

Strategi Pengembangan Rumah Kriya *And Handicraft* dalam Masa Pandemi di Desa Tumang Boyolali

Donal Parasian Saragi ¹⁾; Muh Fuad Wicaksono ²⁾; Warman ³⁾; Rosyidah Marwa ⁴⁾; Sugeng Santoso ⁵⁾

¹⁾ donalps77@gmail.com, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana

²⁾ muh.fuadwicaksono@gmail.com, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana

³⁾ warmankwan@gmail.com, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana

⁴⁾ rosyidahmarwa26@gmail.com, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana

⁵⁾ sugeng.santoso@mercubuana.ac.id, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana

Article Info:

Keywords:
Development,
Creative economy,
And Handicraft.

Article History:

Received : May 06, 2022
Revised : September 12,
2022
Accepted : September 29,
2022

Article Doi:

<http://10.22441/jam.v8i1.11787>

Abstract

The health crisis caused by the COVID-19 pandemic has resulted in a decline in economic activity. So that there is economic urgency in building business businesses in various fields. The use of simple tools is one of the reasons why handicraft products cannot meet market demand in a short time. So a strategy is needed to deal with these problems in order to increase industrial competitiveness. This work analyzes the strategy of developing metal craft houses and handicrafts during a pandemic in Tumang village, Boyolali. Aiming to find out the business problems of AND Handicraft facing a pandemic, where the businesses owned by Wiyarto and Dian Apriani, focus on the role of local governments in the sustainability of craftsmen making UMKM as legal entities, shifting global marketplaces and protecting the craftsmen's intellectual property.

Abstrak

Krisis kesehatan yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 mengakibatkan penurunan aktivitas ekonomi. Sehingga terjadi keterdesakan ekonomi dalam membangun bisnis usaha di berbagai bidang. Penggunaan alat sederhana merupakan salah satu mengapa produk kerajinan tidak bisa memenuhi permintaan pasar dalam waktu yang singkat. Sehingga diperlukan strategi menghadapi permasalahan tersebut agar meningkatkan daya saing industri. Karya ini menganalisa strategi Pengembangan Rumah Kriya Logam AND Handicraft Dalam Masa Pandemi Di Desa Tumang Boyolali. Bertujuan mengetahui permasalahan bisnis usaha AND Handicraft menghadapi pandemi, dimana bisnis usaha dimiliki oleh Wiyarto dan Dian Apriani, berfokus pada peran pemerintah daerah dalam keberlanjutan pengrajin menjadikan umkm berbadan hukum, peralihan *marketplace* yang sudah bersifat global dan perlindungan terhadap kekayaan intelektual pengrajin.

Kata Kunci: Pengembangan; Ekonomi Kreatif; AND Handicraft

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Wabah penyakit coronavirus 2019 (COVID-19) telah berdampak parah pada ekonomi nasional dan global. Perusahaan yang berbeda memiliki masalah yang berbeda dengan tingkat kerugian tertentu. Hal ini mempengaruhi ketahanan dan peluang tanpa adanya pendanaan atau keluar skala besar. Salah satunya di segmen Usaha Kecil Menengah (UMKM) yang perlu dibenahi. di ibukota. Dengan

sistem pasar global, Indonesia mampu melakukan inovasi dan dampak yang signifikan terhadap perekonomian baik domestik maupun internasional. Alhasil, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) semakin menjadi pertimbangan pemerintah untuk meningkatkan perekonomian negara dan memaksimalkan sumber daya dan potensi di seluruh wilayah Indonesia.

Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019, pemerintah bertujuan untuk mendorong keberlanjutan inovasi di industri kreatif dengan mempromosikan dan membina berbagai industri kreatif dalam hal permodalan, kemitraan dan pengembangan pengetahuan dan keterampilan pelaku industri kreatif. banyak upaya untuk mempertahankan seksualitas saya. Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai bakat (ide-ide kreatif; inovatif) dengan nilai ekonomi yang dapat membuat kualitas hidup masyarakat lebih sukses. Industri kreatif sangat mengandalkan kreativitas individu melalui ide, bakat dan kreativitas. untuk menciptakan lapangan kerja dan kekayaan kesejahteraan bagi masyarakat luas (Ibid) (Redata, Kezia, Solaiman, & Sugeng Santoso, 2021).

Kriya adalah suatu kegiatan seni yang menitikberatkan pada keterampilan mengolah berbagai bahan mentah yang terdapat di lingkungan sekitar dan mentransformasikannya menjadi benda-benda yang praktis dan bernilai estetik, dilakukan secara manual dengan memperhatikan fungsional (kebutuhan fisik) dan estetika (kebutuhan emosional).) (Soegeng Toekio, 1987). Kerajinan diklasifikasikan sebagai karya seni terapan yang berkembang menjadi kerajinan tangan. Adapun lokasi yang mayoritas kegiatan ekonomi kreatif dengan produk kriya yaitu di Desa Tumpang.

Desa Tuman merupakan desa terpencil yang secara geografis terletak di lereng Gunung Merapi dan Merbab yang merupakan bagian dari Provinsi Boyolali. Desa ini selalu terkenal dengan hasil kerajinannya yang diturunkan dari nenek moyang dan melalui inovasi-inovasi baru yang menjadi khazanah nasional yang bertahan hingga saat ini. Seorang pengrajin yang awalnya hanya membuat barang-barang rumah tangga sebagai tanggapan atas permintaan lokal. Namun kini pengrajin dapat menawarkan bentuk pemesanan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Akibatnya, kami memperluas pangsa pasar kami baik di dalam negeri maupun internasional. Salah satu jenis kerajinan yang paling terkenal adalah kerajinan logam, dimana logam seperti tembaga, aluminium dan kuningan mendominasi penggunaan bahan baku utama, seperti yang ditemukan di desa Tuman Boyolali. Pengerjaan logam di desa Tuman merupakan warisan (Aan Sudarwanto, November 2017). Beberapa warga Tuman memiliki keterampilan membuat kerajinan dari tembaga, aluminium dan kuningan.

Banyak barang-barang rumah tangga seperti patung, pot, kuili dan vas yang diproduksi di desa ini. Dengan kemajuan zaman, kerajinan tembaga dan kuningan Desa Tuman berkembang dengan kreativitas. Terakhir, produk-produk yang dapat menjadi kerajinan tangan yang berkualitas dan dapat dikembangkan tidak hanya menghasilkan kerajinan tangan kecil-kecilan saja, tetapi juga beberapa industrialis Thuman, seperti hiasan gapura, hiasan relief, kubah tempat ibadah, dll. Bisa juga kami kerjakan berbagai pesanan dekorasi besar.

Analisis Kondisi Usaha Tumang

Berdasarkan situasi Sentra Kerajinan Logam di Desa Tuman dan program pengembangan ekonomi kreatif, dipilih usaha kerajinan logam yang menjadi sumber informasi kerajinan logam di Desa Tuman, yaitu kerajinan dan rumah kerajinan. AND Handicraft berdiri sejak tahun 2003 dan telah berkembang menjadi perusahaan yang produksinya telah merambah pasar luar negeri.

Fokus pengembangan pada aspek peningkatan kualitas produksi kerajinan logam, seperti penguatan sistem produksi, penguatan sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi tepat guna, penciptaan desain, dan branding produk yang mengarah pada ekspor. Orang-orang muda dan kerabat yang dekat dengan lokasi direkrut, tetapi mereka masih membutuhkan bimbingan profesional dan oleh karena itu menjalani pelatihan yang lebih intensif. Secara umum, keterampilan dasar dalam teknologi pengerjaan logam dikuasai, tetapi pelatihan dan dukungan diperlukan dalam hal penerapan dan efisiensi teknologi.

Upaya penciptaan desain dan branding, oleh karena itu, masih memerlukan hasil penelitian akademik oleh dosen universitas sebagai bentuk sosialisasi dan dukungan. Berdasarkan keberadaan sumber daya tersebut, kegiatan filantropi yang berfokus pada pengembangan produk logam untuk perusahaan pengerjaan logam harus dilakukan.

Permasalahan Usaha

Permasalahan yang di hadapi oleh usaha logam AND Handicraft selama kondisi pandemi, antara lain:

Peran Pemerintah Daerah dalam membantu para pengrajin memiliki izin resmi, untuk UMKM dalam bentuk CV, PT atau sejenisnya. Akibatnya akses kebutuhan pendanaan dan kapasitas UMKM mengalami penurunan. Adanya market yang sudah beralih ke produk China dan imitasi produk yang terjadi di komoditas kerajinan/AND Handicraft, yang sebelumnya market dari segmen Thailand mengambil hasil kerajinan dari AND Handicraft, sekarang berpindah ke China. Hal ini, karena harganya lebih murah dengan pembayaran dolar, di ganti nilainya menjadi 3x rimibi. Akibatnya akan mempengaruhi keberlanjutan usaha AND Handicraft karena tidak bisa bersaing (AND Handicraft, 2021). Kurangnya inovasi teknologi di AND Handicraft mengakibatkan *delay* dalam proses produksi.

METODE

Metode Pelaksanaan

Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif penelitian landasan hukum dengan menggunakan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan alat pengumpulan data yang digunakan adalah penelusuran kepustakaan dan wawancara.

Proses data diawali dengan mengidentifikasi perkembangan UMKM dan permasalahannya, kemudian data tersebut dicari dan disajikan dalam bentuk naratif sehingga dapat ditarik kesimpulan. Untuk mempelajari ini lebih difokuskan pada studi kasus terhadap UMKM AND Handicraft yang dimiliki oleh pak Wiyarto dan ibu Dian Apriani yang mempunyai usaha pengrajin logam di Desa Tumang, Kabupaten Boyolali.

Metode Pendekatan

Penelitian ini melakukan beberapa pendekatan terkait permasalahan yang dikumpulkan, antara lain:

Penelitian Kasus/Lapangan, disini mengungkap persoalan yang terjadi di usaha AND Handicraft secara langsung dengan mewawancarai dan ada salah satu anggota dari kami berkeluarga dengan pengusaha AND Handicraft. Informasi yang kami dapatkan bersifat obyektif.

Penelitian Eksperimental Semu, metode ini mengungkap kemungkinan sebab dan akibat yang terjadi dalam usaha di kondisi pandemi.

Pemecahan masalah dalam UMKM

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi adapun solusi yang diberikan, antara lain:

Pengrajin harus punya media untuk bisa menginformasikan produk-produknya. Pemerintah mengikutsertakan pengrajin dalam pameran Internasional untuk memperluas pangsa pasar produk lokal. Perlindungan terhadap kekayaan intelektual pengrajin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekonomi kreatif diharapkan mampu menjadi pengungkit daya saing di era global ini. Berbagai bantuan diberikan pemerintah dalam memberikan stimulus bagi pelaku UMKM terutama yang terdampak virus corona. Metode pelaksanaan kegiatan dipilih untuk menentukan tingkat keberhasilan suatu kegiatan usaha berdasarkan hasil wawancara.

Peran Pemerintah Daerah dalam Keberlanjutan Pengrajin menjadikan UMKM Berbadan Hukum

Pemerintah terus berupaya mendukung pertumbuhan wirausaha, khususnya di sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Bukti pendukung adalah diterbitkannya PP No. 2016 tentang Perubahan Modal Dasar Perseroan Terbatas. Selama ini UKM menggunakan badan usaha bukan badan hukum berbentuk PT, Namun, pengelolaannya membutuhkan modal yang besar, dan pengusaha yang belum berpengalaman ragu-ragu untuk memulai PT. Upaya pemerintah untuk mendukung pertumbuhan sektor UMKM menjadi lebih terarah melalui deregulasi. Tujuannya untuk memudahkan pelaku usaha yang belum berpengalaman mendirikan PT. Padahal, pendirian badan usaha seperti UD, CV, dan perusahaan identik dengan usaha kecil. Karena biaya pendiriannya jauh lebih murah dibandingkan dengan PT. Ada perbedaan antara membentuk PT dan CV, karena membentuk badan hukum (PT, yayasan, koperasi) memiliki risiko hukum yang berbeda dengan membentuk badan usaha (UD, CV, perusahaan, dll) (Fitri Novia Heriani, 2019).

Implementasi lain dalam pembangunan ekonomi dilakukan Kementerian Koordinator Penanaman Modal Maritim (Kemenco Marves) dan Kementerian Pariwisata/Badan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) dengan mengedepankan ekonomi syariah untuk segmen pariwisata dan ekonomi kreatif. Menurut Perpres No., beliau adalah anggota Komisi Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) dan mengkoordinir pembinaan dan kepemimpinan ekonomi dan keuangan Syariah melalui perumusan kebijakan dan penyiapan negara, sesuai tugas dan fungsinya program strategis. (Sugeng Santoso, 2021).

Dalam kasus AND Handicraft sudah lama melakukan ekspor atau impor dan mempunyai lebih dari 120 *workshop* yang sudah mempunyai izin resmi, namun belum berstatus berbadan hukum sehingga masih meminjam dana dari badan usaha atau pembisnis usaha kerajinan lain yang merupakan kerabat untuk proses pengiriman ekspor atau impor. Sehingga, untuk segmen UMKM seperti AND Handicraft perlu menjadi badan usaha dan pentingnya menerapkan sistem syariah demi keberlanjutan usaha kerajinan logam Tumang, karena dapat memudahkan sistem biaya dari segi pembayar pajak dan biaya pajaknya.

Peralihan *Marketplace* yang Sudah Bersifat Global

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penciptaan Lapangan Kerja (UU Cipta Kerja), Pemerintah Indonesia mendorong usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk go internasional melalui festival dan pameran yang diadakan di berbagai daerah di tanah air. , untuk memberikan kenyamanan, perlindungan dan pemberdayaan kepada UMKM merupakan salah satu tujuan dibuatnya Undang-Undang Penciptaan Lapangan Kerja dan Pasal 87(1) Undang-Undang Penciptaan Lapangan Kerja, dan kriteria UMKM meliputi: modal usaha, omset, metrik aset, tahunan omzet, kinerja atau nilai investasi, insentif dan disinsentif, penerapan teknologi hijau, kandungan lokal, atau jumlah karyawan sesuai standar masing-masing **cabang** (Dwiki Julio Dharmawan, 2020).



Gambar 1. Pameran UMKM Nuansa Art di INAPRO EXPO 2020 Pameran Bangga Buatan Indonesia, Grand City Surabaya

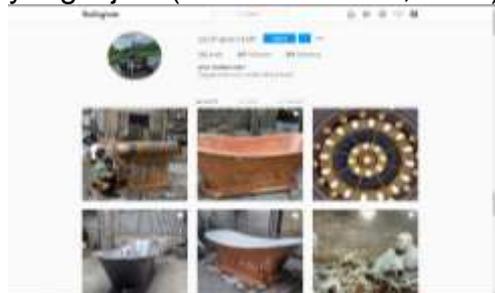
Disamping itu peran *e-commerce* sangat dibutuhkan untuk memperluas pangsa pasar (*Marketplace*) bagi pelaku UMKM. Berdasarkan survei Katadata Insight Center (KIC) Berjudul Laporan Studi UMKM 2021: Peran Marketplace Bagi UMKM Ungkap Shopee Menjadi Kontributor Pendapatan Terbesar bagi Usaha Kecil Menengah (UMKM) Bertahan Selama Pandemi Did. (Erlangga Satya Darmawan, 2021).



Gambar 2. Survei Peran Marketplace bagi UMKM

Gambar 2 menunjukkan bahwa hingga 57% UMKM Shopee merupakan platform *e-commerce* yang dapat menghasilkan pendapatan atau nilai penjualan terbesar.

Dalam hal ini, AND Handicraft belum melakukan pameran kerajinan untuk memperluas pangsa pasarnya, mereka masih menggunakan sistem PO (Pre-Order) melalui sosial media seperti: Instagram, SMS, dan Email terkait kerajinan yang dijual (AND Handicraft, 2021).



Gambar 3. Instagram AND Handicraft

Perlindungan Terhadap Kekayaan Intelektual Pengrajin Perlindungan Produk UMKM dari Pengimitasian Produk China

Pasar global berarti produk ekspor UMKM Indonesia kini ditiru oleh China. Oleh karena itu, peran pemerintah dalam menyediakan pasar ekspor khusus untuk produk UMKM Indonesia menjadi penting agar produk yang dijual tidak tercampur dengan produk dari negara lain. Ada peluang terbuka bagi UKM untuk mengembangkan usahanya, mengikuti program “Bangun Buatan Indonesia” berdasarkan Keputusan No. 7 Tahun 2021 untuk Menggalakkan Perlindungan dan Penguatan Koperasi dan UKM. Adapun strategi pemerintah memberdayakan UMKM (Maulandy Rizky Bayu Kencana, 2021), antara lain:

1. Mengoptimalkan belanja Kementerian /Lembaga sebesar 40 persen untuk menyerap produk UMKM.
2. Memastikan sebanyak 30 persen infrastruktur publik dijadikan lapak berjualan bagi para pelaku UMKM.
3. Menyediakan sistem informasi UKM ekspor.

Indonesia memiliki peluang untuk meningkatkan potensinya, khususnya di segmen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Namun, UKM memiliki masalah dengan sertifikasi produk yang diperlukan oleh beberapa negara pengimpor. B. Hambatan perdagangan non tarif yang menghambat ekspor UMKM. Salah satu standarisasi sertifikasi resmi yang diterapkan adalah ISO 22000, dimana dapat meningkatkan standar nilai mutu dan jaminan produk pelaku usaha dalam bertransaksi serta sistem perdagangan yang lebih efisien.

Adapun sistem TKT 9 dalam inovasi jaminan mutu di masa *new normal* seperti SPP-IRT, dimana produk terdaftar sebagai merek yang bersertifikasi halal. Sistem akan mengecek produk benar. Ini berarti bahwa pengembangan teknis telah selesai dan semua fungsionalitas sistem telah terbukti di lapangan dengan proposisi nilai teknis yang minimal. (Lira Redata, Rachella Kezia, Kenneth Hagai Solaiman, & Sugeng Santoso, 2021).

Dalam kasus produk AND Handicraft di tahun 2016 beberapa konsumen beralih ke China karena perbedaan harga yang cukup jauh, Saat ini agresi sudah tidak dilakukan oleh militer, namun berubah menjadi agresi ekonomi. Misalnya tema batik. Batik yang dibuat di Cina tapi dijual di Indonesia dan di beri merek Indonesia, hal ini terjadi juga di kerajinan / AND Handicraft, yang sebelumnya market dari segmen Thailand mengambil hasil kerajinan dari AND Handicraft,

sekarang berpindah ke China. Hal ini, karena harganya lebih murah dan memiliki nilai produk yang bagus, sehingga berdampak pada keberlanjutan bisnis usaha ekonomi kreatif AND Handicraft. Disisi lain AND Handicraft belum bersertifikasi resmi, sehingga antisipasi yang mereka lakukan dengan merahasiakan bentuk dan desain workshop kerajinannya agar tidak dipublikasikan, hal ini untuk melindungi produk aslinya dari pengimitasian yang dilakukan China. (AND Handicraft, 2021)

Perlindungan Terhadap Bisnis Usaha UMKM AND Handicraft Selama Pandemi

Usaha Kecil Menengah (UMKM) Nasional merupakan salah satu segmen yang paling terdampak oleh pandemi COVID-19. Bahkan dengan tersedianya bantuan pemerintah, segmen usaha tetap sulit untuk bertahan karena bentuk bantuan yang tidak memadai dan jumlah pelaku ekonomi yang banyak. Selama pandemi, sebagian besar UMKM terkena dampak negatif dalam hal penurunan penjualan, aset, dan jumlah karyawan. Namun dampak negatif tersebut tidak terjadi di AND Handicraft, mereka tetap bisa menjalankan bisnisnya seperti biasanya meski terdapat kendala dalam pengumpulan bahan baku dan tenaga kerja. Adapun kegiatan AND Handicraft dalam pengembangan bisnis usahanya dan kompetensi pengrajin selama pandemi, yaitu:

1. Metode ceramah plus.

Sebuah metode yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan arahan dengan audiens yang bertindak sebagai pendengar, kegiatan perkuliahan dapat dilakukan dalam format kreatif dan inovatif yang mengajar dengan menggunakan beberapa metode (Soedarsono RM, 2001). Kegiatan ini menggunakan metode ceramah dan demonstrasi dan latihan bertujuan motivasi belajar, hasil belajar dalam rangka peningkatan pengetahuan serta pemahaman terhadap kompetensi dasar (Lestari, Wujoso, & Nunuk Suryani, 2017)



Gambar 4. Kegiatan cerama plus di AND Handicraft

2. Metode bimbingan dan pendampingan.

Pendampingan dilakukan oleh moderator atau fasilitator kegiatan. Fasilitator juga berfungsi sebagai penggerak, motivator, katalisator, motivator, leader dan mentor (Ambar Teguh Sulistiyani, 2004). Kegiatan selanjutnya adalah membuat kerajinan tangan. Oleh karena itu, proses pendampingan sangat penting untuk mengontrol dan menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

3. Pengadaan peralatan dan perlengkapan.

Untuk mencapai efektifitas dan efisiensi produksi, diperlukan sarana dan peralatan produksi untuk mendukung proses kerja. Dalam kegiatan ini, hasil yang

diperoleh bersifat mendasar atau mendasar dan memberikan dasar bagi langkah-langkah pengembangan tahap selanjutnya.

Kami mengerjakan berbagai aspek seperti bahan baku, desain produk, alat produksi, manajemen dan pelatihan personel. Hasil yang didapat antara lain:

A. Bahan Baku

Bahan baku produk yang dipergunakan di kerajinan logam AND Handcraft didominasi logam seperti tembaga dan kuningan yang diekspor dari Itali (AND Handicraft, 2021). Kemudian bahan baku tembaga dan kuningan dikembangkan agar punya nilai tambah jual dengan eksperimentasi *finishing*. Eksperimen tersebut menggunakan Pada teknologi powder coating, yaitu mengecat logam dengan cara menyemprotkan serbuk cat pada benda yang akan dipanaskan, serbuk berwarna tersebut meleleh dan menempel pada benda yang akan dilapisi, sehingga kondisi benda yang akan dilapisi harus memiliki titik leleh yang lebih tinggi dari itu. . Bedak pelapis dimaksudkan untuk meningkatkan daya tahan produk, membuatnya lebih tahan lama dibandingkan cat biasa, dan lebih tahan panas dan gores (Mohammad Nurul Hidayah, 2020). Berikut proses pengerjaan Powder Coating (Coating, 2018),



Gambar 5. Alat untuk proses *Powder Coating*

Pertama, produk logam dicuci, kemudian inhibitor karat diterapkan dan dikeringkan. Setelah itu, cat powder/powder pilihan yang berkualitas tinggi disemprotkan dengan warna yang diinginkan oleh pelanggan menggunakan metode elektrostatis menggunakan mesin pelapis elektrostatis, sehingga cat bubuk/bubuk menempel erat pada permukaan logam. Selain itu, produk jadi dipanaskan hingga suhu ± 200 derajat Celcius hingga bubuk warna meleleh dan melekat kuat pada logam.



Gambar 6. Produk sedang dipanaskan

Produk logam yang dilapisi sepenuhnya dengan cat bubuk/bubuk cepat kering dan siap dijual. Eksperimen ini diharapkan dapat meningkatkan nilai jual produk sekaligus menambah keragaman produk UKM di Desa Tuman Boyolali.



Gambar 7. Hasil Produk

B. Desain Produk

Pengembangan hasil desain produk dibagi menjadi tiga aspek dengan tujuan untuk meningkatkan daya tarik produk dan membuatnya mandiri dari produk pesanan.

1. Produk beridentitas
2. Pengembangan desain fungsi yang lebih ergonomis
3. Desain berkarakter dengan ciri khusus

Identifikasi produk berfungsi sebagai simbol atau tanda bahwa perusahaan tertentu memproduksi suatu produk untuk membedakannya dari penjual atau perusahaan lain yang berbeda nilainya. Pengenal produk dapat berupa logo, nama, merek dagang, atau kombinasinya. Perusahaan yang baik mengakui bahwa nama merek merupakan identitas perusahaan melalui identitas produknya, yang menjadi nilai tambah dalam menjual produk. Merek membantu menampilkan produk perusahaan dengan membangun citra dan reputasi positif bagi perusahaan. Hal ini membuatnya selalu baik di mata dan timbul kepercayaan konsumen terhadap perusahaan (Sugi Priharto, 2020). Disamping itu, brand dengan desain yang unik dan berbeda pada produk fashion dalam periklanannya akan lebih menarik pengunjung, sehingga dapat menjadi salah satu yang harus ditingkatkan agar akselerasi kedepan antara ekonomi terus meningkat (Dewi Retno Dumilah, Moh. Komarudin, Rian Ubaidillah, Sulastri Siagian, & Sugeng Santoso, Januari 2021).

Mendapatkan kepercayaan dari konsumen merupakan value yang ditawarkan, karena value sebuah produk dari sudut pandang konsumen, maka nama brand adalah total akumulasi dari semua pengalaman yang dialami dan dibangun berdasarkan kontak dengan konsumen sebagai bentuk pengembangan desain produk, dimana dalam pengabdian ini aspek produk beridentitas menjadi skala prioritas (Philip Kotler, 2002). Desain awal yang telah dilakukan antara lain:

1. Membuat desain logo perusahaan dan label produk
2. Pengaplikasian logo pada sarana dan media promosi, terdiri dari Papan nama perusahaan, Katalog produk, Kop surat, Kartu Nama, Web, Media online.
3. Pengaplikasian logo pada produk menggunakan teknik press dan teknik tempel yang disesuaikan dengan karakter produk.

C. Alat Produksi

AND HandiCraft masih menerapkan dengan tenaga ukir manusia. Untuk meningkatkan proses produksi agar tetap memiliki nilai seni yang unik dalam hasil kerajinannya.



Gambar 8. Proses kegiatan kerajinan lampu

Dalam proses pembuatan kerajinan logam tembaga dan kuningan, langkah pertama yang dilakukan adalah membuat pola yang dapat ditempa dengan menggunakan bahan seperti pelat dari tembaga atau kuningan. Pada tahap ini, pengrajin biasanya menerapkan ukuran sesuai dengan permintaan konsumen atau pasar. Bahan tersebut kemudian sudah berbentuk pola dan dibakar sampai merah untuk membengkokkan bahan yang bisa ditempa/dipalu. Kemudian setelah proses tersebut logam masuk ke tahap pengelasan. Pada tahap ini bahan bermotif dilas sesuai dengan ukuran desain cetakan yang diinginkan. Selanjutnya dibuat pola kertas sesuai dengan bentuk produk, seperti kubah masjid, lampu, gapura, atau vas.



Gambar 9. Pembuatan Kerangka Pola Kubah masjid

Ada dua jenis teknik palu: 'buko' (tempa lebar) dan 'nimpes' (tempa). Alat yang digunakan adalah palu dan besi rel pada alas. Tahap ini dilakukan untuk mendapatkan model bentuk yang diinginkan. Proses selanjutnya adalah peleburan untuk memberikan pola tekstur yang diinginkan. Ada beberapa tekstur pola seperti 'bavarin' (pola sarang lebah), cincang (paku jatuh), tekstur liar dan oranye.



Gambar 10. Model yang sudah diukir sesuai pola

Setelah tekstur terbentuk, langkah selanjutnya adalah menyelesaikan bentuk dengan pengamplasan dan pemolesan. Finishing merupakan proses terpenting yang menentukan kualitas suatu produk. Penggunaan amplas kasar hingga halus akan mempengaruhi seni dan kualitas produk, sehingga diperlukan kesabaran dan keterampilan tingkat tinggi. Selama tahap pemolesan, greenstone dan bensin/minyak tanah dapat digunakan untuk menciptakan warna yang berkilau.

Setelah itu, ada proses pengeringan, pengecatan dan pelapisan. Ada dua pilihan untuk proses coating, matte/doff dan gloss, tergantung permintaan konsumen. Pada tahap ini digunakan sistem semprotan supercharged dan bahan yang dipilih adalah Sikkens untuk hoki dan Petelac untuk Matt/Doff, mencampur Sikkens/Petelac dan Hardener/Thinner dalam komposisi 3:2 untuk Menciptakan lapisan kuat yang tidak mengoksidasi tembaga./Kuningan. Sehingga barang hasil produksi lebih tahan terhadap cuaca, sinar matahari dan hujan serta dapat ditempatkan di dalam maupun di luar ruangan.



Gambar 11. Hasil Produk yang sudah di polishing (Sumber: Fuad, 2021)

D. Manajemen dan Pemasaran

Konsekwensi berurusan dengan manajemen dan pemasaran dalam kegiatan jasa dimulai dengan kegiatan pendidikan dan pelatihan yang menjadi dasar penerapan sistem manajemen dan pemasaran. Pendidikan dan pelatihan berfokus pada dua aspek mengelola orang dengan sistem penghargaan dan hukuman. Aspek manajemen pemasaran melalui sistem online melalui media sosial.

Imbalan adalah suatu bentuk penghargaan atas prestasi tertentu baik oleh individu maupun lembaga dan biasanya diberikan dalam bentuk materi atau pidato. Dalam

organisasi terdapat konsep insentif. Merupakan imbalan dalam bentuk berwujud atau tidak berwujud yang diberikan oleh manajer suatu organisasi bisnis kepada karyawannya agar mereka memiliki motivasi yang tinggi dalam bekerja dan berprestasi dalam mencapai tujuan bisnis. Hukuman umumnya merupakan cara untuk mendorong perekrutan karyawan agar mematuhi standar perusahaan.

Hukuman diberikan saat melakukan sikap yang tidak diharapkan saat berhadapan dengan orang yang bersangkutan. Dalam hal UKM kerajinan logam dan kerajinan dengan metode buka tutup, dimana kinerja karyawan diukur dari hasil produksi pekerjaan, jika ada kesalahan dalam hasil produksi diukur tingkat kesalahannya, maka artis yang membayar akan dikenakan sanksi pengurangan Model reward and punishment dirinci pada Tabel 1.

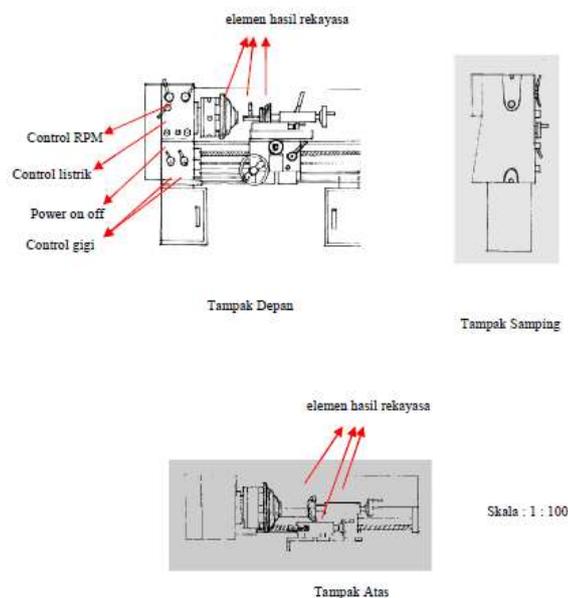
Tabel 1. Model reward dan punishment dengan menetapkan angka sanksi sesuai dengan tingkat kesalahan dan angka reward sesuai dengan tingkat ketepatan waktu pengerjaan

| No | Jenis Produk | Jenis pekerjaan | Kerusakan | | | DEADLINE | | | | |
|----|--------------------------|-----------------|-----------|------|------|----------|------|------|------|------|
| | | | 10% | 30% | 50% | -2 | -1 | T | +1 | +2 |
| 1 | Jenis Kubah Masjid | Ondel | P.10 | P.15 | P.25 | R.30 | R.20 | R.10 | P.10 | P.20 |
| 2 | Jenis Gapura | Ondel | P.10 | P.15 | P.25 | R.30 | R.20 | R.10 | P.10 | P.20 |
| 3 | Jenis Guci | Spinning | P.10 | P.30 | P.50 | R.20 | R.10 | R.5 | P.10 | P.20 |
| 4 | Jenis Vas | Spinning | P.10 | P.30 | P.50 | R.20 | R.10 | R.5 | P.10 | P.20 |
| 6 | Jenis Patung | Ukir | P.10 | P.30 | P.50 | R.30 | R.20 | R.10 | P.10 | P.20 |
| 5 | Jenis Lampu hias | Kombinasi | P.10 | P.40 | P.60 | R.30 | R.20 | R.10 | P.10 | P.20 |
| 7 | Jenis Aksesoris interior | Kombinasi | P.10 | P.30 | P.50 | R.30 | R.20 | R.10 | P.10 | P.20 |

E. Pengembangan SDM

Berdasarkan pengamatan kami, AND Handicraft Tumpang memiliki kendala terkait keberadaan pengerjaan logam terutama di kalangan pekerja dengan keterampilan mengukir terbaik, jumlah pengrajin mulai berkurang, dan kurangnya pemahaman pembuat desain. dari produk. Berdasarkan hal tersebut, program pengabdian ini menyadari perlunya program pendidikan dan pelatihan desain untuk produk pengerjaan logam di Tuman. Pendidikan dan pelatihan desain meliputi pengrajin yang bekerja di AND Handicraft dan beberapa pekerja logam mitra lainnya yang masih aktif di area pengrajin logam Tuman. Jumlah pengrajin sekitar 50 sampai 60 pengrajin, sebagian besar berusia antara 17 tahun. 30 tahun adalah 30 tahun. Sejak usia itu pengrajin diharapkan siap untuk membuat desain.

Namun akibat dampak pandemi membuat jumlah tenaga pengrajin AND Handicraft berkurang menjadi 35 orang, yang mengakibatkan delay atau penambahan waktu pada pengerjaan produksi (AND Handicraft, 2021). Sehingga diperlukannya inovasi Teknologi Tepat Guna, dimana sehari 1 orang menghasilkan 1 pcs dengan adanya teknologi. 1 orang bisa menghasilkan 10 pcs.



Gambar 12. Desain alat Teknologi Tepat Guna (TTG) setelah direkayasa menjadi Mesin Spining (untuk membuat bentuk dengan menekan)

Materi pendidikan dan pelatihan bagi mitra pengerjaan logam Tumang, selain materi yang berkaitan dengan desain, antara lain estetika, ukuran ideal, memahami keinginan konsumen, kepribadian konsumen, menguasai pengalaman produk, mengenalkan ornamen, dll, terstandarisasi dalam bidang desain. Disediakan juga proses, menjelaskan cara membuat Good and Correct dan package. Tujuan dari pendidikan dan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran para pengrajin logam Tuman khususnya pengrajin dan pengrajin, sehingga setelah mengikuti kegiatan pembelajaran desain ini para pengrajin logam Tuman akan termotivasi untuk membawa kreativitas di bidang produk melalui desain.

PENUTUP

Simpulan dan Saran

Pengembangan ekonomi kreatif pada industri kerajinan logam Desa Tuman menjadi kegiatan penting ketika menyimpang dari persoalan dasar kerajinan. Berbasis di sentra kerajinan logam di desa Tuman, amal ini dikenal luas oleh masyarakat, terutama para pelaku bisnis berfokus pada seni kriya logam, dimana dilakukannya kegiatan pengembangan ekonomi kreatif,

Namun dalam kondisi pandemi terjadi beberapa perubahan dan penurunan pada bisnis AND Handicraft diantaranya dari aspek kurangnya media informasi untuk iklan produk, pentingnya peran pemerintah daerah menjadikan UMKM Tumang sebagai UMKM berbadan hukum dan ekonomi syariah agar mempermudah UMKM dalam segi biaya, terjadinya peralihan marketplace yang bersifat global sehingga produk lokal rentan mengalami imitasi produk negara China, sehingga pentingnya melakukan sertifikasi terkait produk usaha.

Kurangnya inovasi teknologi atau peralatan produksi seperti teknologi Tepat Guna yang dapat mempercepat proses produksi dibandingkan dengan mengandalkan tenaga ukir manusia yang mengakibatkan delay atau penambahan waktu produksi. Sehingga terjadi penurunan pemesanan di pasar karena pihak pengrajin harus

mengembangkan desain mereka lebih kreatif agar bisa ditawarkan ke pasar dan kerja lebih ekstra.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Sudarwanto, K. W. (NOVEMBER 2017). *IbPE Kriya Logam pada Sentra kerajinan Tembaga, Kuningan dan Aluminium di Desa Tumang, Cepogo, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah*. Surakarta: INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA.
- Ambar Teguh Sulistiyani. (2004). *Kemitraan Dan Model Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media, 76.
- AND Handicraft (2021). AND Handicraft. AND Handicradth.
- Coating, G. P. (Director). (2018, Januari 11). *Cara menggunakan powder coating* [Motion Picture]. From Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=FoN6CUH1oNg>
- Dewi Retno Dumilah, Moh. Komarudin, Rian Ubaidillah, Sulastri Siagian, & Sugeng Santoso. (Januari 2021). PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI PARIWISATA DI SEAWORLD ANCOL. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, Vol-7, No 2.
- Dwiki Julio Dharmawan. (2020, Desember 8). *UU Cipta Kerja Sah! 5 Kemudahan Yang Bakal Diperoleh UMKM*. From Smartlegal.id: <https://smartlegal.id/perizinan/2020/12/08/uu-cipta-kerja-sah-5-kemudahan-yang-bakal-diperoleh-umkm/>.
- Aan Sudarwanto, K. W. (NOVEMBER 2017). *IbPE Kriya Logam pada Sentra kerajinan Tembaga, Kuningan dan Aluminium di Desa Tumang, Cepogo, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah*. Surakarta: INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA.
- Ambar Teguh Sulistiyani. (2004). *Kemitraan Dan Model Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media, 76.
- AND Handicraft (2021). AND Handicraft. AND Handicradth.
- Coating, G. P. (Director). (2018, Januari 11). *Cara menggunakan powder coating* [Motion Picture]. From Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=FoN6CUH1oNg>
- Dewi Retno Dumilah, Moh. Komarudin, Rian Ubaidillah, Sulastri Siagian, & Sugeng Santoso. (Januari 2021). PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI PARIWISATA DI SEAWORLD ANCOL. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, Vol-7, No 2.
- Dwiki Julio Dharmawan. (2020, Desember 8). *UU Cipta Kerja Sah! 5 Kemudahan Yang Bakal Diperoleh UMKM*. From Smartlegal.id: <https://smartlegal.id/perizinan/2020/12/08/uu-cipta-kerja-sah-5-kemudahan-yang-bakal-diperoleh-umkm/>
- Erlangga Satya Darmawan. (2021, May 4). *Survei KIC: Shopee Sumbang Omzet Terbesar untuk UMKM Selama Pandemi*. From Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2021/05/04/144914526/survei-kic-shopee-sumbang-omzet-terbesar-untuk-umkm-selama-pandemi?page=all>
- Fitri Novia Heriani. (2019, November 28). *Punya Usaha Kecil dan Menengah? Pendirian PT Lebih Direkomendasikan*. From HukumOnline.com: <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5ddf4d2295dc4/punya-usaha-kecil-dan-menengah-pendirian-pt-lebih-direkomendasikan/>
- Ibid. (n.d.).
- Lestari, T., Wujoso, H., & Nunuk Suryani. (2017). Pengaruh Metode Pembelajaran Ceramah Plus dan Metode Drill terhadap Motivasi Belajar dan Hasil Belajar pada

- Kompetensi Dasar Efisiensi penggunaan Tempat Tidur Rumah Sakit. *Jurnal Media Ilmu Keolahragaan Indonesia*, p-ISSN 2088-6802 | e-ISSN 2442-6830.
- Lira Redata, Rachella Kezia, Kenneth Hagai Solaiman, & Sugeng Santoso. (2021). Analisis Korelasi Pendampingan Komunitas Terhadap Inovasi Pelaku Ekonomi Kreatif Dan Pemenuhan Kebutuhan Konsumen: Studi Kasus Pada Komunitas Tangerang Berdaya Dan Pelaku Ekonomi Kreatif Kuliner Tangerang. *Business Management Journal*, Vol 16 (1) : 1 – 19, p-ISSN: 1907-0896, e-ISSN: 2598-6775, DOI : <http://dx.doi.org/10.30813/bmj>.
- Maulandy Rizky Bayu Kencana. (2021, Maret 26). *Intip Strategi Pemerintah Pulihkan Sektor UKM di Tengah Pandemi*. From Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4516328/waduh-produk-umkm-indonesia-mulai-dijiplak-china>
- Mimik Sriningsih (2021). Nuansa Art.
- Mohammad Nurul Hidayah. (2020, September 11). *Ternyata Ini Kelebihan Powder Coating Dibandingkan Cat Biasa*. (GRIDOTO.COM) From <https://www.gridoto.com/read/222331619/ternyata-ini-kelebihan-powder-coating-dibandingkan-cat-biasa>
- Philip Kotler. (2002). Manajemen Pemasaran. *Edisi Milenium*(Jakarta: PT. Prenhallindo), 163.
- Soedarsono RM. (2001). Metodologi Penelitian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa. *Bandung: MSPI*, 57.
- Soegeng Toekio. (1987). Pengantar Apresiasi Seni Rupa. *ASKI, Surakarta*, 12.
- Sugeng Santoso. (2021). Telaah Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Ekosistem Pembiayaan Ekonomi Kreatif. Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi. *Pemerintah Dukung Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syariah di Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* (pp. ISBN No 978-623-92020-8-8). Biro Komunikasi.
- Sugi Priharto. (2020, April 16). *Apa itu Branding? Berikut Pengertiannya dan Perbedaanya dengan Marketing*. (Accurate) From <https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-branding/>.