



Pelatihan Sumber daya Manusia dan Manajemen UMKM pada Usaha Seni Kriya Ony Creative untuk Peningkatan Kapasitas Pengelolaan Bisnis

Sumitro¹, Yorman²

¹Program Studi Pendidikan Sosialogi, Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Universitas Mataram

²Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Bumigora

CorrenspondenAuthor: sumitro54@gmail.com

Article History:

Received: 20-08-2025

Revised: 29-08-2025

Accepted: 22-09-2025

Keywords: UMKM,
Seni Kriya, Sumber Daya
Manusia, Manajemen
Bisnis, Pemberdayaan
Masyarakat

Abstract: *Usaha seni kriya memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif sekaligus melestarikan nilai budaya lokal. Salah satu contoh adalah UMKM Ony Creative yang bergerak di bidang seni kriya, namun dalam pengelolaannya masih menghadapi berbagai kendala, khususnya pada aspek sumber daya manusia dan manajemen bisnis. Keterbatasan kapasitas tenaga kerja, pengelolaan keuangan yang belum terstruktur, serta strategi pemasaran yang belum optimal menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha. Untuk menjawab permasalahan tersebut, program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui pelatihan sumber daya manusia, workshop manajemen UMKM, serta pendampingan dalam penerapan sistem pencatatan keuangan dan strategi pemasaran berbasis digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih profesional. Perubahan positif terlihat pada pengelolaan administrasi dan keuangan yang lebih transparan, pembagian tugas kerja yang lebih terstruktur, serta peningkatan pemahaman dalam merancang strategi pemasaran. Program ini membuktikan bahwa pelatihan sumber daya manusia dan manajemen UMKM berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kapasitas pengelolaan bisnis. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memperkuat daya saing Ony Creative dan menjadi model pengembangan bagi UMKM seni kriya lainnya.*

© 2025 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi, khususnya dunia digital dan internet, membuka peluang besar bagi para pelaku bisnis UMKM untuk memasarkan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Salah satu strategi pemasaran yang relevan dengan kondisi perekonomian saat ini adalah digital marketing. Platform yang umum digunakan antara lain media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, dan sebagainya, yang memiliki karakteristik khusus dan potensi besar untuk membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk (Veranita, Susilowati, & Yusuf, 2021) dan (Lindawati, S. H. (2020).

Mengacu pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), usaha mikro memiliki aset maksimal Rp50 juta dan omset maksimal Rp300 juta; usaha kecil memiliki aset Rp50–500 juta dengan omset Rp300 juta–2,5 miliar; sedangkan usaha menengah memiliki aset Rp500 juta–10 miliar dengan omset Rp2,5–50 miliar. Usaha mikro merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagaimana diatur dalam undang-undang. Karakteristik usaha mikro menurut Undang Undang No. 20 tahun 2008 antara lain:

- 1) Beroperasi di sektor informal, jarang membayar pajak;
- 2) Dijalankan oleh pemilik, tanpa struktur organisasi formal, sistem pembukuan sederhana, menggunakan tenaga keluarga;
- 3) Tingkat mekanisasi rendah dan teknologi sederhana;
- 4) Pasar biasanya lokal dengan pelanggan berpendapatan rendah;
- 5) Pendidikan rendah, motivasi utama bertahan hidup;
- 6) Menggunakan bahan baku lokal dan modal sendiri.

Seni kriya adalah cabang seni rupa yang menghasilkan benda kerajinan (craft) bernilai seni dan membutuhkan keterampilan tangan (craftsmanship) tinggi (Rispul, 2012). Contohnya termasuk ukiran kayu atau batu, topeng, hiasan meja, anyaman, guci, mainan, dan kain songket (Suganda, 2019). Menurut KBBI, kriya berarti pekerjaan atau kerajinan tangan, sedangkan dalam bahasa Inggris craft mengacu pada kegiatan pembuatan sesuatu secara manual (handmade) (Astuti, 2024). Kriya memiliki nilai guna dan dapat menjadi media seni murni, mencerminkan tradisi dan nilai budaya yang tinggi (Magdalena, 2021).

Kepala Disnakertrans NTB, I Gede Putu Aryadi, menyebutkan bahwa Kota Mataram memiliki UMK tertinggi di NTB, yaitu Rp2.598.079, lebih tinggi Rp226.672 dibandingkan UMP. Hal ini menunjukkan potensi ekonomi yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM, termasuk di sektor seni kriya.

Pelatihan kepemimpinan dan manajemen UMKM pada usaha seni kriya, seperti Ony Creative, menjadi penting untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan bisnis, mengoptimalkan pemasaran digital, dan memperluas pasar. Dengan pemahaman kepemimpinan yang baik, pemilik usaha mampu mengelola sumber daya secara efektif, menghadapi tantangan pasar, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah Participatory Action Research (PAR). Menurut (Siswadi & Syaifuddin, 2024) PAR merupakan pendekatan penelitian yang menekankan peran serta aktif peneliti dalam setiap tahapan kegiatan. Participatory berarti partisipasi atau keterlibatan, Action berarti aksi atau kegiatan, dan Research berarti penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti berkolaborasi langsung dengan subjek penelitian untuk menemukan solusi nyata terhadap permasalahan yang dihadapi. Dengan metode PAR, pelaku UMKM Ony Creative dilibatkan secara aktif dalam proses pelatihan dan pengembangan manajemen usaha, sehingga dapat meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kemampuan pengelolaan bisnis secara berkelanjutan.

Waktu dan Tempat Pelaksanaan, Kegiatan pengabdian dilakukan selama satu bulan, yaitu mulai tanggal 10 Maret sampai 10 April 2025, bertempat di Usaha Seni Kriya Ony Creative, Kota Mataram, NTB.

Tabel 1. Rencana Metode Pengabdian pada UMKM Ony Creative

No	Tahapan Kegiatan	Metode/Strategi	Waktu Pelaksanaan	Peserta	Output yang Diharapkan
1	Identifikasi Kebutuhan Usaha	Observasi, wawancara, diskusi	10–12 Maret 2025	Pemilik & karyawan	Daftar permasalahan dan kebutuhan peningkatan manajemen dan kepemimpinan
2	Pelatihan Kepemimpinan & Manajemen UMKM	Presentasi, diskusi interaktif, simulasi kasus	13–20 Maret 2025	Pemilik & karyawan	Pemahaman konsep kepemimpinan dan manajemen UMKM, rencana pengembangan usaha
3	Pendampingan & Implementasi Praktik	Bimbingan langsung, praktik perencanaan usaha, strategi promosi digital	21–30 Maret 2025	Pemilik & karyawan	Penerapan manajemen usaha dan digital marketing, strategi promosi siap pakai
4	Evaluasi Feedback &	Wawancara, kuisioner, pengamatan langsung	1–10 April 2025	Pemilik & karyawan	Laporan evaluasi, rekomendasi perbaikan, peningkatan kapasitas pengelolaan usaha

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, beberapa alat dan bahan digunakan untuk mendukung kelancaran kegiatan, antara lain: media presentasi seperti laptop dan proyektor untuk penyampaian materi, modul pelatihan kepemimpinan dan manajemen UMKM sebagai pedoman pembelajaran, kertas dan alat tulis untuk mencatat dan praktik langsung, serta materi praktik digital marketing. Selain itu, akses internet juga disediakan untuk simulasi pemasaran digital, sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan strategi yang diajarkan (Riduwan, 2016).

Peserta pengabdian terdiri dari pemilik usaha Ony Creative sebagai pihak utama yang mengelola usaha, karyawan inti usaha sebanyak 2–3 orang yang mendukung operasional harian, serta narasumber atau pelatih yang berasal dari akademisi atau praktisi UMKM yang memiliki pengalaman dalam kepemimpinan, manajemen usaha, dan strategi digital marketing. Keterlibatan semua peserta diharapkan dapat meningkatkan pemahaman serta kapasitas pengelolaan usaha secara menyeluruh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada usaha seni kriya Ony Creative, yang bergerak di bidang kerajinan tangan seperti ukiran kayu, anyaman, topeng, dan berbagai benda seni kriya lainnya. Usaha ini memiliki 1 pemilik utama dan 2–3 karyawan inti yang mendukung operasional harian. Kegiatan pengabdian bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajemen dan kepemimpinan pelaku usaha agar pengelolaan bisnis lebih profesional dan berdaya saing.



Gambar 1. Produk seni kriya ony creative

Berdasarkan observasi dan wawancara awal dengan pemilik usaha, ditemukan beberapa masalah utama yang menjadi hambatan pengembangan Ony Creative, yaitu:

1. Kurangnya pemahaman terkait manajemen usaha yang efektif, termasuk perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian operasional.
2. Tidak adanya strategi kepemimpinan yang jelas untuk karyawan inti, sehingga koordinasi dan motivasi tim masih rendah.
3. Pemanfaatan pemasaran digital masih terbatas, sehingga jangkauan pasar masih lokal dan potensi pendapatan belum optimal.
4. Minimnya sistem evaluasi kinerja usaha yang dapat mengukur efektivitas operasional dan kepuasan pelanggan.



Gambar 2. Pemberian pelatihan

Pengabdian dilakukan menggunakan metode Participatory Action Research (PAR) dengan tahapan identifikasi masalah, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Solusi yang diberikan meliputi pelatihan kepemimpinan, manajemen UMKM, dan praktik digital marketing. Hasil implementasi dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2 Solusi dan Implementasi Pelatihan Kepemimpinan dan Manajemen UMKM pada Ony Creative

No	Masalah	Solusi	Implementasi	Hasil / Dampak
1	Kurangnya manajemen usaha	Pelatihan manajemen UMKM	Workshop tentang perencanaan, pengorganisasian, pengendalian usaha	Pemilik memahami prinsip manajemen usaha, mampu menyusun rencana operasional lebih terstruktur
2	Kepemimpinan tidak jelas	Pelatihan kepemimpinan	Simulasi pengambilan keputusan, strategi motivasi karyawan	Karyawan lebih termotivasi, koordinasi tim meningkat, pengambilan keputusan lebih cepat dan tepat
3	Minim pemasaran digital	Pelatihan digital marketing	Praktik penggunaan media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp) dan strategi promosi online	Jangkauan pasar meningkat, produk mulai dikenal di pasar digital,

				interaksi pelanggan lebih aktif
4	Kurang evaluasi kinerja	Pembuatan sistem monitoring	Membuat template evaluasi bulanan kinerja usaha dan kepuasan pelanggan	Pemilik dapat memantau perkembangan usaha dan menyesuaikan strategi pengelolaan

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan kepemimpinan dan manajemen UMKM memberikan dampak positif bagi Ony Creative:

1. Peningkatan kapasitas manajemen usaha Pelatihan manajemen membantu pemilik memahami perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian operasional. Dengan pemahaman ini, usaha dapat dijalankan lebih terstruktur, meminimalkan kesalahan operasional, dan meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya. Hal ini sejalan dengan pendapat Aliyah (2022) bahwa pengelolaan usaha yang baik dapat meningkatkan keberlangsungan dan profitabilitas UMKM.
2. Peningkatan kemampuan kepemimpinan, Melalui simulasi dan praktik kepemimpinan, pemilik dapat memotivasi karyawan dan mengatur pembagian tugas secara efektif. Karyawan menjadi lebih disiplin dan responsif terhadap arahan, sehingga produktivitas tim meningkat. Hasil ini mendukung studi Astuti & Rosita (2024) yang menyatakan bahwa kepemimpinan yang efektif meningkatkan kinerja UMKM.
3. Pengembangan pemasaran digital, Praktik digital marketing melalui media sosial membantu usaha memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Pemilik dapat memposting konten berkualitas, berinteraksi dengan pelanggan, dan memanfaatkan promosi online untuk meningkatkan penjualan. Hal ini sejalan dengan temuan Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development (2022) bahwa digitalisasi UMKM mampu meningkatkan penjualan dan awareness usaha.
4. Pemantauan kinerja dan evaluasi, Sistem evaluasi kinerja yang diterapkan memungkinkan pemilik memantau efektivitas operasional dan kepuasan pelanggan. Dengan data evaluasi yang tersedia, strategi pengelolaan usaha dapat disesuaikan, sehingga keputusan lebih berbasis informasi dan bisnis dapat berkembang lebih stabil.

Secara keseluruhan, pengabdian ini berhasil meningkatkan kapasitas manajerial, kepemimpinan, dan pemasaran digital pada Ony Creative, yang berdampak pada efisiensi operasional, peningkatan motivasi karyawan, dan perluasan pasar. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya kombinasi pelatihan manajemen, kepemimpinan, dan digital marketing sebagai strategi pengembangan UMKM kreatif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat pada usaha seni kriya Ony Creative, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Pelatihan kepemimpinan dan manajemen UMKM berhasil meningkatkan kapasitas manajerial pemilik usaha, terutama dalam perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian operasional. Hal ini membuat

pengelolaan usaha menjadi lebih terstruktur dan efisien. Peningkatan kemampuan kepemimpinan pemilik usaha berdampak pada motivasi dan koordinasi karyawan. Karyawan lebih disiplin dan mampu bekerja secara lebih produktif dalam tim. Pelatihan digital marketing memberikan pemahaman praktik pemasaran melalui media sosial, sehingga jangkauan pasar Ony Creative meluas dan interaksi dengan pelanggan meningkat. Penerapan sistem monitoring dan evaluasi kinerja membantu pemilik usaha memantau perkembangan usaha secara berkala dan membuat keputusan berbasis data, sehingga strategi pengelolaan bisnis menjadi lebih efektif.

Secara keseluruhan, pengabdian ini menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan manajemen, kepemimpinan, dan digital marketing sangat relevan untuk pengembangan UMKM kreatif seperti Ony Creative, meningkatkan profesionalisme, efisiensi operasional, dan potensi pertumbuhan usaha.

Berdasarkan temuan dan evaluasi kegiatan pengabdian, beberapa saran yang dapat diberikan antara lain: Pemilik usaha Ony Creative disarankan untuk terus menerapkan prinsip manajemen dan kepemimpinan yang telah dipelajari, serta melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja usaha. Penggunaan digital marketing sebaiknya diperluas dengan membuat konten kreatif secara rutin, memanfaatkan fitur marketplace, dan berinteraksi aktif dengan pelanggan agar potensi pasar terus meningkat. Kegiatan pelatihan lanjutan bagi karyawan dan pemilik dapat dilakukan secara berkala, terutama terkait inovasi produk, strategi promosi, dan pengelolaan keuangan, untuk menjaga keberlanjutan usaha. Pihak akademisi atau praktisi UMKM yang menjadi narasumber dapat melakukan pendampingan berkelanjutan agar implementasi manajemen dan pemasaran digital lebih optimal dan terukur. Dengan penerapan saran tersebut, diharapkan Ony Creative dapat tumbuh lebih profesional, meningkatkan kesejahteraan ekonomi pemilik dan karyawan, serta memperluas jangkauan pasar secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

Aliyah, A. H. (2022). Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Welfare: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72.

Astuti, E. D., & Rosita, R. (2024). Pentingnya transformasi digital UMKM dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 119–134.

Lindawati, S. H. (2020). *Pemasaran digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Riduwan, A. (2016). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh perguruan tinggi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 3(2), 95.

Veranita, M., Susilowati, R., & Yusuf, R. (2021). Pemanfaatan platform media sosial Instagram sebagai media promosi industri kuliner saat pandemi Covid-19 (Studi kasus pada akun @kolakcampurkolaku). *JBK: Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 17(3), 279–292.

Rispul. (2012). Seni kriya: Antara teknik dan ekspresi. *CORAK: Jurnal Seni Kriya*, 1(1), 90–100.

Suganda, D. (2019). Budaya sebagai landasan kreativitas seniman. *PARAGUNA: Jurnal Ilmu Pengetahuan, Pemikiran, dan Kajian Tentang Seni Karawitan*, 6(1), 62–73.

Magdalena, R. (2021). Hidup, seni dan teks. *Jurnal Desain: Kajian Bidang Penelitian Desain*, 1(1), 45–57.

Siswadi, & Syaifuddin, A. (2024). Penelitian tindakan partisipatif metode PAR (Participatory Action Research): Tantangan dan peluang dalam pemberdayaan

komunitas. *Ummul Qura: Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*, 19(2), 111–125.