

PENGEMBANGAN USAHA HANDYCRAFT MELALUI PENERAPAN PRODUK TEKNOLOGI GUNA MENINGKATKAN KAPASITAS PRODUK DI DESA CIHEULANG

Ida Hindarsah¹, Yuyun Yuniarti², Qeisha M.Arsy³, Andri Octavian⁴
^{1,2,3,4} Business Administration Departement FISIP Universitas Pasundan
ida.hindarsah@unpas.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 18 Agustus 2022

Disetujui : 25 September 2022

Kata Kunci :

Pengembangan usaha,
Kewirausahaan, Peningkatan
Pendapatan

ABSTRAK

Cekap merupakan salah satu brand yang dimiliki oleh salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang kerajinan tangan berbasis kayu dan bambu dengan produk yang dihasilkan beragam gelas (cangkir), sendok, cerutu, asesories dan lainnya. Berlokasi di Desa Ciheulang Kec. Ciparay Kab. Bandung. Beberapa prioritas permasalahan yang dihadapi adalah: Permasalahan Kewirausahaan: Mitra belum memiliki kemampuan Manajemen Sumber Daya Manusia yang benar terutama dalam menentukan kebutuhan pegawai dan kapasitas usaha. Permasalahan Penerapan Produk Teknologi: Belum memahami tentang Lay out Produksi, Belum memiliki peralatan mesin bubut kayu. Solusi dan target luaran dalam kegiatan masyarakat ini meliputi: Solusi memberikan peningkatan efesiensi aktivitas usaha, Peningkatan kapasitas mesin produksi berupa mesin bubut untuk mempercepat proses produksi dengan taret luaran memberikan pemahaman Prinsip dasar lay out, Memahami Tujuan lay out, Memahami Manfaat Lay out. Mitra Memiliki Mesin bubut untuk Proses produksi gelas kayu, Mitra mampu mengoperasionalkan mesin bubut. Luaran yang diharapkan dalam kegiatan ini adalah : 1. usaha yang berkesinambungan 2. Jumlah produk meningkat 3. Pendapatan keluarga meningkat.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : 18 August 2022

Accepted : 25 September 2022

Keywords:

Business Development,
Entrepreneurship, Income
Increase

ABSTRACT

Cekap is one of the brands owned by one of the business actors engaged in wood and bamboo-based handicrafts with products produced by a variety of glasses (cups), spoons, cigars, accessories and others. Located in Ciheulang Village, Ciparay District, Bandung Regency. Some of the priority problems faced are: Entrepreneurship Problems: Partners do not have the correct Human Resource Management skills, especially in determining employee needs and business capacity. Problems of Application of Technological Products: Do not understand about Production Lay out, Do not have wooden lathe equipment. Solutions and output targets in this community activity include: Solutions to provide increased efficiency of business activities, Increase the capacity of production machines in the form of lathes to strengthen the production process by providing an understanding of the basic principles of lay out, Understanding the purpose of lay out, Understanding the Benefits of Lay out. Mitra Has a lathe for the wooden glass production process, Mitra is able to operationalize the lathe. The expected outputs in this activity are: 1. sustainable effort 2. The number of products increased by 3. The family income is increasing.

I. PENDAHULUAN

Tidak bisa dipungkiri bahwa dampak pandemi Covid-19 telah berdampak pada tatanan kehidupan sosial serta menurunnya kinerja ekonomi Indonesia Dengan ekonomi yang mengalami penurunan, jutaan orang Indonesia berisiko kehilangan pekerjaan. Sebagian besar kenaikan pengangguran akan terjadi di Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sektor utama yang menyumbang sekitar 61 persen dari

Produk Domestik Bruto (PDB) negara itu. Sektor ini juga mempekerjakan 97 persen dari tenaga kerja Indonesia tahun 2018 (UI, L. F., 2020). Jenis usaha perekonomian yang paling banyak terdampak dari pandemic covid-19 meliputi industri automotif, industri baja, peralatan listrik, industri tekstil, kerajinan dan alat berat, pariwisata (Rosita, 2020). Kondisi ini juga yang dirasakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Ciheulang merupakan wilayah pemukiman para pendatang dari luar atau dijadikan tempat para pelaku kelana (pengembara) dan petani. Asal Ciheulang itu sendiri berasal dari burung Elang (Heulang-Sunda) karena konon tempat ini dijadikan sumber mata air yang selalu dipakai oleh burung Elang.

<https://www.ciheulang.desa.id/artikel/2019/3/2/sejarah-desa>. Salah satu kampung yang ada di Desa Ciheulang ini adalah .Kampung Marga hurip dimana hampir sebagian besar di kampung ini berpenghasilan dari pengrajin kayu dan bambu. Selama masa pandemik pelaku usaha usaha mengalami diantaranya turunya permintaan, terbatasnya manajerial, produksi yang masih sederhana, terbatasnya akses pasar, lemahnya promosi khususnya di media sosial, terbatasnya peralatan produksi, terbatasnya pengetahuan tentang lay out produksi dan pengelolaan produk, kemasan yang masih sederhana, ketrnbatasan modal, belum memahami segmentasi pasar, lemahnya branding, terbatasnya manajerial, terbatasnya Sumber Daya Manusia, belum memakai Standard Operating Product (SOP), terbatasnya peralatan produksi dan lain lain (Lili Marlinah, 2020). Juga perilaku kewirausahaan memperlihatkan kemampuan pengusaha untuk melihat ke depan, berfikir dengan penuh

perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya masih kurang (Sukirman, 2017). Berdasarkan hasil survey yang dilakukan tim kepada salah satu pengrajin usaha produktif, calon mitra usaha Karupa dengan brand nya “CEKAP” yang digagas oleh salah seorang seniman Bernama Bapak Asep Hendy. Beliau pengrajin kayu dan bambu yang memproduksi beragam produk yang dihasilkan seperti gelas, souvenir dari kayu dan bambu, pedang, sendok, tempat cerutu, lampu hias dan lain lain. Usaha ini mulai di bangun sekitar tahun 2016 setelah mengalami berbagai macam pekerjaan mulai dari menjadi seorang pemandu wisata, penyiar radio, pengurus koperasi, sampai akhirnya memutuskan untuk menekuni usaha kerajinan kayu dan bambu. Usaha ini sebetulnya lahir karena hobi sehingga barang yang diproduksi bukan berdasarkan permintaan dan trend konsumen melainkan dibuat karena suka sehingga produk yang dihasilkan dijual kepada orang-orang yang punya hobi yang sama. Perjalanan penjualan usaha ini berlagsung lumayan lama sampai titik dimana penjualan ini ternyata belum bisa memenuhi kebutuhan hidup secara maksimal apalagi barang ini bersifat seni sehingga intensitas penjualannya tidak terlalu masif. Akhirnya pola penjualannya berubah ke sistem pemesanan disesuaikan kebutuhan konsumen konsep yang diajalkan masih berbasis pada asal barang laku dijual, tidak memakai konsep dan belum terarah. Meskipun sedang terjadi wabah Covid 19 asalkan para pelaku UMKM memiliki banyak ide kreatif, keahlian dan ketrampilan yang bisa dijual secara *online* dan *offline*. Sementara Tantangan pada UMKM yang terjadi saat ini adalah persaingan yang harus dihadapi dengan menghasilkan beragam inovasi dan layanan untuk dapat terus bertahan di pasar lokal, dan juga bisa bersaing di pasar Internasional (Lili Marlinah, 2020). Tahun 2021 tepatnya di bulan Oktober merupakan momentum perubahan bagi akhirnya awal usaha yang dilakukan adalah berdasarkan pemilik usaha ini yang bernama Kang Asep Hendy, dimana terjadinya perubahan model bisnisnya. Dewasa ini potensi industri kreatif memiliki prospek peluang yang menjanjikan, Oleh karena itu Bapak Asep terus mengembangkan usahanya dalam kamus besar bahasa indonesia menyatakan bahwa

pengembangan adalah cara atau hasil kerja mengembangkan sesuatu (pekerjaan, usaha, kepribadian dan lain sebagainya (Widayati et al., 2019) dan inovasi banyak dipakai untuk menciptakan suatu strategi baru di luar konsep yang ada dengan menekankan keunikan serta keunggulan yang dimiliki (Lukman, 2012) Di mulai dari perubahan produk dimana selama ini produk yang dihasilkan sangat beragam dan tidak punya produk unggulan sampai akhirnya memutuskan untuk membuat produk *masterpieces*nya berupa set an gelas kayu untuk kopi yang dibungkus dengan kotak kayu yang cantik dengan brand baru bernama Cepak dan produk ini sudah mulai diarahkan dan lebih tematis sehingga segmentasi yang dilakukan pun juga berubah. Berdasarkan hasil survey dan wawancara beberapa permasalahan prioritas yang dihadapi Cepak sebagai berikut: Pertama: **Manajemen SDM:** Mitra belum memiliki kemampuan Manajemen Sumber Daya Manusia yang maksimal terutama dalam peningkatan kompetensi, motivasi, loyalitas dan Disiplin Kerja. Kedua: **Lay Out Produksi:** Belum memahami tentang Lay out Produksi. Ketiga: **Penerapan Produk Teknologi:** Belum memiliki peralatan mesin bubut kayu. Adapun solusi dari masalah-masalah tersebut adalah:

I. TABEL 1

Problems Identified To Partners

| No | Problem | Problem Mariks |
|----|----------------------------|--|
| 1. | Manajemen SDM | Mitra belum memiliki kemampuan Manajemen Usaha khususnya di SDM yang benar |
| 2. | Lay Out | Mitra belum memahami tentang lay Out |
| 3 | Penerapan Produk Teknologi | Mitra belum memiliki kelengkapan alat produksi yang memadai |

II. BERDASARKAN MASALAH-MASALAH TERSEBUT MAKA TIM MELAKUKAN UPAYA-UPAYA SEBAGAI BERIKUT:

1. Mempersiapkan pelaku usaha untuk mendapatkan pengetahuan tentang Manajemen SDM, Lay Out dan Penerapan teknologi produk.
2. Mempersiapkan untuk dilakukan pelatihan dan bimbingan teknik kepada pelaku usaha

Target yang diharapkan dari pelaku usaha adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan kemampuan mitra dalam menjalankan manajemen usaha di di SDM meliputi:
2. Peningkatan Efisiensi aktivitas usaha
3. Peningkatan kapasitas mesin produksi berupa mesin bubut untuk mempercepat proses produksi

Setelah target ditetapkan dalam pengabdian masyarakat telah dicapai, manfaat atau hasil akan berupa:

1. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pasundan yang menjadi penggagasnya dan pelaksanaan pengabdian masyarakat yang merupakan bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi Pendidikan.
2. Dosen, melalui kegiatan ini dapat mengembangkan wawasan sosial antara dosen dan mahasiswa, jadi yang dekat dan produktif komunikasi dapat didirikan antar universitas dan masyarakat untuk meningkatkan partisipasi kampus dalam memberdayakan yang lebih luas masyarakat; dalam hal ini keluaran yang dihasilkan berupa publikasi ilmiah di jurnal ISSN.
3. Mitra, mendapatkan pengetahuan dan kesadaran tentangSDM, lay out dan peningkatan penerapan teknologi.

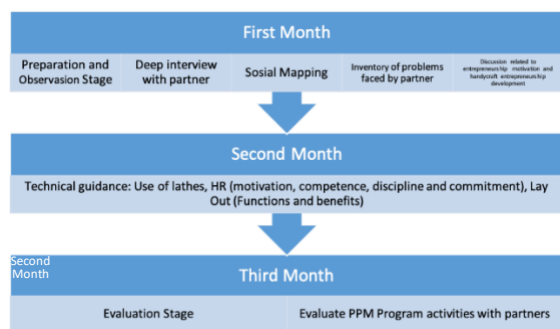
A. METHOD OF IMPLEMENTATION

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah warga *Desa Ciheulang Kec. Ciparay Kab. Bandung*. Metode pelaksanaan digunakan meliputi beberapa tahapan, yaitu tahap persiapan dan pengamatan, dalam wawancara, pemetaan sosial dan tahap evaluasi Persiapan dan pengamatan tahap, pada tahap ini dilakukan Tim beberapa survei kecil dengan mengunjungi lokasi mitra secara langsung. Temuan dari

pengamatan menunjukkan bahwa penduduk Desa ini sebagian besar melakukan usaha di bidang handycraft, namun pada saat peninjauan diketahui sudah banyak yang meninggalkan usahanya dikarenakan covid sehingga penduduk banyak mengalihkan usahanya ke bidang yang lain. Hal inilah yang menjadi landasan penentuan lokasi ini. Kemudian wawancara mendalam adalah dilakukan terhadap mitra terkait dengan sejarah lahirnya usaha Cekap, model bisnis yang dijalankan. Tahap selanjutnya adalah inti kegiatan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yaitu pemetaan masalah dan kendala yang dihadapi oleh mitra.. Pada tahap ini, tim sekaligus memberikan bimbingan teknis meliputi pemberian literasi SDM, Lay Out dan peralatan. Tahap terakhir adalah evaluasi tahap dimana pengabdian masyarakat kegiatan yang telah dilakukan adalah dievaluasi dengan mitra meliputi ketercapaian dari target-target yang telah ditetapkan sebelumnya. Mitra di sini ada pengrajin handycraft.

III.

IV. GAMBAR 1
Activity Method



Kegiatan dilakukan di workshop Karupa dengan brand Cekap yang merupakan tempat mitra yang berlokasi di Desa Ciheulang Kec. Ciparay Kab. Bandung. Pengabdian masyarakat ini dilakukan selama tiga bulan meliputi Tahap Pertama adalah pengamatan, survey dan wawancara dengan mitra, Tahap kedua / tahapan inti berupa Bimbingan teknis, Tahap Ketiga; Evaluasi, evaluasi program pengabdian masyarakat. Berikut penulis tampilkan dalam bentuk tabel dibawah ini sebagai berikut:

V. TABEL 2

VI. SCHEDULE OF AVTIVITIES

| No. | Activity | Month to |
|-----|----------|----------|
|-----|----------|----------|

| | | 1 | 2 | 3 |
|---|--|---|---|---|
| 1 | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Preparation and Observation Stage</i> • <i>Deep interview with partner</i> • <i>Social Mapping :</i> • <i>Inventory of problems faced by partner</i> • <i>Discussions related to entrepreneurship motivation and handycraft development</i> | | | |
| 2 | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Technical guidance: Use of lathes, HR (motivation, competence, discipline and commitment), Lay Out (Functions and benefits)</i> | | | |
| 3 | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Evaluation Stage</i> • <i>Evaluate PPM program activities with partners</i> | | | |

VII.

B. RESULT AND DISCUSSION

Implementasi kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung selama 3 (tiga) bulan. Kegiatan dibagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap pertama merupakan tahap awal berupa pengamatan dan survei kecil dengan mewawancarai mitra. Tahap kedua adalah tahap inti kegiatan, dan tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan dengan mitra .Pada tahap inti, pelaksanaan pengabdian masyarakat kegiatan dilaksanakan dengan melakukan kunjungan ke tempat mitra disertai bimbingan teknis (Bimtek) dan pendampingan. Pada tahap pertama, tim mengadakan pengamatan dan survei lingkungan di sekitar Desa Ciheulang Kec. Ciparay Kab. Bandung, berdasarkan pengamatan menunjukkan rata-rata penduduk sekitar berprofesi sebagai pengrajin kayu dan bambu selebihnya pedagang, Pegawai Negeri Sipil dan Buruh, kondisi bengkel seni Karupa memiliki brand yang sama dengan begkelnya yaitu karupa, namun setelah ada bimbingan Inkubator Bisnis kerjasama antara Dinas UKM Kabupaten Bandung dan Founders Talent brandnya berubah menjadi Cekap dan bengkelnya Karupa. Berdasarkan penuturan

mitra nama Cekap ini diberikan oleh salah satu mentor sebelumnya dimana nama ini teretus karena pada saat ditanyakan berapa harganya jawabnya cekap saja artinya cukup sehingga tidak ada kepastian harga. Berdasarkan kejadian ini lahirlah nama brand Cekap. Beliau juga menceritakan bagaimana usaha ini akhirnya berubah model bisnisnya, dimana sebelumnya pasar yang ditargetkan beragam dan produk yang dihasilkan pun belum terkonsep, setelah ada bimbingan teknis terjadi pergeseran dimana target pasar untuk kalangan menengah ke atas dan komunitas seni serta produk yang dihasilkan memiliki Master Piece yaitu gelas set- an yang memiliki nilai. Value Proposition yang ditawarkan dari produk Cekap ini adalah sebagai berikut: Pertama: memiliki dampak sosial dimana pengerjaan gelas ini melibatkan anak-anak sanggar yang ada disekitar lingkungan yang masih binaan mitra. Menurut penuturan beliau anak-anak dilibatkan untuk menstimulus kreativitas terutama dalam hal mewarnai jadi sambil main mereka mewarnai gelasnya. Kedua adalah menggunakan bahan limbah terutama untuk kemasannya yang terbuat dari kayu dari salah satu pabrik ternama di Kawasan Kabupaten Bandung Barat. Ketiga: bersifat custom sesuai dengan kebututuhan fungsinya sehingga para konsumen akan dimanjakan karena fungsi gelas selain untuk minum juga untuk souvenir atau parcel (ulang tahun, hari raya, valentine dll). Keempat Pelayanan Prima. Kelima; Pengiriman Cepat. Produk yang dihasilkan sekarang lebih variatif dan berkkelas. Segmentasi pasar mulai tersegmentasi melayani Premium Class, Business to Business (B to B) seperti melayani pesanan dari beberapa kementrian untuk souvenir dan plakat. Menurut mitra bahwa target pasar ini dilayani secara langsung oleh Bapak Asep sehingga kalau ada masalah atau ketidakpuasan bisa langsung ditangani oleh beliau. Menurut beliau selama ini konsumen merasa puas dengan produk yang telah dibeli walaupun pernah ada komplain karena kesalahan komunikasi namun dapat diselesaikan dengan pelayanan prima sehingga konsumen tidak merasa dirugikan. Menurut penuturan beliau channel yang digunakan saat ini masih menggunakan IG dan promosi dari mulut ke mulut. Aktivitas layanan IG masih terbatas karena belum memiliki pegawai yang

khusus melayani promosi sehingga penggunaan media belum dapat dioptimalkan. Key Resourcess masih terbatas sumber daya manusianya karena kesulitan mencari pegawai yang punya perspektif dan kemampuan seni, secara fisik sampai saat ini mitra memiliki bengkel sendiri sehingga dapat mengurangi biaya sewa tempat, tentunya mengurangi juga biaya operasional sehingga Harga dapat bersaing. Memiliki mesin dengan kapasitas terbatas. Key activities adalah produksi. Key Partner bekerjasama dengan Perusahaan Fiber Castle (limbahnya untuk kemasan), Bengkel bubut, Gravier, Toko kertas (kemasan), Sanggar, Perusahaan Kayu lame. Menurut mitra Cost structure yang paling dominan adalah biaya-biaya untuk operasional mulai dari biaya bahan baku, tenaga kerja dan pengantaran (Denok Sunarsi, 2019). Revenue Stream berasal dari penjualan produk, Narasumber dan Pelatih di pelatihan-pelatihan seni. Selain itu juga mitra menuturkan bahwa perubahan segmentasi pasar ternyata berdampak pada peningkatan permintaan produk dan kapasitas produksi. Terdapat tiga hal utama yang perlu diprioritaskan pertama adalah kebutuhan mesin bubut dan mesin potong kayu yang masih terbatas (Denok Sunarsi, 2016). Kedua Sumber daya manusia yang masih terbatas walaupun ada juga butuh kompetensi, motivasi dan komitmen untuk dapat mencapai target produksi (D Sunarsi et al., 2022). Ketiga Lay out belum rapi sehingga waktu pengerjaan belum efisien. Setelah tim melakukan pengamatan, survey juga wawancara maka langkah selanjutnya adalah menindaklanjuti dengan Tahap Dua yaitu mengimplementasikan dan mencari solusi untuk masalah-masalah tersebut melalui Bimbingan Teknis (Bimtek). Dalam pendampingan ini Tim berupaya untuk mengurai masalah dengan memberikan solusi sebagai berikut: Untuk meningkatkan kapasitas produksi tentunya membutuhkan tambahan alat atau mesin, menurut mitra selama ini mesin bubut dilakukan dengan cara bekerjasama dengan bengkel lainnya dan sisanya manual. Kondisi ini tentunya tidak efektif karena harus menunggu giliran untuk pembubutan sementara itu kalau dilakukan secara manual membutuhkan waktu yang lama, hal ini berakibat pada kapasitas yang dihasilkan belum tercapai sesuai dengan permintaan pasar.

Oleh karena itu Tim memberikan bantuan dana stimulan untuk membeli mesin bubut. Untuk penyelesaian masalah Sumber Daya Manusia, tim memberikan bimbingan tentang pentingnya meningkatkan kompetensi sehingga mampu menghasilkan produk yang berkualitas, kerapihan pekerjaan (Hasibuan, Malayu, 2008; Denok Sunarsi, 2018). Disamping itu dijelaskan pula cara membangun loyalitas dari pegawai sehingga mereka akan bekerja bukan hanya karena materinya namun mereka suka melakukan pekerjaan dengan senang dan gembira juga diberikan pemahaman tentang disiplin (Permadi, 2015) Materi disiplin terutama diberikan mengingat pasar yang dihadapi lebih kompetitif sehingga target yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan mereka (Agunggunanto, E. Yusuf, F. Arianti, E.K. Wibowo, 2016). Langkah selanjtnya adalah tim memberikan pemahaman tentang Lay out produksi dengan harapan bahwa dengan pemahaman ini mitra dapat bekerja lebih sistematis dan lebih cepat (Harsi, 2011). Berdasarkan solusi tersebut maka target luarnya adalah: Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan tentang meningkatnya kapasitas produk dan pendapatan, Manajemen SDM yang meliputi : Kompetensi, Motivasi, Loyalitas dan Disiplin Kerja, meningkatnya pengetahuan tentang prinsip, tujuan dan manfaat lay out produksi. Setelah kegiatan inti dilakukan maka Tahap Ketiga adalah evaluasi dengan cara mengukur ketercapaian target meliputi: Pertama terdapat peningkatan kapsitas produksi dari mesin bubut yang tadinya per hari 15 pieces setelah memiliki mesin kapasitas sampai 40 pieces, meningkatnya pengetahuan dan keterampilan SDM, meningkatnya pengetahuan dan keterampilan Lay Out. Harapannya bahwa usaha yang dibangun mitra dapat terus bertumbuh sehingga bisa meningkatkan pendapatan untuk mitra dan juga masyarakat.

Gambar 2
Peningkatan Literasi SDM

PENINGKATAN LITERASI SDM



Gambar 3
Layout

Lay Out



Gambar 4
Peningkatan Kapasitas Produk

PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI



Gambar 5
Produk



D. CONCLUSION

Pengembangan Usaha Handycraft melalui penerapan produk teknologi guna meningkatkan kapasitas produk di Desa Ciheulang telah dilakukan dengan hasil dan luaran sebagai berikut:

1. Melalui pengamatan dan wawancara dapat mengidentifikasi sejarah lahirnya brand cepak, model bisnis yang meliputi 9 blok:

Customer Segmentation, Value Proposition, Customer Relationship, Channel, Key Resources, Key Activities, Key Partner, Cost Structure and Revenue Stream. Tiga masalah prioritas: Peralatan, SDM dan Lay Out.

2. Melalui kegiatan inti berupa bimbingan teknis dan pendampingan yaitu : Peningkatan Literasi **Manajemen SDM** (memiliki motivasi kerja yang tinggi, peningkatan kemampuan, loyalitas dan disiplin). Peningkatan literasi **Lay Out Produksi dengan luaran mitra dapat mengetahui** manfaat yang dihasilkan dari keberadaan lay out sehingga volume produksi meningkat, tingkat produksi tinggi, biaya tenaga kerja minimum, jam kerja dan juga efektivitas mesin. Hasil yang didapatkan adalah proses produksi lebih teratur dan lebih cepat sehingga hasil yang didapat lebih efisien. Literasi **Penerapan Produk Teknologi**, pelatihan dan pembimbingan dilakukan kepada mitra meliputi : pelatihan mengoperasikan mesin bubut. Hasil menunjukkan dengan bantuan peralatan ini adalah kapasitas naik 160% lebih dimana sebelumnya kapasitas produksi per jam hanya 15 pc sekarang sudah mampu menghasilkan 40 per hari. Selain itu juga fungsi dari mesin ini bisa menghasilkan bentuk dan ukuran yang diinginkan. Fleksibilitas dan Keunggulan: Hasil kayu lebih terbentuk dan lebih halus, hasil kayu lebih rapi dan bersih, hasil kayu lebih artistik; pemrosesan lebih mudah.
3. Melalui evaluasi, bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini telah sesuai dengan target yang diharapkan

Berdasarkan kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat khususnya di bidang Handycraft, beberapa yang dapat tim usulkan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya setelah pengabdian ini dilakukan pertemuan secara rutin untuk ditindaklanjuti dalam bentuk pendampingan terkait peningkatan manajemen usaha yang lebih maksimal.
2. Perlunya penjangkauan lebih massif terkait jaringan pasar dan usaha serta peningkatan

kemampuan secara terus menerus terutama dalam meningkatkan skill dan inovasi produk kayu dan turunannya.

VIII. REFERENCES

- Agunggunanto, E. Yusuf, F. Arianti, E.K. Wibowo, & D. (2016). Pengembangan Desa Mandiri Melalui Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa). *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis. Vol. 3 (1). UNISNU Jepara.*
- Harsi, R. (2011). *Strategi Pengembangan Industri Kecil.* Universitas Sebelas Maret.
- Hasibuan, Malayu, S. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Penerbit: Bumi Aksara. Edisi revisi. Cetakan ketujuh.
- Lili Marlinah. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi, 22(2), 118–124.*
- Lukman, B. W. (2012). *Value innovation.* 1–5.
- Permadi, A. (2015). Strategi Pengembangan Industri Kecil Carica. *Jejak, 8(1).* <https://doi.org/10.15294/jejak.v8i1.3853>
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis, 9(2), 109.* <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Sukirman, S. (2017). Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha melalui Perilaku Kewirausahaan. . . *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 20(1), 117.* <https://doi.org/10.24914/jeb.v20i1.318>
- Sunarsi, D, Sukawi, Z., Khoiri, A., & ... (2022). Management of Teacher Resource Empowerment Planning in Schools. *AL-ISHLAH: Jurnal ..., 14, 2793–2802.* <https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i1.1859>
- Sunarsi, Denok. (2016). *PENGARUH MINAT , MOTIVASI DAN KECERDASAN KOGNITIF TERHADAP PRESTASI BELAJAR (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen . Fakultas Ekonomi . Universitas Pamulang . Thn . Akademik 2015-2016).* 251–268.

- Sunarsi, Denok. (2018). *Buku Ajar Seminar Perencanaan Sumber Daya Manusia*. 3–214.
- Sunarsi, Denok. (2019). Pengaruh Kompensasi, Komunikasi Dan Stress Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Pt Catur Putra Jaya Kota Depok - Jawa Barat. *Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(2), 113–127.
<https://doi.org/10.32493/frkm.v1i2.2543>
- UI, L. F., & U. (2020). *Impact of Pandemic on MSMEs in Indonesia*.
- Widayati, E., Yunaz, H., Rambe, T., Siregar, B. W., Fauzi, A., & Romli, R. (2019). Pengembangan Kewirausahaan Dengan Menciptakan Wirausaha Baru Dan Mandiri. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 6(2), 98–105.
<https://doi.org/10.35794/jmbi.v6i2.26181>