

PELATIHAN PENINGKATAN KAPASITAS SUMBER DAYA MANUSIA MELALUI MARKETPLACE PRODUK KERAJINAN CLAY BENGKEL KREASI OR

¹⁾Hanantyo Sri Nugroho*, ²⁾Nurizka Fidali, ³⁾Muhammad Rizky Syah Tio, ⁴⁾ Adelia Viviani Utami

Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta, Program Studi Arsitektur, Fakultas Sains dan Teknik, Universitas AMIKOM Yogyakarta, Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta, Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email: hanantyosrinugroho@amikom.ac.id

ABSTRACT

Training activities to increase the capacity of human resources through a market place on clay craft products OR Creative Workshop are carried out in order to increase the human resource capacity of the OR Creative Workshop. This is important because the OR Creative Workshop is a business unit affected by the covid pandemic. This impact resulted in not producing several clay craft products due to the marketing method that had been carried out through conventional methods, namely entrusting some products to souvenir shops, as well as conducting training for children in playing wood clay. Therefore, the activities carried out focus on increasing the capacity of human resources through network management in the form of a market place. This activity was carried out in Sendangmulyo Village, Minggir District, Sleman Regency. Meanwhile, the results of this activity were the creation of a marketplace account, the creation of a booklet, and the creation of a clay craft poster for the OR Creative Workshop.

Keywords: OR Creation Workshop; Clay Crafts; Human resource capacity building; Market Place

ABSTRAK

Kegiatan pelatihan peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui market place pada produk kerajinan clay Bengkel Kreasi OR dilakukan agar dapat meningkatkan kapasitas sumber daya manusia Bengkel Kreasi OR. Hal ini penting dilakukan karena Bengkel Kreasi OR merupakan unit usaha yang terdampak dari adanya pandemi covid. Dampak tersebut mengakibatkan tidak diproduksikannya beberapa produk kerajinan clay dikarenakan metode pemasaran yang sudah dilakukan melalui metode konvensional yakni menitipkan beberapa produk ke toko cinderamata, serta melakukan pelatihan untuk anak-anak dalam bermain wood clay. Oleh karena itu, kegiatan yang dilakukan berfokus kepada peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui manajemen jaringan berupa market place. Kegiatan ini dilakukan di Desa Sendangmulyo Kecamatan Minggir Kabupaten Sleman. Adapun, hasil kegiatan ini adalah pembuatan akun marketplace, pembuatan booklet, serta pembuatan poster kerajinan clay Bengkel Kreasi OR.

Kata Kunci: Bengkel Kreasi OR; Kerajinan Clay; Peningkatan kapasitas SDM; Market Place

1. PENDAHULUAN

Tidak banyak masyarakat yang mengetahui tentang kerajinan clay. Kerajinan ini biasanya dapat ditemukan pada cinderamata pernikahan, pernik-pernik, dan boneka. Kerajinan clay dapat

menggunakan tanah liat atau tepung, maupun bermacam bahan yang memiliki sifat mudah dibentuk. Adapun, terdapat beberapa macam jenis kerajinan clay, seperti clay malam, plastisin clay, paper

clay, tepung clay, polymer clay, tanah liat clay.

Lebih lanjut, kerajinan clay dapat digunakan untuk melatih saraf motorik pada anak-anak. Selain itu, kerajinan clay juga dapat melatih anak-anak untuk mengenal konsep warna. Adapun, kelebihan utama dari bahan clay adalah para pengguna dapat membentuk bahan clay tersebut sesuai dengan imajinasi dari para pengguna tersebut. Kegiatan semacam ini kemudian memberikan manfaat bagi anak-anak maupun para pengguna kerajinan clay tersebut.

Usaha Kecil dan Menengah OR merupakan usaha di bidang kerajinan tangan berupa kerajinan clay. Usaha ini dimulai pada awal desember 2018. Pada awal usaha, pemilik usaha yakni Mas Ojan belajar kerajinan clay secara mandiri. Media pembelajaran yang dilakukan oleh Mas Ojan yakni melalui media internet (daring). Pengembangan pembuatan kerajinan clay selalu dilakukan dikarenakan tidak semua referensi yang ada pada media internet itu benar. Hal tersebut dirasakan oleh Mas Ojan pada saat beberapa kerajinan clay yang telah dihasilkan masih tidak awet karena mudah berjamur. Oleh karena itu, Mas Ojan melakukan beberapa langkah antisipasi sehingga produk yang dihasilkan dapat tahan lama. Adapun, unit usaha pembuatan kerajinan clay ini diberi nama Bengkel Kreasi OR. Nama OR merupakan akronim dari Ojan Rejeki. Artinya, Mas Ojan berharap usaha

tersebut dapat menjadi tempat untuk menciptakan berbagai macam kreasi dan juga menjadi bagian dari doa.

Pada kegiatan pra survey yang dilakukan pada Bengkel Kreasi OR, usaha kerajinan clay memang belum optimal dalam memasarkan produk. Penjualan dilakukan secara konvensional, yakni dititipkan kepada warung maupun tempat kerajinan atau oleh-oleh. Hal tersebut menjadi kendala dikarenakan penjualan yang dapat dilakukan memerlukan waktu yang lama, sedangkan daya tahan kerajinan clay terbatas. Oleh karena itu, pemilik Bengkel Kreasi OR berharap dapat menjual produknya secara online. Hal tersebut dikarenakan adanya pembuatan produk kerajinan clay berdasarkan pesanan dan waktu, atau semacam bentuk penjualan pre-order. Selain itu, juga terdapat keterbatasan akses dalam menjangkau mitra usaha. Keterbatasan tersebut dikarenakan sedikitnya pelaku usaha kerajinan tepung clay, serta kurangnya pemahaman atas mekanisme dalam mengakses pendampingan maupun bantuan modal usaha kecil menengah.

Berdasarkan pada permasalahan tersebut, maka kegiatan ini berupaya untuk mengatasi permasalahan tersebut. Pertama, kegiatan ini berupaya membantu meningkatkan pemahaman bagi sumber daya manusia Bengkel Kreasi OR dalam mengatasi dampak pandemi covid, yakni dengan cara memberikan pemahaman tentang

pemeliharaan penjualan via online atau marketplace. Kedua, luaran kegiatan ini adalah pembuatan booklet profil usaha dari Bengkel Kreasi OR. Hal ini dikarenakan usaha kerajinan clay Ojan masih belum memiliki profil usaha dan baru dimulai pada bulan desember tahun 2018. Ketiga, luaran kegiatan ini adalah pembuatan poster usaha Bengkel Kreasi OR, serta poster tentang kerajinan tepung clay. Hal ini dikarenakan agar Bengkel Kreasi OR memiliki alat promosi untuk mengenalkan usahanya dan juga mengenalkan tentang kerajinan tepung clay. Keempat, luaran kegiatan ini adalah pembuatan profil usaha pada media marketplace yang ada. Hal ini dikarenakan agar dapat menambah variasi metode penjualan ataupun mengenalkan dan menghubungkan Bengkel Kreasi OR kepada jaringan sosial yang ada, seperti pengusaha tepung clay lainnya maupun pembeli. Oleh karena, jaringan sosial merupakan suatu jaringan tipe khusus, dimana ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik lain dalam jaringan adalah hubungan sosial (Ruddy, 2007).

Lebih lanjut, apabila pasar konvensional membutuhkan pasar fisik sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, maka marketplace membutuhkan sarana virtual sebagai tempat terjadinya transaksi (Yustiani dan Yunanto, 2017). Adapun, keuntungan marketplace adalah pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan biaya mahal untuk

membangun sistem dikarenakan telah disediakan oleh pihak marketplace, sehingga dapat memangkas biaya operasional (Mulyaningsih, 2015). Lebih lanjut, beberapa UMKM telah menyadari pentingnya memanfaatkan e-commerce (Prabandari dkk, 2011). Adapun, peran e-commerce dapat membantu dalam meningkatkan kegiatan perdagangan online melalui keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen (Nugroho, 2008). Selain itu, pada saat ini e-commerce memiliki peran penting dalam proses transaksi jual beli (Rahayu dkk, 2017). Oleh karena itu, salah bentuk luaran kegiatan ini adalah pembuatan profil usaha pada media marketplace yang ada.

Dengan demikian, permasalahan yang muncul pada usaha Bengkel Kreasi OR dirasakan penting untuk dibantu melalui tugas pengabdian masyarakat, karena beberapa permasalahan yang muncul erat kaitannya dengan kemampuan ilmu dan ketrampilan individu yang dimiliki oleh kami. Hal tersebut sangat penting untuk dijadikan dasar pertimbangan utama pengabdian masyarakat yang akan kami lakukan. Oleh karena, nantinya kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan kami mampu memberikan manfaat berkelanjutan untuk masyarakat yang terdampak pandemi Covid-19.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang kami

lakukan disesuaikan dengan permasalahan yang diprioritaskan, solusi yang ditawarkan serta target luaran yang akan kami capai. Prioritas permasalahan yakni pelatihan optimalisasi pemasaran produk sebagai prioritas pertama dan manajemen jaringan usaha sebagai prioritas kedua. Kedua hal ini dirasakan menjadi masalah yang penting serta harus diatasi terlebih dahulu. Berdasarkan kegiatan pra survey, masih merasa kesulitan dalam memasarkan produk serta memiliki keterbatasan akses dalam menjaring mitra usaha. Hal tersebut dikarenakan selama ini Bengkel Kreasi OR berharap agar hasil karya produk kerajinan mampu memiliki nilai jual dan dikenal luas oleh masyarakat via online, sehingga turut berkontribusi menunjang perekonomian masyarakat. Terlebih minimnya pelanggan dan pangsa pasar pada masa pandemi Covid-19. Lebih lanjut, terkait dengan metode pendekatan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini kami menggunakan metode ceramah dan Focus Group Discussion (FGD). Pertama, melalui metode ceramah diharapkan dapat mendorong pengembangan pola pikir serta meningkatkan kesadaran dalam memahami permasalahannya. Kedua, melalui FGD diharapkan agar mampu melakukan dialog interaktif serta menganalisis secara mendalam mengenai perbaikan dan solusi tindak lanjut untuk mengatasi permasalahan mitra yang ada. FGD ini dilakukan

melalui pemetaan masalah yang dialami mitra untuk dituliskan diatas meta plan dan kertas plano. Dengan bantuan media tersebut, mitra dapat memikirkan dan mendeskripsikan secara bersama-sama manajemen jaringan usaha yang dibutuhkan untuk meningkatkan nilai jual produk mitra. Jadi, partisipasi Bengkel Kreasi OR juga ikut dilibatkan agar melatih mereka proaktif dan responsif dalam pengambilan keputusan nantinya. Diharapkan target luaran berupa peningkatan pemahaman dan ketrampilan terkait pemasaran produk dan manajemen jaringan usaha dapat tercapai dengan baik. Selanjutnya untuk mendukung realisasi kedua metode tersebut, maka partisipasi Bengkel Kreasi OR mengikuti prosedur yang telah ditetapkan yakni mitra tidak boleh menyela atau memotong pembicaraan sewaktu penyampaian materi masih berlangsung dan sebelum dipersilahkan untuk melakukan tanya jawab interaktif. Hal tersebut dilakukan agar kegiatan pelatihan berjalan secara kondusif dan fokus perhatian tidak terganggu. Kegiatan pengabdian masyarakat ini melakukan serangkaian kegiatan yang terkait dengan pelatihan tentang pentingnya brand image produk, melakukan sosialisasi dan pendampingan tentang pembuatan booklet dan poster profil usaha Bengkel Kreasi OR, optimalisasi pemasaran produk melalui sosial media (instagram, twitter, blog, facebook, marketplace),

No.	Masalah	Prioritas
1	Banyaknya produk-produk yang dihasilkan, namun pemasarannya masih kurang optimal, sehingga banyak produk yang tidak laku terjual.	Prioritas Pertama
2	Tidak adanya mitra kerjasama ataupun pendamping.	Prioritas Kedua
3	Minimnya pengetahuan tentang variasi dan teknik pembuatan produk kerajinan tepung clay yang berdaya saing.	Prioritas Ketiga
4	Minimnya literasi pentingnya akses bantuan permodalan	Prioritas Keempat

pentingnya tentang manajemen jaringan pelaksanaan pengabdian masyarakat usaha.

yang ada pada Bengkel Kreasi OR ditunjukkan pada tabel 1.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Berdasarkan pada analisis situasi, maka permasalahan dan prioritas

Tabel 1. Permasalahan kerajinan clay Bengkel Kreasi OR

Berdasarkan pada analisis situasi, maka prioritas solusi kegiatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut ditunjukkan pada tabel 2.

No.	Masalah	Prioritas Solusi Kegiatan
1	Banyaknya produk-produk yang dihasilkan, namun pemasarannya masih kurang optimal, sehingga banyak produk yang tidak laku terjual.	Melakukan sosialisasi tentang pentingnya meningkatkan daya saing pasar. Melakukan sosialisasi dan pendampingan tentang pembuatan booklet dan poster profil usaha Bengkel Kreasi OR.
2	Tidak adanya mitra kerjasama ataupun pendamping.	Melakukan sosialisasi terkait pentingnya bermitra. Melakukan sosialisasi dan pendampingan tentang optimalisasi pemasaran produk.

Tabel 2. Solusi kegiatan pada permasalahan kerajinan clay Bengkel

Kreasi OR

Berdasarkan pada analisis situasi, maka target dan luaran yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan Bengkel Kreasi OR ditunjukkan pada tabel 3.

No.	Masalah	Solusi yang Ditawarkan	Target dan Luaran
1.	Banyaknya produk-produk yang dihasilkan, namun pemasarannya masih kurang optimal, sehingga banyak produk yang tidak laku terjual.	Melakukan sosialisasi tentang pentingnya meningkatkan daya saing pasar. Melakukan sosialisasi dan pendampingan tentang pembuatan booklet dan poster profil usaha Bengkel Kreasi OR.	Booklet dan poster profil usaha Bengkel Kreasi OR
2.	Tidak adanya mitra kerjasama	Melakukan sosialisasi terkait pentingnya bermitra. Melakukan sosialisasi dan pendampingan tentang optimalisasi pemasaran produk	Media Sosial Bengkel Kreasi OR Marketplace Bengkel Kreasi OR

Tabel 3. Target dan luaran kegiatan pengabdian masyarakat pada Bengkel Kreasi OR

Tahap pertama dalam kegiatan ini adalah pengenalan dan penyampaian maksud maupun tujuan dari program pengabdian Masyarakat, bertujuan agar para anggota kelompok memahami luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat. Dalam hal ini, mitra kegiatan ditekankan agar dapat memahami materi dan diskusi dengan baik, sehingga apabila terdapat pertanyaan maka para anggota didorong untuk bertanya. Hal tersebut dilakukan melalui tatap muka. Kegiatan ini ditunjukkan pada gambar ini ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Kegiatan pengabdian masyarakat

Tahap kedua dalam kegiatan ini adalah pembuatan produk luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan tersebut dilakukan melalui daring yakni Whatsapp dan email. Luaran dari tahap kegiatan ini adalah pembuatan poster usaha Ojan. Hal ini agar dapat digunakan oleh mitra dalam jangka pendek apabila ada kegiatan promosi/sosialisasi dan pelatihan. Hasil luaran kegiatan

pembuatan poster usaha Ojan ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan sosialisasi melalui poster

Pada saat berlangsungnya kegiatan pengabdian ini, mitra pengabdian juga meminta bantuan dibuatkan broadcast dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang diadakan oleh mitra pengabdian. Bentuk broadcast kegiatan sosialisasi dan pelatihan dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi produk melalui broadcast media sosial

Tahap ketiga dalam kegiatan ini adalah pembuatan produk luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan dilakukan melalui daring yakni Whatsapp dan Email. Luaran dari tahap kedua kegiatan ini adalah pembuatan booklet usaha Ojan, penjualan produk melalui marketplace dan juga pembuatan

poster. Luaran kegiatan pembuatan booklet usaha Ojan ditunjukkan pada gambar 4. Adapun, luaran kegiatan penjualan produk melalui marketplace ditunjukkan pada gambar 5.



Gambar 4. Kegiatan sosialisasi melalui booklet



Gambar 5. Kegiatan Penjualan melalui marketplace

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari kegiatan pengabdian masyarakat yang kami lakukan, kami berkesimpulan bahwa pendampingan manajemen jaringan merupakan kebutuhan yang dirasakan sangat dibutuhkan bagi usaha kecil dan mikro karena kategori usaha ini merupakan usaha yang baru dijalankan, serta kurangnya pengetahuan relasi atau strategi pemasaran. Selain itu, pada

proses kegiatan pengabdian masyarakat di UKM Clay "OR" Ojan, terdapat proses kegiatan yang saling kooperatif sehingga menghasilkan beberapa kesepakatan dan hasil luaran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi kelompok tersebut. Selanjutnya, masih diperlukannya kemitraan atau pendampingan secara berkelanjutan. Pendampingan itu bisa dilakukan oleh berbagai sektor maupun lapisan masyarakat.

4.2 Saran

Adapun, saran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah perlu adanya keberlanjutan program pengabdian masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Lebih lanjut, Tim pengabdian masyarakat ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang mendukung kelancaran kegiatan pengabdian masyarakat kami, yakni:

1. Direktur Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan bantuan pelaksanaan Kegiatan pengabdian masyarakat ini.
2. Bengkel kreasi OR, khususnya Mas Ojan sebagai mitra kegiatan pengabdian masyarakat.

Semua Pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu terselenggaranya pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusyanto, Ruddy. (2007). Jaringan Sosial dalam Organisasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mulyaningsih, Sri Desi. (2015). Kenali Perbedaan Mendasar Website E-commerce dan Marketplace. Diakses pada <https://crocodic.com/kenali-perbedaan-mendasar-website-e-commerce-dan-marketplace/>
- Nugroho, Adi. (2008). E-commerce: Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya. Bandung: Informatika.
- Prabandari, Sri Palupi Dan Azzuhri Misbahuddin. (2008). Efektivitas Penggunaan Ecommerce sebagai Penunjang Aktivitas Bisnis pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Malang Raya. Malang: Jurnal Aplikasi Manajemen Vol.9 No.2.
- Rahayu, Sri; Nur Aisyah, Euis Siti; Rivka Farizi. (2017). Lapakgue.co : E-Commerce bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Komunitas Tangerang Punya GUE. E-Proceedings KNS&I STIKOM Bali, [S.I.], p. 660-665. ISSN 2460-8378.