



Pelatihan Technopreneurship bagi Kelompok Pengrajin Rotan di Kelurahan Balarjosari Kota Malang

Sudarmiatin*, Rayie Tariaranie Wiguna, Adelia Sabrina Pramega
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

*Corresponding Author. Email: sudarmiatin.fe@um.ac.id

Abstract: The purpose of this service activity is to provide technopreneurship training to rattan craftsmen in order to increase sales turnover. The method used consists of 3 stages, namely; (1) FGD with rattan craftsmen; (2) Provide training to create and operate business Instagram with link_tree; (3) Provide consultation and assistance so that online businesses can run independently. The results of the activity showed that there was an increase in knowledge and technopreneurship skills in the rattan craftsman group by 50%, after having an online business account the craftsman's attitude became more optimistic in facing the future, the formation of business Instagram marketing media with link_tree to increase sales of rattan handicrafts.

Abstrak: Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan technopreneurship kepada pengrajin rotan guna meningkatkan omzet penjualan. Metode yang digunakan terdiri dari 3 tahap yaitu; (1) FGD dengan pengrajin rotan; (2) Memberikan pelatihan untuk membuat dan mengoperasikan instagram bisnis dengan link_tree; (3) Melayani konsultasi dan pendampingan hingga bisnis online dapat berjalan secara mandiri. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dan ketrampilan *technopreneurship* pada kelompok pengrajin rotan sebesar 50%, setelah memiliki akun bisnis online sikap pengrajin menjadi lebih optimis dalam menghadapi masa depan, terbentuknya media pemasaran instagram bisnis dengan *link_tree* untuk meningkatkan penjualan kerajinan rotan.

Article History:

Received: 27-12-2021
Reviewed: 02-03-2022
Accepted: 16-03-2022
Published: 18-05-2022

Key Words:

Training,
Technopreneurship,
Rattan Handicrafts.

Sejarah Artikel:

Diterima: 27-12-2021
Direview: 02-03-2022
Disetujui: 16-03-2022
Diterbitkan: 18-05-2022

Kata Kunci:

Pelatihan
Technopreneurship,
Kerajinan Rotan.

How to Cite: Sudarmiatin, S., Wiguna, R., & Pramega, A. (2022). Pelatihan Technopreneurship bagi Kelompok Pengrajin Rotan di Kelurahan Balarjosari Kota Malang. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(1), 1-7. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v3i1.4633>



<https://doi.org/10.33394/jpu.v3i1.4633>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Pendahuluan

Pada era persaingan digital, semua pelaku bisnis perlu meningkatkan penguasaan terhadap teknologi. Tentu saja bukan hanya alasan produktivitas, namun juga untuk berkaitan dengan strategi pemasaran. Data BPS tahun 2021 menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64 juta atau 99,9 % dari jumlah seluruh wirausaha Indonesia. Namun demikian selama pandemi Covid-19, sebanyak 30 % UMKM tersebut mengalami penurunan kinerja pemasaran dan sebanyak 50-70% lainnya berhasil menciptakan inovasi baru sehingga dapat bertahan. Lebih lanjut diinformasikan bahwa dari 64 juta UMKM tersebut ternyata baru 13 % atau 8 juta UMKM yang hadir dalam platform digital (Liputan 6.com, 4 September 2020). Sementara itu hasil penelitian Sudarmiatin dkk (2018) menunjukkan bahwa dari sekian banyak keterbatasan yang dimiliki UMKM maka yang paling menentukan kinerja bisnis adalah kapabilitas sumber daya manusia.

Kelurahan Balarjosari adalah salah satu kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur memiliki 7 RW (Rukun Warga) dan 44 RT



(Rukun Tetangga). Secara geografis Kelurahan Balarjosari merupakan kelurahan yang berada di posisi paling utara sekaligus menjadi pintu gerbang masuk kota Malang. Kelurahan Balarjosari menghasilkan banyak produk bernilai ekonomis yang salah satunya adalah kerajinan rotan. Terdapat 2 jenis pelaku usaha kerajinan rotan di Balarjosari kota Malang, yaitu penjual dan pengrajin. Pada tahun 1990-an kerajinan rotan dari Balarjosari ini sangat terkenal akan kualitasnya, hingga mencapai pasar ekspor mulai dari negara di benua Asia, Amerika hingga Eropa. Sejak krisis ekonomi tahun 1998 jumlah pengrajin rotan semakin berkurang dan saat ini tinggal 23 unit usaha dengan jumlah karyawan sebanyak 73 orang. (<https://dekranasdajatim.id>). Hasil wawancara dengan ketua paguyuban pengrajin rotan di Balarjosari Bapak Mardian pada bulan Maret 2021 menunjukkan bahwa terdapat permasalahan yang dihadapi pengrajin rotan di kelurahan Balarjosari selama masa pandemi. Permasalahan tersebut diantaranya adalah menurunnya omzet penjualan kerajinan rotan hingga 70%, beberapa pengrajin gulung tikar hingga ada yang menjual asset. Selama ini penjualan banyak dilakukan secara tatap muka (offline). Kebanyakan pengrajin berusia di atas 50 tahun sehingga kurang menguasai *digital marketing*.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan *technopreneurship* guna meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pengrajin rotan dalam menjalankan bisnis online. Istilah *technopreneurship* sering digunakan untuk menyebut bisnis yang dibangun berbasis teknologi. *Technopreneurship* merupakan suatu usaha yang menggabungkan antara pemanfaatan teknologi informasi dengan bisnis konvensional. Selvarani & Venusamy (2015) mengemukakan bahwa *technopreneurship* adalah bentuk dari sebuah inovasi dan kreativitas agar bisnis terus berkembang secara berkelanjutan (*sustainable development*). Sedangkan Mashingaidze (2016) menyatakan bahwa *technopreneurship* adalah media yang vital dalam globalisasi dan liberalisasi ekonomi, karena memberikan peluang yang lebih besar dan memungkinkan optimalisasi yang efektif sumber daya untuk mencapai margin keuntungan yang tinggi. Pada masa pandemi, kehadiran *technopreneur* ini sangat dibutuhkan masyarakat karena adanya perubahan perilaku konsumen yang lebih suka berbelanja secara online dari rumah dibanding dengan datang langsung ke toko.

Metode Pengabdian

Metode yang digunakan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh kelompok pengrajin rotan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Permasalahan dan Metode Pemecahan Masalah

Permasalahan	Metode pemecahan masalah	Peran mitra	Target yang ingin dicapai
Rendahnya kualitas sumber daya manusia dalam penguasaan teknologi bisnis online	1.1. Melakukan FGD untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi pengrajin rotan di masa pandemi	Memberikan fasilitas tempat dan mengundang pengurus paguyuban pengrajin rotan untuk FGD	Menemukan akar masalah yang akan dipecahkan
	1.2. Memberikan pelatihan untuk membuat dan mengoperasikan instagram bisnis dengan link_tree	Menyediakan tempat, mengundang peserta pelatihan dan menunjuk admin paguyuban	Terbentuk akun instagram bisnis dengan link-tree yang siap dioperasikan



1.3. Memberikan konsultasi dan pendampingan menjalankan bisnis online melalui instagram <i>insight</i> dengan <i>link-tree</i>	Melakukan konsultasi dengan tim dari Universitas Negeri Malang agar agar bisnis dapat berjalan	Terjadi komunikasi dua arah antara pengrajin dan tim pengabdian agar bisnis online dapat berjalan sesuai harapan
--	--	--

Berdasarkan keterangan pada Tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa para pengrajin yang menjadi target pengabdian kepada masyarakat ini sebanyak 23 orang yang rata-rata sudah berusia di atas 50 tahun. Sehingga wajar jika penguasaan terhadap teknologi komunikasi melalui internet hanya sebatas mengoperasikan whatsapp dan mencari informasi di google. Untuk itu melalui pengurus paguyuban pengrajin rotan ditunjuk 3 orang admin yang berusia milenial untuk membantu mengoperasikan bisnis online melalui instagram insight.

Pada awal diluncurkannya instagram, kegiatan admin banyak mengunggah foto produk dan mencari *follower* agar akun tersebut menarik perhatian masyarakat. Namun dalam jangka panjang admin harus kreatif mengisi konten dan *story* agar *follower* bukan hanya melihat foto tetapi juga tertarik untuk membeli. Ini sesuai dengan tujuan akhir penggunaan media sosial adalah untuk meningkatkan jumlah penjualan. Adapun instrumen yang digunakan untuk mengukur keberhasilan kegiatan pengabdian ini adalah berupa kuesioner. Untuk mengetahui efektivitas pelatihan *technopreneurship* dilakukan pengukuran dengan membandingkan kondisi sebelum dan setelah pelatihan. Adapun indikator yang digunakan untuk pengukuran keberhasilan kegiatan meliputi :

- 1) Peningkatan pengetahuan pengrajin tentang pentingnya penguasaan teknologi untuk bertahan di masa pandemi,
- 2) Perubahan sikap pengrajin *pasca launching* penggunaan instagram bisnis dengan *link-tree*.
- 3) Terbentuknya media instagram bisnis dengan *link-tree* agar para pengrajin rotan di Balarjosari dapat melaksanakan pemasaran online.
- 4) Terbentuknya admin instagram @rotanmalangbale untuk memperbarui konten sesuai kondisi terkini.

Hasil Pengabdian dan Pembahasan Pelaksanaan kegiatan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam 3 tahap yaitu (1) Melakukan FGD untuk identifikasi permasalahan yang dihadapi pengrajin rotan. (2) Melakukan pelatihan membuat dan mengoperasikan media sosial instagram bisnis dengan *link_tree* (3) Melayani konsultasi dan pendampingan hingga bisnis online dapat berjalan secara mandiri.

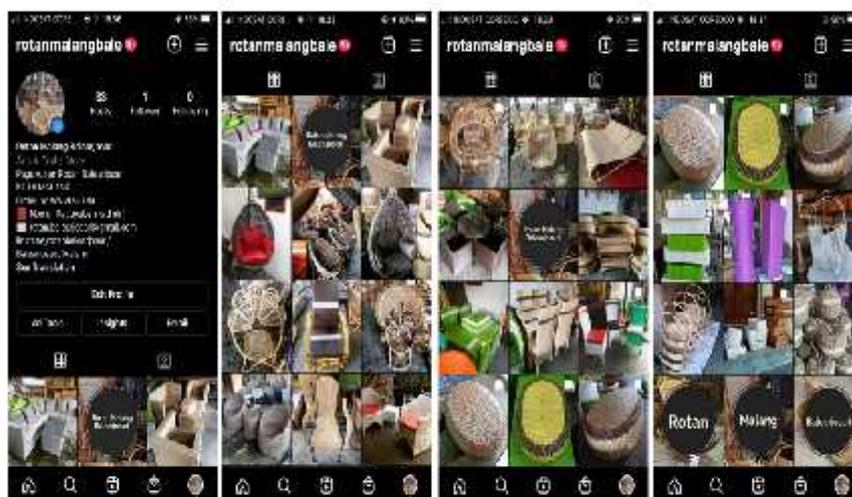
Pertama, Melakukan FGD dengan para pengurus paguyuban rotan di kelurahan Balarjosari kecamatan Blimbing Kota Malang. Tujuan FGD adalah untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi pengrajin rotan di masa pandemi covid 19. Tempat FGD di kelurahan Balarjoari yang dilaksanakan pada bulan Juli 2021. Hasil FGD menunjukkan bahwa selama pandemi Covid-19, terdapat penurunan penjualan sebesar 60%. Ini adalah masalah yang serius dan harus segera dipecahkan mengingat kerajinan rotan ini merupakan produk unggulan kota Malang. Berikut adalah lokasi kelurahan Balarjosari tempat melakukan FGD.



Gambar 1. Kelurahan Balearjosari Kota Malang

Kedua, Memberikan pelatihan mengoperasikan bisnis online dengan menggunakan media sosial *instagram insight* dengan *link-tree*. Kegiatan ini dilakukan di rumah ketua paguyuban, yang dilaksanakan pada bulan Oktober 2021. Mengapa pada bulan Oktober? Pada rentang waktu bulan Agustus hingga awal Oktober 2021 berlaku PPKM level 3 karena jumlah masyarakat yang terpapar Covid meningkat. Pada pertengahan bulan Oktober 2021 PPKM di kota Malang sudah mulai menurun di level 2, sehingga sudah mulai berani melaksanakan kegiatan pelatihan walaupun dengan jumlah peserta yang masih terbatas. Teknis pemberian pelatihan didahului dengan sosialisasi program terhadap semua pengrajin rotan tentang pentingnya menguasai teknologi untuk dapat mempertahankan bisnis di masa pandemi. Perubahan perilaku konsumen yang beralih kepada pembelian online memaksa semua pelaku bisnis untuk menyesuaikan (adaptasi). Kegiatan pelatihan diikuti oleh 20 orang pengrajin dan ditambah 3 orang admin, sehingga total peserta adalah 23 orang.

Ketiga, Melayani konsultasi dan pendampingan hingga admin benar-benar mandiri dalam mengoperasikan pemasaran *online*. Selama ini aktivitas pemasaran kerajinan rotan dilakukan secara *offline* di sepanjang jalan jalur Surabaya ke Malang. Mulai 20 Oktober 2021 paguyuban rotan kelurahan Balearjosari sudah *launching* *instagram insight* dengan *link-tre*. Akun *instagram* adalah @rotanmalangbale. Berikut adalah tampilan *instagram* kerajinan rotan di kelurahan Balearjosari kota Malang.



Gambar 2. Tampilan Instagram Insight @rotanmalangbale



Evaluasi

Hasil evaluasi terhadap kegiatan pelatihan *technopreneurship* kepada pengrajin rotan ini dapat dilihat dari beberapa indikator diantaranya adalah peningkatan pengetahuan dan ketrampilan *technopreneurship*, perubahan sikap, terbentuknya media pemasaran online melalui instagram bisnis dan terbentuknya admin paguyuban pengrajin rotan yang mampu menaikkan *follower* untuk menarik perhatian calon pembeli. Selengkapnya dapat dikemukakan dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. Indikator Keberhasilan Pelatihan *Technopreneurship*

No	Indikator	Kondisi sebelum pelatihan	Kondisi setelah pelatihan
1	Pengetahuan pengrajin terhadap pentingnya penguasaan teknologi bisnis online	20%	70%
2	Perubahan sikap pengrajin pasca launching media sosial instagram bisnis dengan link-tree	pesimis	optimis
3	Terbentuknya media pemasaran online kerajinan rotan di Balarjosari	Tidak ada media pemasaran online	Ada media instagram bisnis dengan <i>link-tree</i>
4	Terbentuknya admin paguyuban yang membantu memperbaharui konten instagram @rotanmalangbale	Tidak ada	Ada 3 orang admin

Berdasarkan keterangan pada Tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa terdapat peningkatan pengetahuan tentang pentingnya penguasaan teknologi di masa pandemi Covid 19 sebesar 50%. Dengan adanya launching instagram insight @rotanmalangbale dengan *link_tree*, sikap para pengrajin rotan di Baliarjosari juga menjadi lebih optimis. Hal ini relevan dengan pernyataan Septika, dkk. (2021) bahwa untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola usaha dapat dilakukan melalui kegiatan pelatihan. Hasil penelitian lainnya dikemukakan oleh Selvarani & Venusamy (2015) yang menyatakan bahwa *technopreneurship* merupakan inovasi dan kreativitas agar bisnis terus berkembang secara berkelanjutan. Sementara itu Mashingaidze (2016) mengemukakan bahwa *technopreneurship* dapat menjadi media yang vital dalam globalisasi dan liberalisasi ekonomi, karena memberikan peluang yang lebih besar untuk mencapai margin keuntungan yang tinggi.

Pada era persaingan digital perilaku masyarakat juga ikut berubah seiring dengan cepatnya arus informasi melalui internet. Dalam perkembangan sektor yang perlu berbenah diri bukan hanya sektor bisnis, namun juga sektor non bisnis. Seperti disampaikan Hartanto dan Setiadi (2013) bahwa kehadiran *technopreneurship* tidak bisa dihindari seiring dengan kemajuan teknologi di era persaingan 4.0. Demikian pula Ramsey and Cole (2005) dan Raymond and Bergeron (2008) menyatakan bahwa bagi usaha kecil dan menengah, kehadiran bisnis online merupakan peluang bisnis yang luar biasa untuk bersaing dengan industri sejenis. Bahkan Wibawa, dkk (2020) menguatkan bahwa *technopreneurship* yang dibarengi dengan inovasi produk merupakan strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan bisnis UMKM.

Banyak media yang dapat digunakan untuk menjalankan bisnis online, diantaranya adalah media sosial, website, google ads, marketplace. Seperti dinyatakan oleh Solichin (2019) bahwa *digital marketing* bisa dilakukan melalui banyak media diantaranya adalah media sosial instagram. Fitur-fitur yang terdapat pada instagram bisnis sangat mendukung untuk meningkatkan branding suatu produk, apalagi terjadi perubahan perilaku masyarakat



yang lebih suka belanja online yang dapat dilakukan dari rumah. Lebih jauh Bakar, et al. (2020) menekankan bahwa *technopreneurship* merupakan bidang kritis yang direkomendasikan oleh Islam dan sangat sesuai untuk diterapkan di masa pandemi Covid-19.

Dengan melihat pentingnya kehadiran *technopreneurship* ini bagi masa depan UMKM maka diperlukan tindak lanjut. Bentuk kegiatan bisa berupa konsultasi dan pendampingan untuk mengoptimalkan *follower* dan terus memperbaharui konten. Dalam jangka panjang akan dilakukan kegiatan pengabdian lanjutan, seperti pemanfaatan *marketplace*, *google ads* dan *endorse* untuk mengoptimalkan strategi pemasaran online. Dalam bisnis online, peran *endorse* sangat penting sebab dapat mempengaruhi calon konsumen potensial untuk melakukan pembelian (Silva, et al., 2020). Sedangkan *google ads* merupakan media periklanan online yang disediakan oleh google untuk membantu menjual produk, meningkatkan kesadaran konsumen dan meningkatkan *traffic* ke situs (Gligorovski, et al., 2018).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Terdapat peningkatan pengetahuan dan ketrampilan *technopreneurship* para pengrajin rotan sebesar 50%. Hal ini berarti bahwa kelompok pengrajin rotan mulai menyadari pentingnya belajar teknologi untuk dapat menjalankan bisnis online di masa pandemi Covid-19.
- 2) Sikap para pengrajin rotan untuk dapat menjalankan bisnis online sangat optimis, menyongsong digunakannya media sosial instagram untuk meningkatkan kinerja pemasaran.
- 3) Media sosial yang digunakan untuk meningkatkan kinerja pemasaran kerajinan rotan di kelurahan Balarjosari kota Malang adalah instagram bisnis (*insight*) dengan *link-tree*, dengan akun @rotanmalangbale.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang dapat disampaikan yakni sebagai berikut:

- 1) Bagi paguyuban pengrajin rotan di kelurahan Balarjosari Kota Malang. Diharapkan pada masa pandemi Covid-19 ini para pengrajin rotan tetap optimis dalam menjaga keberlanjutan kerajinan rotan yang menjadi unggulan kota Malang ini. Perubahan perilaku konsumen yang lebih suka belanja online perlu diikuti dengan perubahan strategi pemasaran online dan bisa dikombinasi dengan strategi offline.
- 2) Bagi pemerintah daerah kota Malang utamanya Dinas Koperasi dan UMKM, disarankan untuk memberikan perhatian dan motivasi guna membangkitkan semangat pengrajin rotan yang mulai pesimis dengan menurunnya jumlah penjualan di masa pandemi Covid-19 ini. Perhatian dan keterlibatan pemerintah daerah sangat diperlukan untuk memberikan bantuan alat dan kredit murah yang menjadi angin segar bagi pengrajin rotan di kelurahan Balarjosari Kota Malang Jawa Timur.

Daftar Pustaka

Bakar, M. A., Bakar, A. A., Noor, A. M., & Mohamad, N. M. (2020). Islamic Technopreneurship In The Midst Of Covid-19 Pandemic: A Malaysia Review. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(9), 746-765.



- Fowosire, R. A., & Idris, O. Y. (2017). Technopreneurship: a view of technology, innovations and entrepreneurship. *Global Journal of Research In Engineering*.
- Gligorovski, V., Mancheski, G., & Angeleski, M. (2018). Increasing The Engagement Of Audience In Seo Of An Actual Web Page Using Google Ads. *Cataloging-In-Publication Data*, 127.
- Mashingaidze, S. (2016). Technopreneurship (entreprenology) as the Holy Grail of SMEs growth: a historical analysis. *Environmental economics*, (7, Iss. 3), 67-74.
- Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. (2019). *Tantangan dan peluang revolusi industri 4.0 bagi perempuan*. Info Singkat terhadap Kajian Issue Aktual dan Strategis. Vol 11 No 5.
- Ramsey, E., & McCole, P. (2005). E-business in professional SMEs: the case of New Zealand. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Raymond, L., & Bergeron, F. (2008). Enabling the business strategy of SMEs through e-business capabilities. *Industrial Management & Data Systems*.
- Sholihin, R. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0*. Penerbit Quadrant
- Suhartanto, E. dan Setiyadi, A. (2013). *Technopreneurship Strategi Penting dalam Bisnis berbasis Teknologi*. Jakarta: Penerbit Gramedia
- Selvarani, A., & Venusamy, K. (2015). A study of technopreneurship in small and medium industry. Technopreneurship as a firm strategy: links to innovation, creation and performance. *Journal Impact Factor*, 6(1), 401-408.
- Silva, M. J. D. B., Farias, S. A. D., Grigg, M. K., & Barbosa, M. D. L. D. A. (2020). Online engagement and the role of digital influencers in product endorsement on Instagram. *Journal of Relationship Marketing*, 19(2), 133-163.
- Septika, B., Krisnahadi, T., Aryani, M., Wulandari, Y., & Dianti, I. (2021). Pelatihan Manajemen Usaha Bagi Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Jupiter Jaya Di Dusun Mavilla Rengganis Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 2(1), 30-35. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v2i1.3587>
- Wijayanti, C. (2018). *Membangun bisnis di Era Industri 4.0*. Penerbit Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan
- Wibawa, T., Widjanarko, H., Utomo, H. S., Suratna, S., & Wahyurini, E. (2020, October). Technopreneurship Based Product Innovation: a Case Study on Small Entrepreneur. In *Proceeding of LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta Conference Series 2020–Engineering and Science Series* (Vol. 1, No. 1, pp. 439-444).