sedikit dalam penggunaan biaya operasional (Sholeh et al., 2020). Pendampingan yang dilakukan seperti yang sudah dilakukan oleh Dwijayanti & Pramesti (2021) dan Ahsyar et al. (2020) dengan keterlibatan pelaku bisnis dalam pemanfaatan *marketplace* (Shopee, Lazada Dan Tokopedia) dan media sosial (Facebook, Instagram) maka pelaku bisnis memiliki keuntungan dalam memperluas jangkauan penjualan, meningkatkan konsumen karena produk lebih dikenal masyarakat. Inovasi pemasaran yang dilakukan pengerajin seperti terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 7. Marketplace dan sosial media Battosae Kertosono

Keberadaan *marketplace* membuat konsumen dimudahkan dalam melakukan transaksi jual beli karena tidak perlu bertemu secara fisik langsung namun tetap dapat memenuhi kebutuhan. Di dalam *marketplace* dan sosial media tersebut memuat foto produk, deskripsi produk dan harga produk. Selain itu juga memuat testimoni tentang penilaian yang diberikan oleh konsumen yang telah bertransaksi dengan pengerajin *Battosae Kertosono*.

3. Melaksanakan pembekalan manajemen usaha dan pengenalan *financial technology*

Perkembangan bisnis dapat dilakukan melalui penataan manajemen usaha secara baik dan mengintegrasikan dengan *financial technology*. Manajemen usaha dalam kegiatan pendampingan ini terkait usaha pengembangan bisnis dengan berkolaborasi bersama ketua UMKM "No

name” dengan memberikan pemahaman konsep terkait pengelolaan dan pengembangan UMKM dalam mencari relasi, mendatangkan investor, memupuk modal dan juga tips dan trik efisiensi bahan baku. Manajemen usaha dapat dilihat dari beberapa faktor internal seperti: 1) Pengelolaan SDM yang berkualitas terkait pelatihan pekerja, penilaian, kompensasi dan hubungan kerja dengan karyawan; 2) Keuangan terkait investasi dan pembiayaan; 3) Produksi dan operasi terkait aktivitas menambah nilai guna barang atau menciptakan barang, 4) Pemasaran yang mencakup pengenalan produk ke konsumen agar mampu memenuhi. Untuk pengembangan sebuah bisnis juga tidak lepas dari salah satu faktor tersebut yaitu investasi (Ling, 2013). Untuk melakukan investasi yang baik maka perlu dilakukan analisis kebutuhan investasi.

Manfaat investasi seperti yang dimaksud oleh Ling (2013) yaitu: 1) Mengetahui jumlah dana yang dibutuhkan untuk modal kerja dan biaya-biaya yang akan dikeluarkan; 2) Memprediksi usaha yang akan dijalankan nantinya menguntungkan atau tidak, 3) Memprediksi volume produk yang akan dihasilkan; 4) Memprediksi dampak dari keputusan yang dipilih (Maria et al., 2019). Pada pengrajin Battoosae Kertosono manajemen usaha yang selama ini dilakukan hanya terkait dengan penilaian karyawan dan produksi/operasi namun masih belum optimal. Setiap pelaku bisnis seperti UMKM selalu pernah menghadapi permasalahan. Seperti yang diungkapkan oleh Bismala (2016) yaitu: 1) Masalah utama yang bersifat klasik mencakup permasalahan modal, bentuk badan usaha, pengembangan SDM, akses pemasaran; 2) Masalah kedua adalah manajemen keuangan, agunan, dan keterbatasan dalam kewirausahaan; 3) Masalah ketiga terkait problem ekspor dan pemasaran.

Pengenalan *financial technology* sangat bermanfaat bagi pertumbuhan UMKM. Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini telah terjadi perubahan terhadap pemenuhan kebutuhan keuangan di masyarakat. Perubahan ini disebabkan masuknya teknologi informasi dan digitalisasi dalam industri keuangan di Indonesia. Jika dahulu, untuk melakukan transaksi, masyarakat harus langsung datang untuk melakukan transaksi, namun saat ini cukup dengan menggunakan perangkat *smartphone* maka transaksi dapat dengan mudah dilakukan. Selain itu, sejalan dengan gerakan pemerintah untuk mengurangi penggunaan uang fisik (*cashless*) dalam bertransaksi, maka *financial technology* merupakan salah satu pendorong program tersebut. Pengerajin diberikan pemahaman tentang penggunaan bank transfer dan dompet digital seperti ShoppePay, OVO, dan Dana. Dengan adanya *financial technology* yang merupakan pembiayaan baru dari penggabungan jasa keuangan dan teknologi (Rahardjo et al., 2019).

Financial technology membantu menyelesaikan permasalahan dalam transaksi jual-beli dan pembayaran seperti keterbatasan waktu menemukan produk di pasar, transfer ke bank/ATM. *Financial technology* bermanfaat bagi pedagang produk/jasa dapat memberikan manfaat untuk menyederhanakan rantai transaksi, biaya operasional yang lebih murah

dan membekukan alur informasi. Berbagai macam pilihan produk *financial technology* dapat diaplikasikan dalam usaha. Industry *financial technology* mampu melayani masyarakat di berbagai bidang (Suryanto et al., 2020). Beberapa kebutuhan seperti pembayaran, pembiayaan/pinjaman, investasi di pasar modal, manajemen risiko, *e-wallet*, *clearing*, jasa *settlement* hingga asuransi mampu dilayani dan dikemas lebih menarik dengan sentuhan teknologi. Dari semua jenis layanan *financial technology* itu, jasa pinjaman dan pembayaran digital lebih mendominasi jasa *financial technology* tersebut. Dengan adanya pemahaman *financial technology* pengrajin Battosae Kertosono semakin berkualitas dalam pelayanan kepada konsumen. Hal ini karena pembayaran transaksi selain dapat dilakukan secara konvensional namun juga dapat melayani transaksi menggunakan produk-produk *financial technology*.

Kegiatan pengabdian masyarakat memiliki dampak saling berkesinambungan pada usaha Battosae Kertosono. Penambahan alat produksi berupa printer laser kayu pirografi mampu meningkatkan efektivitas pengerjaan kerajinan tangan yang dihasilkan. Dalam 1 minggu, pengerajin mampu menghasilkan 2-3 buah kerajinan. Pembuatan media sosial mampu meningkatkan kapasitas pemasaran barang kerajinan 30-40% karena mampu diakses oleh pengguna *marketplace* di Indonesia. Tercatat beberapa kali konsumen berasal dari luar Pulau Jawa. Hal ini menunjukkan perluasan pasar yang dialami oleh UMKM tersebut. Seiring dengan perluasan pasar yang terjadi, pengetahuan tentang penggunaan *financial technology* menjadi sangat berperan untuk mengatasi pembayaran jarak jauh. Kegiatan pengabdian masyarakat ini secara keseluruhan mampu meningkatkan pendapatan dan kapasitas produksi pengerajin pirografi Battosae Kertosono.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di bidang UMKM ini secara keseluruhan telah berjalan dengan baik. Penambahan alat produksi untuk meningkatkan produktivitas usaha dilakukan dengan memberikan alat produksi *printer laser kayu engraving* sehingga proses bakar pada media kayu dapat dilakukan secara digital dengan hasil printing yang merata, rapi dan lebih cepat. Selain itu, penambahan variasi metode pemasaran dilakukan melalui pembuatan akun sosial media dan *marketplace* Battosae Kertosono sehingga dapat diakses oleh banyak pengguna secara fleksibel. Dengan metode ini, ongkos pemasaran menjadi lebih murah dan kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan lebih mudah. Disisi lain, penyusunan manajemen usaha dan pengenalan *financial technology* mampu meningkatkan efektivitas pelayanan usaha sehingga lebih baik dalam menangani permintaan konsumen.

UMKM merupakan sektor potensial yang telah terbukti tahan krisis ekonomi. Indonesia sendiri juga merupakan negara berkembang yang sebagian besar masyarakatnya bekerja di sektor tersebut. Globalisasi dan digitalisasi membuat perubahan yang signifikan pada hampir seluruh kegiatan masyarakat. Gotong royong antar lapisan masyarakat untuk meningkatkan

kapabilitas UMKM di Indonesia sangat diperlukan. Keberhasilan UMKM Battosae Kertosono dalam meningkatkan omzet dan kapasitas produksi melalui kegiatan pengabdian masyarakat juga dapat diterapkan pada pelaku UMKM yang lain sehingga globalisasi tidak hanya dinikmati oleh segelintir pelaku UMKM namun juga berlaku menyeluruh. Keberadaan internet dan dampak pandemi Covid-19 membuat peran teknologi digital berkembang pesat. Kesempatan sekaligus tantangan global ini harus dapat dijawab dengan tepat agar dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat dan menumbuhkan perekonomian berdasarkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada Ketua dan Tim LP2M (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) Universitas Negeri Malang yang telah memberikan kesempatan kepada tim pengabdian untuk melakukan kegiatan pengabdian. Selain itu kepada kolaborator/Mitra kita yaitu Pengrajin Battosae Kertosono dan Ketua Komunitas 'No Name' yang telah bersedia melakukan kerjasama dengan kita.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahsyar, T. K., Syaifullah, S., & Ardiansyah, A. (2020). E-Marketplace Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dinas Koperasi Umkm Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8768>
- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Enterpreuner Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–25. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.383>
- BPS - Statistics Indonesia. (2019). February 2019: Open Unemployment Rate (TPT) of 5.01 Percent. In *2019-05-06* (Issue 41).
- Dinsos. (2018). *Nganjuk Nyawiji "Mbangun Deso Noto Kutho."*
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikraith Abdimas*, 4(2), 68–73. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/982>
- Hasri, B., Santoso, S., & Santosa, D. (2014). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan dan Pengangguran Daerah di Kabupaten Ngawi. *Jurnal Pendidikan Insan Mandiri*, 1(2), 1–12. <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/s2ekonomi/article/view/6947>
- Irawan, B. (2019). Organisasi Formal Dan Informal: Tinjauan Konsep, Perbandingan, Dan Studi Kasus. *Jurnal Administrative Reform*, 6(4), 195–220. <https://doi.org/10.52239/jar.v6i4.1921>
- Ling, A. (2013). Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Deskriptif Pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya). *Agora*, 1(1), 1–8.

- <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/288>
- Maria, Aladin, A., Firmansyah, Indriasari, D., & Choiruddin. (2019). Pengelolaan usaha pada usaha mikro kecil menengah di kawasan industri tuan kentang. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Pada Masyarakat (SNAPTEKMAS)*, 1(1), 108–116. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/SNAPTS/article/view/2024>
- Murdianto, D., Waluyo, M. B., Maidhah, A. A., & ... (2020). Identifikasi Pengembangan Teknologi Tepat Guna Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Tarakan. *LISYABAB Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 1(2), 247–254. <https://lisyabab-staimas.e-journal.id/lisyabab/article/view/45>
- Rahardjo, B., Ikhwan, K., & Siharis, A. K. (2019). Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Magelang. *Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2019*, 347–356. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe/article/view/2093>
- Sholeh, M., Triyono, J., & Rachmawati, R. Y. (2020). Pendampingan Kelompok Informasi Masyarakat Dengan Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Pemasaran. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 7(2), 158–164. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v7i2.965>
- Suryanto, S., Hermanto, B., & Tahir, R. (2020). Edukasi Fintech Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i1.25060>
- Wikipedia, ensiklopedia bebas. (2021). *Pirografi*.