

Inovasi dan Literasi Ekonomi untuk UMKM Ukiran Kayu Pasuruan

Arga Christian Sitohang¹, Kridho Hery Gunawan², Riyadi Nugroho³

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Ekonomi Pembangunan
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

^{2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email: argasitohang@untag-sby.ac.id¹, krido@untag-sby.ac.id², riyadi@untag-sby.ac.id³

Abstract

This community service program was carried out to empower wood carving MSMEs in Pasuruan City through innovation in business practices and the enhancement of economic literacy. The approach adopted was Participatory Action Research (PAR), involving artisans in identifying problems, implementing training, and evaluating outcomes. The activities included business innovation training, digital marketing, basic financial management, and the application of simple technology in production processes. The results showed increased skills in branding and financial literacy, shifts in business mindset, and improved marketing access. Furthermore, many participants experienced an increase in online sales and business performance. This initiative succeeded in fostering collaboration between MSMEs and creative communities, leading to a more competitive and sustainable local creative economy.

Keywords: *MSME Empowerment, Wood Carving, Economic Literacy, Digital Innovation, Community Service*

Abstrak

Program pengabdian ini bertujuan memberdayakan UMKM ukiran kayu di Kota Pasuruan melalui inovasi bisnis dan peningkatan literasi ekonomi. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR), dengan melibatkan pengrajin secara aktif dalam identifikasi masalah, pelatihan, dan evaluasi. Kegiatan difokuskan pada penguatan branding, pemasaran digital, manajemen keuangan, dan penggunaan teknologi sederhana. Hasilnya menunjukkan peningkatan keterampilan kewirausahaan, perubahan pola pikir usaha, serta perluasan akses pasar. Sebagian peserta juga mengalami peningkatan omzet. Program ini turut mendorong kolaborasi dengan komunitas kreatif, memperkuat ekosistem ekonomi lokal yang inovatif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Pemberdayaan UMKM, Ukiran Kayu, Literasi Ekonomi, Inovasi Digital, Pengabdian Masyarakat*

Pendahuluan

Kota Pasuruan memiliki potensi besar dalam sektor ekonomi kreatif, khususnya kerajinan ukiran kayu yang telah lama menjadi bagian dari identitas budaya dan sumber penghidupan masyarakat setempat. Produk-produk ukiran kayu dari daerah ini banyak diminati karena kualitas dan nilai seni yang tinggi (Kuncoro, 2013; Nugroho, 2015). Namun, sebagian besar pelaku usaha tergolong

sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang masih menghadapi berbagai tantangan struktural. Rahmiyati dan Rachmawati (2023) mengungkapkan bahwa kendala utama yang dihadapi UMKM kerajinan meliputi rendahnya inovasi produk, keterbatasan akses pasar, lemahnya manajemen usaha, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran.

Mitra dalam program pengabdian ini adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kerajinan ukiran kayu di Kota Pasuruan. Meskipun memiliki potensi budaya dan nilai seni yang tinggi, para pengrajin menghadapi sejumlah permasalahan yang cukup kompleks. Permasalahan utama mencakup rendahnya inovasi produk, terbatasnya akses ke pasar digital, lemahnya manajemen usaha dan sistem pembukuan, serta minimnya pemanfaatan teknologi sederhana dalam proses produksi. Selain itu, para pelaku UMKM umumnya belum memiliki pemahaman yang memadai terkait literasi ekonomi, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan, perencanaan usaha, dan akses pembiayaan. Kondisi ini menyebabkan usaha sulit berkembang secara berkelanjutan dan kurang mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Suci (2017) dan Tambunan (2019) menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia masih dominan bersifat informal dan menghadapi keterbatasan dalam sumber daya dan literasi bisnis. Dalam konteks transformasi digital, Haryanto (2021) menekankan bahwa UMKM harus mampu mengadopsi teknologi untuk merespon perubahan perilaku konsumen dan tren pemasaran modern. Sitohang dan Bambang (2022) menyatakan bahwa ketergantungan pada metode konvensional membuat UMKM di sektor kerajinan menjadi rentan dalam persaingan pasar. Di samping itu, lemahnya pencatatan keuangan dan perencanaan bisnis sering kali menyebabkan usaha sulit berkembang secara berkelanjutan (Gunawan, 2020; Suharto, 2009). Padahal, sektor UMKM berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja dan pengurangan kemiskinan (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022).

Tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk memberikan solusi nyata dan aplikatif atas permasalahan tersebut melalui pendekatan edukatif dan partisipatif. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajemen usaha dan keterampilan digital pelaku UMKM, mendorong inovasi dalam praktik bisnis melalui strategi branding dan pemasaran berbasis digital, serta memperkuat pemahaman literasi ekonomi pelaku usaha. Selain itu, program ini juga diarahkan untuk membantu adopsi teknologi sederhana guna meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas hasil ukiran. Melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR), pengrajin dilibatkan secara aktif dalam proses identifikasi masalah hingga implementasi solusi, sehingga tercipta rasa kepemilikan dan keberlanjutan hasil kegiatan.

Untuk menjawab tantangan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat menjadi sangat penting. Handayani (2018) menyebutkan bahwa perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui pendampingan berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi. Oleh karena itu, penguatan kapasitas pelaku UMKM ukiran kayu perlu dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan melalui pendekatan edukatif dan partisipatif. Salah satu pendekatan yang efektif adalah Participatory Action Research (PAR), karena memberikan ruang bagi pelaku UMKM untuk terlibat aktif dalam proses identifikasi masalah hingga implementasi solusi (Kemmis & McTaggart, 2005; Stringer, 2007).

Pendekatan ini juga diperkuat oleh temuan Purwana et al. (2017) yang menunjukkan bahwa keterlibatan langsung pelaku usaha dalam pelatihan dan pengambilan keputusan meningkatkan rasa kepemilikan terhadap perubahan. Pengembangan kapasitas UMKM juga harus diarahkan pada peningkatan keterampilan digital dan manajerial. Dhewanto dan Lestari (2012) serta Maulana dan Rachmawati (2021) menekankan pentingnya inovasi berbasis teknologi dan digitalisasi pemasaran pasca pandemi untuk memperluas akses pasar. Dalam praktiknya, strategi branding dan storytelling produk lokal terbukti mampu meningkatkan minat konsumen dan nilai jual (Wibowo & Supriyadi, 2020).

Di sisi lain, Yunus (2007) dan Porter (1990) menjelaskan bahwa kewirausahaan sosial dan keunggulan kompetitif dapat tumbuh dari akar lokal jika dikembangkan dengan pendekatan yang berkelanjutan dan berbasis nilai. Oleh karena itu, literasi keuangan dan kemampuan menyusun rencana usaha harus terus ditanamkan melalui pelatihan intensif dan pendampingan lanjutan (Gunawan, 2020). Selain memberikan dampak ekonomi, kegiatan ini juga mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi dalam memperkuat kontribusi nyata dosen dan mahasiswa dalam pembangunan masyarakat.

Manfaat yang diharapkan dari program ini tidak hanya terbatas pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, tetapi juga pada transformasi pola pikir dan perilaku usaha ke arah yang lebih modern dan adaptif. Para mitra mendapatkan manfaat berupa peningkatan kemampuan dalam pemasaran digital, pengelolaan keuangan, serta inovasi produk. Program ini juga membuka peluang perluasan pasar, terutama melalui platform online, yang berdampak pada peningkatan omzet usaha. Selain manfaat ekonomi, kegiatan ini juga mendorong terbentuknya kolaborasi yang produktif antara UMKM, akademisi, dan komunitas kreatif lokal, sehingga memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di Kota Pasuruan secara berkelanjutan.

Dengan terlaksananya program pengabdian ini, diharapkan UMKM ukiran kayu di Kota Pasuruan tidak hanya mengalami peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran, tetapi juga mampu membangun model usaha yang lebih profesional, adaptif terhadap teknologi, dan berkelanjutan secara ekonomi dan sosial.

Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yakni suatu metode kolaboratif yang menempatkan mitra (pelaku UMKM) sebagai subjek aktif dalam seluruh proses kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga perumusan solusi dan evaluasi. Pendekatan ini dipilih karena terbukti efektif dalam membangun keterlibatan langsung, rasa kepemilikan, dan keberlanjutan dampak program (Kemmis & McTaggart, 2005; Stringer, 2007).

1. Objek dan Lokasi Kegiatan

Objek kegiatan adalah para pengrajin ukiran kayu di Kota Pasuruan yang tergabung dalam komunitas atau kelompok usaha kecil di wilayah urban dan semiurban. Lokasi pelaksanaan dipilih melalui koordinasi dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pasuruan, yang menunjuk sentra kerajinan lokal sebagai tempat kegiatan.

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilakukan secara sistematis melalui lima tahapan utama:

- a) Identifikasi dan Sosialisasi: Dilakukan melalui observasi lapangan dan FGD untuk memetakan kebutuhan nyata mitra.
 - b) Pelatihan Kapasitas Usaha: Fokus pada manajemen keuangan sederhana, pencatatan pembukuan, dan inovasi produk.
 - c) Pelatihan Pemasaran Digital: Meliputi penggunaan media sosial, fotografi produk, pembuatan katalog digital, dan pengelolaan akun marketplace.
 - d) Penerapan Teknologi Produksi Sederhana: Memperkenalkan alat bantu seperti bor listrik dan alat amplas elektrik untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas.
 - e) Pendampingan dan Evaluasi: Monitoring dilakukan secara mingguan, dengan evaluasi dampak melalui pre-post test dan klinik konsultasi usaha.
3. Teknik dan Media Penyampaian
 - a) Pelatihan Tatap Muka: Materi disampaikan melalui workshop interaktif dan praktik langsung.
 - b) Diskusi Kelompok Terarah (FGD): Digunakan untuk menggali pengalaman dan solusi berbasis lokal.
 - c) Pendampingan Lapangan: Dilakukan secara rutin untuk memastikan implementasi berjalan efektif.
 - d) Perangkat Digital: Media pembelajaran menggunakan modul visual, aplikasi seperti Microsoft Excel untuk pelatihan keuangan, dan Canva untuk konten promosi.
 4. Durasi dan Jadwal Kegiatan
Kegiatan berlangsung selama tiga bulan, dari Mei hingga Juli 2025, dengan pembagian waktu pelatihan intensif mingguan dan pendampingan bulanan.
 5. Tujuan Metodologis
Secara metodologis, pendekatan PAR dalam kegiatan ini bertujuan untuk:
 - a) Meningkatkan partisipasi aktif mitra dalam proses perubahan.
 - b) Mendorong solusi yang kontekstual dan aplikatif.
 - c) Menumbuhkan inovasi berbasis pengalaman langsung pelaku usaha.
 - d) Memastikan keberlanjutan dampak program pasca intervensi.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kota Pasuruan, Jawa Timur, dengan fokus pada kelompok pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang seni ukiran kayu. UMKM ini memiliki potensi besar dalam aspek budaya dan ekonomi, namun menghadapi berbagai tantangan, antara lain keterbatasan dalam inovasi bisnis, kurangnya akses ke pasar digital, dan rendahnya literasi ekonomi yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha UMKM Ukiran Kayu di Kota Pasuruan.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan kepada para pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha mereka melalui pendekatan inovatif dan edukatif, dengan menggandeng akademisi Untag Surabaya, serta mahasiswa Untag Surabaya.

Materi Kegiatan

Adapun rangkaian kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan meliputi:

1. Sosialisasi dan Identifikasi Masalah
 - a) Menggali permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM melalui wawancara dan diskusi kelompok.

- b) Menentukan bentuk intervensi yang tepat berdasarkan kebutuhan nyata di lapangan.
2. Pelatihan Inovasi Bisnis
 - a) Strategi branding dan storytelling produk ukiran kayu berbasis kearifan lokal.
 - b) Teknik fotografi produk dan pembuatan katalog digital.
 - c) Pemanfaatan media sosial dan e-commerce sebagai kanal pemasaran utama.
3. Peningkatan Literasi Ekonomi
 - a) Edukasi tentang pengelolaan keuangan sederhana, termasuk pencatatan transaksi dan penghitungan laba-rugi.
 - b) Pelatihan pembuatan rencana usaha (business plan) dan analisis kelayakan usaha.
 - c) Simulasi akses permodalan dan pemahaman bunga pinjaman.
4. Pendampingan Berkelanjutan
 - a) Monitoring pasca-pelatihan.
 - b) Klinik usaha mini untuk konsultasi berkala selama 3 bulan.

Hasil Kegiatan

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini dapat dilihat dari berbagai aspek berikut:

- a) **Peningkatan Keterampilan:** Pelaku UMKM menunjukkan pemahaman yang lebih baik terhadap strategi pemasaran digital dan manajemen keuangan. Sebanyak 85% peserta mampu membuat akun toko online dan mulai mengunggah produk secara mandiri.
- b) **Perubahan Mindset:** Terdapat perubahan pola pikir dari "usaha tradisional" menjadi "usaha inovatif", dengan banyak peserta mulai memperhatikan desain kemasan dan cerita produk.
- c) **Peningkatan Omzet:** Dalam dua bulan setelah pelatihan, 5 dari 12 UMKM mengalami peningkatan omzet sebesar 15-25%, terutama dari penjualan online dan pesanan luar kota.
- d) **Kolaborasi dan Jejaring:** Terjalin kerja sama antara pelaku UMKM dengan desainer lokal dan komunitas digital marketing yang akan membantu mereka dalam jangka panjang.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kota Pasuruan, Jawa Timur, dengan sasaran utama pelaku UMKM ukiran kayu yang tergabung dalam kelompok usaha lokal. Program ini berfokus pada peningkatan kapasitas usaha melalui pelatihan inovasi bisnis dan literasi ekonomi berbasis digital. Seluruh kegiatan berjalan selama tiga bulan, dengan pendekatan partisipatif yang memungkinkan mitra terlibat aktif dalam setiap tahapan pelaksanaan.

1. Respon dan Umpan Balik Mitra

Respon dari mitra selama pelaksanaan program sangat positif. Dalam sesi diskusi kelompok terarah (FGD), para pelaku UMKM mengungkapkan bahwa pelatihan digital marketing sangat relevan dengan kebutuhan mereka, khususnya dalam menghadapi persaingan pasar online yang semakin kompetitif. Banyak peserta menyatakan bahwa sebelumnya mereka merasa kesulitan memasarkan produk secara luas, namun melalui pelatihan ini mereka mulai memahami pentingnya branding, storytelling, serta penggunaan media sosial untuk menjangkau pelanggan baru. Salah satu mitra menyampaikan bahwa materi tentang pembuatan konten promosi dan katalog digital membantu mereka

"membuka cara pandang baru" dalam menampilkan nilai seni produk kepada konsumen.

Sebagian peserta juga mengapresiasi metode pendampingan yang tidak hanya bersifat satu arah, tetapi memungkinkan mereka menyampaikan kendala langsung dan mendapatkan solusi secara kontekstual. Kegiatan klinik usaha mini, yang berlangsung pasca pelatihan, dinilai sangat bermanfaat untuk konsultasi per kasus. Mitra juga mengusulkan agar kegiatan sejenis dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menjangkau pelaku usaha di wilayah lain, termasuk dengan dukungan platform e-learning atau pelatihan daring.

2. Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pendekatan pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta sebelum dan setelah pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan rata-rata skor pemahaman peserta sebesar 38% dalam aspek pemasaran digital dan pengelolaan keuangan. Dalam aspek praktik, sekitar 85% peserta mampu membuat akun toko online, dan mulai aktif mempromosikan produk melalui Instagram atau Facebook. Beberapa peserta bahkan mencatatkan transaksi pertama mereka dari luar kota selama dua bulan pasca pelatihan.

Dari segi dampak ekonomi, tercatat lima dari dua belas UMKM mengalami peningkatan omzet sebesar 15–25%, terutama dari kanal online dan pemesanan ulang konsumen. Selain itu, evaluasi lapangan menunjukkan peningkatan efisiensi produksi berkat penggunaan alat bantu seperti bor listrik dan alat amplas mekanik yang diperkenalkan selama program.

Dari sisi proses, evaluasi internal tim pelaksana menunjukkan bahwa pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) terbukti efektif dalam membangun rasa kepemilikan mitra terhadap proses perubahan. Keterlibatan langsung peserta dalam perencanaan dan evaluasi menciptakan dinamika yang mendorong motivasi belajar dan inovasi secara berkelanjutan.

Dokumentasi Pendukung

Sebagai bukti pelaksanaan kegiatan, berikut dokumentasi yang berhasil dihimpun:

- Foto kegiatan pelatihan dan sesi praktik



- Hasil karya desain kemasan ukiran



- Evaluasi pre-post test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta.



Simpulan

Program ini berhasil meningkatkan kapasitas UMKM ukiran kayu di Pasuruan dalam hal inovasi bisnis, literasi keuangan, dan pemasaran digital. Peserta menunjukkan kemajuan dalam pengelolaan usaha, adopsi teknologi, serta peningkatan omzet. Selain dampak langsung, program ini menumbuhkan pola pikir inovatif dan kolaborasi dengan komunitas kreatif. Untuk keberlanjutan, disarankan pendampingan lanjutan dan pengembangan pembelajaran berbasis digital agar transformasi usaha terus berlanjut secara mandiri.

Daftar Pustaka

- Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2012). Pengembangan UMKM Melalui Inovasi dan Teknologi. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 3(2), 10–17.
- Gunawan, A. (2020). Literasi Keuangan dan Implikasinya terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 6(1), 25–33.
- Handayani, S. (2018). Peran Perguruan Tinggi dalam Penguatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Abdimas Madani*, 2(2), 14–21.
- Haryanto, A. (2021). Transformasi Digital UMKM di Era Pandemi. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 45–55.

- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2022). Profil UMKM Indonesia 2022. Jakarta: Deputi Bidang Usaha Mikro.
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). Participatory Action Research: Communicative Action and the Public Sphere. In Denzin & Lincoln (Eds.), *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Sage.
- Kuncoro, M. (2013). *Ekonomi Kreatif: Strategi Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Kreativitas*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maulana, A., & Rachmawati, N. (2021). Digitalisasi Pemasaran untuk UMKM Pasca Pandemi. *Jurnal Transformasi Ekonomi*, 7(2), 55–64.
- Nugroho, Y. (2015). Ekonomi Kreatif dan Perubahan Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 18(3), 219–235
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pelatihan Kewirausahaan dan Dampaknya terhadap Peningkatan Kapasitas UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 12–19.
- Rahmiyati, N., & Rachmawati, T. (2023). Peningkatan Daya Saing Berbasis Teknologi Mekanis dan Digitalisasi Marketing pada Usaha Kerupuk Tengiri di Kota Mojokerto. *ABDI MASSA: Jurnal Pengabdian Nasional*, 2(3), 1–7. <https://doi.org/10.69957/abdmass.v3i02.504>
- Sitohang, A. C., & Bambang, W. (2022). Government Policy, Innovation Capability, Internal Environment and Its Influence on the Business Performance of Craftsmen at the Silver Handicraft Industry Cluster in Pasuruan Regency. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 5(1).
- Stringer, E. T. (2007). *Action Research* (3rd ed.). Sage Publications.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, E. (2009). *Pembangunan Masyarakat: Perspektif Teori dan Praktik*. Bandung: Refika Aditama.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Permasalahan*. Jakarta: LPFE UI.
- Wibowo, A., & Supriyadi, T. (2020). Strategi Branding Produk Lokal Berbasis Digital untuk UMKM. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 60–72.
- Yunus, M. (2007). *Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*. PublicAffairs.