

## Peningkatan Kapabilitas Pengrajin Kayu melalui Implementasi Teknologi Alat Produksi dan Pelatihan Website

### Alat Produksi dan Pelatihan Website

*Improving Wood Craftsmen's Craftsmen's Capabilities through the Implementation of Production Tool Technology and Website Training*

Oryza Ardhiarisca<sup>1\*</sup>, Rahma Rina Wijayanti<sup>1</sup>, Cahyaning Nur Karimah<sup>2</sup>, Adelia Eka Puspita Ansori<sup>1</sup>, Muhammad Hanip<sup>1</sup>, David Indra Mukti<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Department of Business, Politeknik Negeri Jember

<sup>2</sup> Department of Engineering, Politeknik Negeri Jember

\* [oryza\\_risca@polije.ac.id](mailto:oryza_risca@polije.ac.id)

#### ABSTRAK

Rahmad Handycraft merupakan salah satu UMKM yang menghasilkan aneka kerajinan kayu, seperti gelang, selancar, rebana. Dalam menjalankan usahanya, mitra mengalami permasalahan dalam bidang produksi dan pemasaran. Alat produksi yang dimiliki telah usang sehingga perlu dilakukan peremajaan. Sedangkan di sisi pemasaran masih dilakukan secara tradisional sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas. Oleh karena itu pada kegiatan pengabdian, tim pelaksana akan memberikan solusi terhadap permasalahan tersebut. Langkah pertama yang dilakukan tim adalah melakukan survei, pembuatan website dan desain alat, pelatihan, dan diskusi. Alat yang diberikan kepada mitra terdiri dari mesin profil, mesin bubut, dan mesin bor duduk yang digunakan untuk mendukung proses produksi. Sedangkan website yang disusun berisi informasi terkait home, cerita sukses, produk dan layanan, galeri dan kontak. Target dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi dan memperluas jaringan pemasaran.

**Kata kunci** — pengrajin kayu, pemasaran, alat produksi

#### ABSTRACT

Rahmad Handycraft is an MSME that produces various wooden crafts, such as bracelets, surfboards, and tambourines. In running their business, partners are experiencing problems in production and marketing. Their production equipment is outdated and needs to be rejuvenated. Meanwhile, marketing is still carried out traditionally, resulting in limited market reach. Therefore, in this community service activity, the implementing team will provide solutions to these problems. The first steps taken by the team are conducting a survey, creating a website and designing tools, training, and discussions. The tools provided to partners consist of a profiling machine, a lathe, and a bench drill, which are used to support the production process. Meanwhile, the website that was created contains information related to home, success stories, products and services, galleries, and contacts. The target of this community service activity is to improve the quality and quantity of production and expand the marketing network.

**Keywords** — wood craftsmen, marketing, production tools

#### OPEN ACCESS

© 2021. Ade Rusman, Teguh Pribadi, Regawa Bayu Pamungkas, Hamami Alfasani Dewanto, Fitriyani, Diniatik6, Sukma Haryogi, Febiana Lentarini



[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## 1. Pendahuluan

Industri furnitur mempunyai peranan strategis dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia, salah satunya melalui kinerja ekspor. Himpunan industri Meubel dan Kerajinan Indonesia (HIMKI) memperkirakan pasar ekspor industri meubel akan tumbuh 5-8% dan pasar domestik tumbuh 4-6% [1]. Jenis produknya sangat beraneka macam dan banyak diantaranya yang mendapat peminat di luar negeri. Oleh karena itu persyaratan produk ini semakin diperketat dalam kontrak-kontrak dagang, mulai dari spesifikasi produk, kualitas, standar ukuran sampai dengan batas waktu penyerahan produk.

Pada tahun 2024, di Indonesia terdapat 291,6 ribu unit usaha IKM furniture dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 819,8 ribu. Industri furniture di Indonesia memberikan sumbangsih terhadap perekonomian Indonesia sebesar 1,16% pada kuartal I tahun 2024 terhadap PDB Industri Pengolahan non migas [2]. Nilai pertumbuhan PDB tersebut naik sebesar 0,5 % dari tahun sebelumnya [3].

Salah satu kelompok pengrajin kayu yang secara konsisten memproduksi Provinsi Jawa Timur yang terletak di Kabupaten Jember adalah kelompok pengrajin kayu “Rahmad Handycraft” yang berkedudukan di Desa Balung Kulon – Kecamatan Balung – Kabupaten Jember, yang telah memulai usahanya sejak tahun 1990an yang lalu. Kelompok pengrajin ini memproduksi aneka kerajinan kayu, mulai dari meubel, alat musik tradisional, dan handycraft. Volume produksi yang relatif besar, total aneka produk yang dihasilkan dapat mencapai kurang lebih 6 sampai 20 unit per bulan.

Permintaan akan produk yang dihasilkan tergolong tinggi dengan pembeli yang berasal dari beberapa wilayah di Indonesia. Beberapa daerah yang menjadi pelanggan dari produk Rahmad Handycraft adalah Papua, Surabaya, Jakarta, dan Bali. Akan tetapi dikarenakan fasilitas produksi yang kurang memadai maka mitra membatasi permintaan akan produknya.

Sistem pemasaran yang dilakukan masih secara tradisional yakni dari pelanggan ke calon pelanggan lainnya. Hal ini tentunya

menunjukkan bahwa jangkauan pemasaran dari mitra belum luas. Pelanggan yang melakukan pemesanan mayoritas merupakan pelanggan lama yang telah percaya akan kualitas dari produk yang dihasilkan. Kualitas yang dihasilkan ini tidak luput dari keterampilan pengrajin dan juga kualitas bahan baku yang digunakan. Mitra sangat menjaga mutu bahan baku dan hanya menggunakan bahan alami untuk tetap mempertahankan kualitas produk. Bahan baku dari Rahmad Handycraft adalah kayu dan juga kulit sapi. Pemasok kayu dari usaha Rahmad Handycraft berasal dari daerah sekitar Jember. Sedangkan pemasok kulit berasal dari Solo dan juga gaerah di sekitar Jember, seperti Kecamatan Bangsalsari dan Balung.



Gambar 1. Diskusi antara tim pelaksana dengan mitra

Berikut merupakan profil dari Rahmad Handycraft:

Nama UMKM:	Rahmad Handycraft
Tahun Berdiri:	1999
Jumlah Anggota:	8 orang
Omset:	15-20 juta per bulan

Oleh karena itu pada kegiatan pengabdian ini akan diberikan solusi terkait penyelesaian masalah mitra tersebut. Target dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi dan memperluas jaringan pemasaran.

## 2. Target dan Luaran

Mitra dari kegiatan pengabdian ini adalah Rahmad Handycraft yang bergerak dalam bidang kerajinan kayu. Mitra berlokasi di Balung Kulon, Jember. Hasil yang diharapkan pada kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi dan memperluas jaringan pemasaran. Solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah mitra yakni memberikan alat produksi yang mendukung produksi berupa mesin bor duduk, mesin profil, dan mesin bubut. Sedangkan terkait permasalahan pemasaran adalah dengan pembuatan website dan media sosial mitra. Aktivitas pengabdian ini juga dilengkapi dengan kegiatan pelatihan. Hal ini dapat meningkatkan keterampilan dan kompetensi mitra terkait produksi dan pemasaran.

## 3. Metode Pengabdian Masyarakat

Pelaksanaan pengabdian berada di lokasi mitra yakni di Rahmad Handycraft, Balung Kulon, Jember. Metode yang dilakukan adalah survei lapang, pembuatan website dan desain alat, pelatihan dan diskusi. Survei lapang bertujuan untuk mengetahui permasalahan mitra, spesifikasi alat yang dibutuhkan, kebutuhan website. Selanjutnya adalah pembuatan website dan mendesain alat produksi yakni mesin bubut, mesin bor duduk dan mesin profil. Kegiatan pengabdian ini diakhiri dengan pelatihan agar mitra memiliki pengetahuan dan keterampilan terkait penggunaan alat produksi dan pemasaran.

Kegiatan pengabdian ini terlaksana dengan berbagai kepakaran dosen yakni ekonomi, akuntansi, dan teknik. Berikut dijelaskan terkait uraian tugas dari tim pada Tabel 2.

Tabel 2. Uraian Tugas Pelaksana

Nama	Tugas
Oryza Ardhiarisa, SE, S.Si, M.ST	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan koordinasi dengan mitra serta tim</li> <li>Membuat artikel</li> <li>Memberikan pelatihan website</li> </ul>
Rahma Rina Wijayanti, SE., MSc. Ak	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat laporan kegiatan dan keuangan</li> </ul>
Cahyaning Nur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memberikan pelatihan penggunaan alat</li> </ul>

Karimah, S.Pd., M.T.	
Adelia Eka Puspita Ansori	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membantu menyusun modul penggunaan website</li> <li>Membantu pembuatan media sosial</li> </ul>
Muhamma d Hanip	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membantu pembuatan media sosial</li> <li>Melakukan dokumentasi kegiatan</li> </ul>
David Indra Mukti	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membantu menyusun modul penggunaan alat</li> </ul>

Tahap pertama dari kegiatan ini adalah rapat koordinasi dengan seluruh tim pengabdian. Selanjutnya dilakukan survei lapang dan diikuti dengan kegiatan pembuatan website dan desain alat. Kegiatan ini diakhiri dengan kegiatan pelatihan penggunaan alat dan penggunaan website, pembuatan media sosial (pemasaran). Berikut disajikan jadwal pelaksanaan kegiatan pengabdian:

Tabel 3 Jadwal Kegiatan

Tanggal	Kegiatan	Tempat
25 Februari 2025	Penyusunan proposal	Politeknik Negeri Jember
2 Juli 2025	Rapat Koordinasi	Politeknik Negeri Jember
3 Juli 2025	Survei	Rahmad Handycraft
4-27 Juli 2025	Pembuatan website dan desain alat	Politeknik Negeri Jember
28 Juli 2025	Pelatihan Pemasaran	Rahmad Handycraft
11 Agustus 2025	Pelatihan penggunaan alat dan serah terima alat	Rahmad Handycraft

## 4. Pembahasan

Terdapat dua masalah utama di mitra pengabdian yakni Rahmad Handycraft terkait produksi dan pemasaran. Untuk menjalankan kegiatan tersebut maka perlu dilakukan rapat koordinasi dengan tim melalui zoom seperti disajikan pada Gambar berikut:





Gambar 2. Rapat koordinasi

Selanjutnya tim melakukan Sosialisasi dengan survey pendahuluan (3-4 Juli 2025) Survei bertujuan untuk mengetahui kondisi dan situasi tertentu [4]. Kegiatan ini dilakukan oleh ketua tim pengusul ke mitra sasaran. Pada survey pendahuluan awal mitra telah menyepakati usulan kegiatan di lokasi usahanya. Tim melakukan koordinasi terkait pelaksanaan pengabdian, Tim melakukan wawancara terkait informasi biaya produksi, harga produk dan foto produk yang akan digunakan sebagai bahan media pemasaran dan aplikasi keuangan serta spesifikasi alat yang dibutuhkan. Hal ini disajikan pada gambar berikut:



Gambar 3. Survei

Selanjutnya dilakukan pelatihan manajemen pemasaran. Tim melakukan pelatihan penggunaan website yang disampaikan oleh Oryza Ardhiarisa, Tim memberikan buku panduan penggunaan website. Berikut merupakan link website mitra <https://sites.google.com/view/rahmad-handycraft-jember/home>.



Gambar 4. Pelatihan Pemasaran

Pelatihan ini dapat meningkatkan keterampilan dari mitra dalam mengoperasikan. Pelatihan dapat dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan serta keterampilan dari pegawai [5].

Tim melakukan pembuatan media sosial berupa instagram dan facebook yang dibantu oleh Adelia dan Hanip seperti yang disajikan pada Gambar berikut:



Gambar 5. Pembuatan Media Sosial

Pembuatan media sosial tentunya dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang juga berujung pada peningkatan pendapatan dari Rahmad Handycraft. Media sosial mempermudah produk untuk dikenal oleh pelanggan, hal ini mempermudah penyebaran informasi [6].

Selanjutnya dilakukan pelatihan Penerapan teknologi produksi. Teknologi yang tepat guna tentu diperlukan sebagai media untuk peningkatan kapasitas produksi berupa Mesin profil kayu, mesin bubut dan mesin bor. Teknologi tepat guna tidak hanya meningkatkan produktivitas akan tetapi juga kualitas dari produk [7]. Berikut merupakan dokumentasi serah terima peralatan Pada Gambar 6.



Gambar 6. Serah terima Peralatan

Penerapan dan introduksi teknologi disampaikan oleh Ibu Cahyaning. Kegiatan pelatihan dimoderatori oleh Ibu Rahma. Berikut merupakan gambaran kegiatan pelatihan:



Gambar 7. Pelatihan Teknologi Produksi

Kegiatan pelatihan ini dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia. Kegiatan tersebut dilanjutkan dengan tanya jawab dengan seluruh mitra dan diakhiri. Dengan adanya diskusi mitra dapat dengan leluasa menanyakan hal yang tidak dimengerti sehingga mitra akan sangat memahami akan pentingnya pemasaran dan penggunaan peralatan. Berikut disajikan secara ringkas dampak adanya kegiatan pelatihan pada mitra Rahmad Handycraft seperti disajikan pada Tabel

Tabel 3. Dampak Pelatihan pada Mitra

	Sebelum pelatihan	Setelah pelatihan
Jenis Pemasaran	tradisional	website dan media sosial
Ketersediaan peralatan produksi	sudah usang sehingga tidak produktif	Tersedia peralatan pendukung sehingga produktif
Kepedulian terhadap Pemasaran digital	Belum peduli terhadap pemasaran digital	Peduli terhadap pemasaran digital

## 5. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan baik dan lancar. Permasalahan mitra terkait pemasaran dan produksi telah teratasi dengan adanya pemberian peralatan yang mendukung dan website. Serta dilengkapi keterampilan mitra dengan adanya pelatihan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi serta memperluas jangkauan pemasaran.

## 6. Ucapan Terima Kasih

Tim Pelaksana Pengabdian menyampaikan kepada DPPM yang telah memberikan hibah pendanaan untuk Kegiatan Pengabdian masyarakat pada tahun 2025

## 7. Daftar Pustaka

- [1] AntaraJatim, "HIMKI perkirakan pasar ekspor industri mebel tumbuh 8 persen," 21 Agustus 2024. Accessed: Mar. 15, 2025. [Online]. Available: <https://jatim.antaranews.com/berita/813507/himki-perkiraan-pasar-ekspor-industri-mebel-tumbuh-8-persen>
- [2] DirektoratJenderalIndustriKecilMenengahdanAnekaKementrianPerindustrian, "Kemenperin Dorong Industri Furnitur sebagai Sektor Pendukung Potensi Pariwisata," 25 Juli 2024. Accessed: Mar. 15, 2025. [Online]. Available: <https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-dorong-industri-furnitur-sebagai-sektor-pendukung-potensi-pariwisata>
- [3] PortalInformasiIndonesia, "Industri Furnitur Indonesia Bidik India," 23 Agustus 2024. Accessed: Mar. 15, 2025. [Online]. Available: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8562/industri-furnitur-indonesia-bidik-india?lang=1>
- [4] M. Maidiana, "Penelitian survey," *ALACRITY J. Educ.*, pp. 20–29, 2021.
- [5] R. Gustiana, T. Hidayat, A. Fauzi, and K. Penulis, "Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (suatu kajian literatur review ilmu manajemen sumber daya manusia)," *J. Ekon. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 3, no. 6, pp. 657–666, 2022.
- [6] M. Rifani, F. A. Rosyada, and S. U. Suhita, "Pengaruh media sosial dalam strategi pemasaran produk pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM)," *Sahmiyya J. Ekon. dan Bisnis*, pp. 229–236, 2022.
- [7] N. Rahmiyati and M. A. Rahim, "Peningkatan Produktivitas Dan Kualitas Produk Melalui Penerapan Teknologi Tepat Guna Pada Usaha Pengembang Ekonomi Lokal Di Kota Mojokerto Propinsi Jawa Timur," *JPM17 J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 02, 2015.