



Implementasi Inovasi IPTEKS pada Pengrajin Kulit Magetan: Mesin Jahit Industri dan Pemasaran Digital Multibahasa Berbasis Pariwisata Berkelanjutan

Implementation of Science and Technology Innovation for Leather Craftsmen in Magetan: Industrial Sewing Machine and Multilingual Digital Marketing Based on Sustainable Tourism

Muhammad Syaeful Fajar^{1*}, Achmad Aminudin², Yuli Prasetyo³, Surya Adi Paramadiwa⁴, Ahmad Rifky Kholil⁵, Muaz Muhamad Hafidz⁶

^{1,6}Program Studi Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Madiun, Indonesia

²Program Studi Teknologi Rekayasa Otomotif, Politeknik Negeri Madiun, Indonesia

^{3,4,5}Program Studi Teknik Listrik, Politeknik Negeri Madiun, Indonesia

*Penulis Korespondensi: syaefulfajar@pnm.ac.id

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 11 Juni, 2026;

Revisi: 10 Juli, 2026;

Diterima: 26 Agustus, 2026;

Terbit: 31 Agustus, 2026

Keywords:

Digital

Marketing; Industrial

Sewing Machine; leather

Craft; MSME

Empowerment; Sustainable

Tourism.

Abstract: The leather craft centre of Magetan Regency supplies souvenirs for the Sarangan Lake tourism area, yet most craftsmen still work with simple technology and word-of-mouth marketing. Akasia Industry, a leather belt craftsmen group in Ringinagung Village with fifteen members and eight production craftsmen, faced three priority problems: stitching that relied on household sewing machines, unstructured bookkeeping, and marketing that had not reached national and international buyers. This community service programme aimed to increase the production capacity and to widen the market reach of the partner through science and technology innovation. A participatory approach was applied in six stages: preparation, socialisation, training, technology implementation, mentoring and evaluation, and sustainability planning. The interventions covered the procurement of and training on an industrial leather sewing machine, the preparation of production standard operating procedures and quality control, mentoring on bookkeeping and cost of goods manufactured, and the development of the multilingual website akasiaindustry.com integrated with social media and marketplaces. Workshop output rose from three to five units into an average of thirty-five units per day, while the defect rate fell from 15-20 per cent to below 5 per cent. The partner now owns a fully operating industrial sewing machine, standard operating procedure documents, a simple bookkeeping system, a brand identity, and five active digital transaction channels reaching 5,761 followers on Instagram and TikTok, with the highest production content reaching 93.2 thousand views. Combining production technology with marketing digitalisation effectively strengthens the competitiveness of leather craftsmen within a sustainable tourism ecosystem.

Abstrak

Sentra kerajinan kulit Kabupaten Magetan merupakan penyangga industri cendera mata kawasan wisata Telaga Sarangan. Akasia Industry, kelompok pengrajin sabuk kulit di Desa Ringinagung dengan 15 anggota, menghadapi kendala berupa penggunaan mesin jahit rumah tangga, pencatatan keuangan yang belum tertata, serta pemasaran yang terbatas. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas jangkauan pasar melalui inovasi IPTEKS. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui enam tahap, yaitu persiapan, sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta perumusan keberlanjutan. Intervensi meliputi pengadaan mesin jahit industri khusus kulit, penyusunan SOP produksi dan pengendalian mutu, pendampingan pembukuan dan perhitungan harga pokok produksi, serta pengembangan situs web multibahasa yang terintegrasi dengan media sosial dan lokapasar. Hasil menunjukkan kapasitas produksi meningkat dari 3–5 unit menjadi rata-rata 35 unit per hari, sementara tingkat cacat produk menurun dari 15–20% menjadi di bawah 5%. Digitalisasi pemasaran juga memperluas jangkauan pasar dan memperkuat daya saing mitra dalam mendukung ekosistem pariwisata berkelanjutan.

Kata Kunci: Kerajinan Kulit; Mesin Jahit Industri; Pariwisata Berkelanjutan; Pemasaran Digital; Pemberdayaan UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Kabupaten Magetan berada di Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 688,85 km² yang terbagi ke dalam 208 desa dan 27 kelurahan serta dihuni sekitar 699.073 jiwa. Mata pencaharian pokok penduduknya berada pada bidang pertanian, jasa, dan perdagangan, serta industri rumah tangga dan Industri Kecil dan Menengah (IKM). Salah satu komoditas industri yang paling dikenal luas adalah kerajinan kulit, yang telah berkembang sejak tahun 1981 bersamaan dengan berdirinya Lingkungan Industri Kecil (LIK) dan didukung keberadaan Paguyuban Penyamak Kulit sebagai penyedia bahan baku utama. Sentra produksi kerajinan kulit tersebar di wilayah Kecamatan Magetan dan Kecamatan Ngariboyo dengan lebih dari 85 IKM yang mayoritas memproduksi alas kaki, di samping ikat pinggang, dompet, tas, dan jaket kulit yang dikerjakan dengan teknik serta ragam motif khas pengrajin setempat ('Aisy & Krisbianto, 2025). Kajian terdahulu menunjukkan bahwa sentra kerajinan kulit Magetan memberikan nilai tambah ekonomi yang nyata bagi pelakunya sekaligus berpotensi kuat dikembangkan sebagai kawasan wisata industri (Aryana, Sumaryoto, & Pramesti, 2017; Perwitasari & Soetrisno, 2020). Kekuatan sentra kerajinan kulit Magetan tidak dapat dipisahkan dari denyut pariwisata daerah. Telaga Sarangan sebagai destinasi unggulan berperan sentral dalam memasarkan produk khas Magetan karena arus kunjungan wisatawan menjadi saluran penjualan langsung bagi pengrajin (Yustikasari & Meirinawati, 2023).

Relasi tersebut sejalan dengan temuan bahwa kerajinan lokal merupakan tulang punggung pengembangan cendera mata desa wisata sekaligus penopang ekonomi kreatif daerah (Adi Wiriatama & Andiani, 2021; Haisah, Ariawan, & Abdussamad, 2024). Namun demikian, ketergantungan yang terlalu besar pada arus wisatawan membuat pendapatan pengrajin rentan terhadap fluktuasi kunjungan, sehingga penguatan kapasitas produksi dan perluasan kanal pemasaran menjadi prasyarat bagi terwujudnya pariwisata berkelanjutan yang benar-benar menyejahterakan pelaku usaha lokal (Haeril, Farani, Jemadi, Siregar, & Lestari, 2024). Mitra sasaran kegiatan pengabdian ini adalah Akasia Industry, kelompok pengrajin kulit yang beralamat di Desa Ringinagung Nomor 67 RT 04, Kecamatan Magetan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur, dengan pimpinan Hananta Arigio dan jumlah anggota sebanyak 15 orang, delapan di antaranya bekerja sebagai pengrajin pada lini produksi harian. Mitra tergolong kelompok masyarakat yang produktif secara ekonomi dengan produk utama berupa sabuk kulit nabati (*vegetable tanned leather*) buatan tangan, dilengkapi dompet dan aksesoris sederhana seperti gantungan kunci. Seluruh rangkaian pekerjaan mulai dari pemotongan lajur kulit, pelubangan, pembentukan ujung sabuk, penomoran ukuran, penyetempelan logo, hingga penjahitan masih dikerjakan secara manual di ruang kerja yang menyatu dengan rumah tinggal.

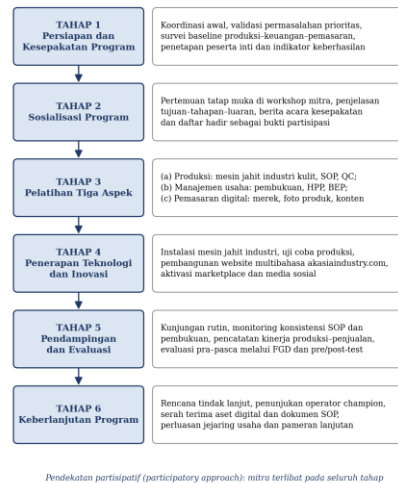
Kondisi ini memperlihatkan bahwa mutu produk mitra sangat bergantung pada keterampilan tangan perajin, sementara konsistensi hasil dan kecepatan kerja belum tersangga oleh peralatan yang memadai. Permasalahan prioritas pertama berada pada aspek produksi. Mitra belum memiliki mesin jahit industri, sehingga penjahitan ikat pinggang, dompet, maupun komponen kulit lainnya dikerjakan secara manual dengan bantuan mesin jahit rumah tangga yang dirancang untuk bahan kain. Akibatnya penjahitan menjadi simpul tunggal yang menahan seluruh alur kerja: meskipun delapan pengrajin bekerja paralel pada pemotongan, pelubangan, dan penyetempelan, keluaran workshop pada kondisi awal hanya berkisar 3–5 unit per hari dengan tingkat cacat produk sekitar 15–20 persen akibat variasi kualitas jahitan yang tinggi. Studi pada industri alas kaki menunjukkan bahwa penggunaan mesin jahit yang sesuai karakteristik bahan kulit secara nyata menurunkan waktu siklus dan meningkatkan laju produktivitas dibandingkan mesin jahit manual atau mesin jahit pakaian (Danial, Rijanto, & Arum, 2020; Setyawan & Nurwantoro, 2022). Rekayasa proses pada komponen *upper* alas kaki juga terbukti mampu memperbaiki efisiensi produksi industri kecil kulit (Nugroho & Waskito, 2025).

Permasalahan prioritas kedua berada pada aspek manajemen usaha dan pemasaran. Pencatatan biaya produksi, perhitungan harga pokok, dan pengelolaan pesanan masih dilakukan secara sederhana sehingga mitra sulit memantau keuntungan riil dan merencanakan pengembangan kapasitas. Pada sisi hilir, pemasaran masih didominasi penjualan langsung di sekitar Magetan dan jaringan pedagang tanpa identitas merek yang kuat, belum memiliki situs web yang dikelola secara profesional, dan belum terdokumentasi dalam katalog digital berbahasa asing sehingga peluang ekspor belum tergarap. Padahal, keberhasilan usaha industri kecil alas kaki sangat ditentukan oleh kemampuan manajerial dan orientasi pasar pelakunya (Fitriani, Nugraha, & Djamaludin, 2020; Kustini, Rahma, & Iriyanti, 2021), sementara penetrasi pasar ekspor menuntut kesiapan informasi produk dan strategi pemasaran yang terencana (Ristanti, Arisanti, & Sulistyono, 2024). Sejumlah kegiatan pengabdian terdahulu telah membuktikan efektivitas digitalisasi pemasaran bagi pengrajin kulit, baik melalui lokapasar maupun media sosial (Haki, Topo, Mercylia, Pahmina, & Nurhaniyah, 2025; Wusqo, Fridayanti, & Aisyah, 2023). Meskipun demikian, sebagian besar program tersebut menempatkan pemasaran digital sebagai intervensi tunggal tanpa dibarengi penguatan kapasitas produksi, sehingga lonjakan permintaan berisiko tidak terlayani. Sebaliknya, program yang memadukan pelatihan produksi dan pemasaran digital pada kelompok pengrajin dilaporkan menghasilkan perbaikan yang lebih menyeluruh (Anshory, Wirawan, Falah, & Qothrunnada, 2026). Kesenjangan inilah yang hendak dijawab melalui kegiatan ini, yaitu

dengan memadukan penerapan teknologi produksi dan digitalisasi pemasaran dalam satu paket intervensi yang utuh. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah (1) meningkatkan kapasitas dan konsistensi mutu produksi sabuk kulit mitra melalui penerapan mesin jahit industri khusus kulit beserta SOP dan pengendalian mutu; (2) memperkuat tata kelola usaha melalui pembukuan sederhana dan perhitungan harga pokok produksi; serta (3) memperluas jangkauan pasar hingga tingkat nasional dan mancanegara melalui identitas merek dan sistem informasi pemasaran digital multibahasa. Ketiga tujuan tersebut mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan pada bidang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, tanpa kemiskinan, serta berkurangnya kesenjangan, sekaligus selaras dengan Asta Cita pada peningkatan lapangan kerja berkualitas dan pengembangan industri kreatif.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di workshop Akasia Industry, Desa Ringinagung Nomor 67 RT 04, Kecamatan Magetan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur, yang berjarak sekitar 27,5 kilometer dari kampus Politeknik Negeri Madiun. Program berlangsung pada rentang April sampai dengan Desember 2026 dengan pelaksanaan kegiatan lapangan selama delapan bulan dan sekurang-kurangnya delapan kali kunjungan ke mitra. Subjek dampingan adalah pemilik usaha beserta 15 anggota kelompok pengrajin, ditambah warga sekitar yang berpotensi terlibat sebagai tenaga kerja atau mitra penjualan. Tim pelaksana terdiri atas tiga dosen Politeknik Negeri Madiun dengan latar keilmuan yang saling melengkapi, yaitu teknologi informasi untuk koordinasi mitra dan digitalisasi, teknologi rekayasa otomotif untuk perancangan dan implementasi teknologi mesin, serta teknik listrik untuk pendampingan kewirausahaan dan pelaporan, dengan dukungan tiga mahasiswa yang berperan sebagai asisten pelatih, pendamping pencatatan data, dan pengelola konten digital. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan partisipatif (*participatory approach*), yakni menempatkan mitra sebagai subjek yang terlibat aktif pada setiap tahap, mulai dari perumusan masalah, penetapan target, pelaksanaan, hingga evaluasi. Mitra berperan menyediakan waktu dan tempat pelaksanaan, menghadirkan peserta pelatihan, membuka data keuangan dan produksi, serta menanggung sebagian biaya operasional rutin berupa dana pendamping *in-kind* senilai Rp2.000.000,00 dalam bentuk bahan produksi kulit untuk uji coba mesin. Rangkaian kegiatan disusun dalam enam tahap sebagaimana disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram alir tahapan pelaksanaan pengabdian.

Tahap persiapan dan kesepakatan program diisi dengan koordinasi awal bersama pemilik usaha dan perwakilan pekerja untuk memvalidasi kembali permasalahan prioritas, menyepakati tujuan, luaran, jadwal, serta pembagian peran. Pada tahap ini tim menyusun instrumen survei awal (*baseline*) mengenai kapasitas produksi, pola pembukuan, dan praktik pemasaran yang selama ini dijalankan mitra. Hasil survei digunakan sebagai dasar penyusunan modul pelatihan sekaligus penetapan indikator keberhasilan program dan peserta inti kegiatan. Tahap sosialisasi dilaksanakan melalui pertemuan tatap muka di workshop mitra yang dihadiri pemilik usaha, pekerja, dan perwakilan masyarakat sekitar. Sesi ini menjelaskan latar belakang program, tahapan kegiatan, luaran yang akan dicapai, serta hak dan kewajiban masing-masing pihak, dan ditutup dengan penyusunan berita acara kesepakatan serta daftar hadir sebagai bukti partisipasi mitra.

Tahap pelatihan kemudian dibagi ke dalam tiga sub-kegiatan, yaitu pelatihan aspek produksi berupa pengenalan mesin jahit industri khusus kulit beserta prinsip kerja, perawatan, dan simulasi SOP proses produksi; pelatihan manajemen usaha yang memuat pencatatan keuangan sederhana, perhitungan harga pokok produksi, penentuan harga jual, serta pengenalan analisis titik impas; dan pelatihan pemasaran digital yang mencakup penguatan identitas merek, teknik pemotretan produk, penyusunan katalog, pembuatan akun lokapasar dan media sosial, serta teknik pengelolaan konten promosi. Seluruh pelatihan menggunakan kombinasi ceramah singkat, demonstrasi langsung, dan praktik individual, serta dilengkapi *pre-test* dan *post-test*. Tahap penerapan teknologi dan inovasi dilakukan melalui instalasi dan penyesuaian mesin jahit industri di ruang produksi mitra yang diikuti uji coba produksi dengan bahan dan desain yang biasa dikerjakan mitra, integrasi mesin ke dalam alur kerja lama, penerapan sistem pembukuan sederhana pada transaksi harian, serta pembangunan dan aktivasi

sistem informasi pemasaran digital. Tahap pendampingan dan evaluasi dijalankan melalui kunjungan rutin untuk memonitor konsistensi penerapan SOP, kedisiplinan pembukuan, dan aktivitas kanal pemasaran digital. Data kinerja yang dicatat meliputi waktu proses produksi per unit, jumlah dan persentase produk cacat, keluaran produksi per minggu, rekap penjualan, serta interaksi pada kanal digital. Evaluasi menyeluruh dilakukan melalui diskusi kelompok terarah dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program. Tahap terakhir adalah perumusan strategi keberlanjutan berupa rencana tindak lanjut pemeliharaan mesin, penunjukan satu operator kunci sebagai *champion*, serta serah terima dokumen SOP, modul pelatihan, format pembukuan, dan akun pemasaran digital kepada mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil identifikasi awal bersama mitra mempertegas bahwa permasalahan Akasia Industry bersifat hulu–hilir dan saling berkait. Rangkuman kondisi awal mitra pada ketiga aspek yang ditangani disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kondisi awal mitra pada tiga aspek prioritas.

Aspek	Kondisi awal (baseline)	Akar masalah
Produksi	Belum memiliki mesin jahit industri; penjahitan sabuk, dompet, dan komponen kulit lain dikerjakan manual dengan mesin jahit rumah tangga; keluaran workshop 3–5 unit/hari dengan 8 pengrajin; cacat produk 15–20%; ragam produk 3 kategori (ikat pinggang, dompet, gantungan kunci)	Mesin tidak sesuai karakteristik bahan kulit sehingga penjahitan menjadi simpul tunggal alur kerja; belum ada SOP alur kerja dan lembar kendali mutu
Manajemen usaha	Pencatatan biaya produksi, harga pokok, dan pesanan dilakukan secara sederhana dan tidak rutin	Belum tersedia format pembukuan baku dan keterbatasan pengetahuan perhitungan HPP
Pemasaran	Penjualan langsung di sekitar Magetan dan jaringan pedagang; belum memiliki situs web profesional; katalog berbahasa asing belum tersedia; pesanan mancanegara sangat jarang	Identitas merek belum kuat, kanal digital belum dikelola, informasi produk belum terdokumentasi untuk pasar global

Kegiatan diawali dengan kunjungan tim pelaksana ke lokasi mitra untuk sosialisasi program sekaligus serah terima bantuan peralatan dan bahan produksi. Kegiatan ini dihadiri tim dosen, mahasiswa, dan perwakilan pengrajin sebagaimana ditampilkan pada Gambar 2. Pada kesempatan tersebut disepakati jadwal pelatihan, penetapan peserta inti, serta komitmen mitra untuk menyediakan bahan uji coba produksi.

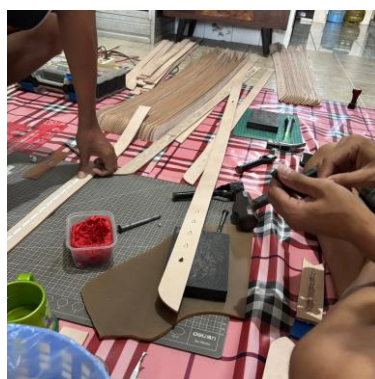


Gambar 2. Kunjungan tim pelaksana ke mitra dan serah terima peralatan produksi.

Observasi lapangan pada proses produksi memperlihatkan karakter pekerjaan mitra yang padat keterampilan tangan. Gambar 3 dan Gambar 4 menunjukkan rangkaian pekerjaan pembuatan sabuk kulit, mulai dari pengukuran dan pemotongan lajur kulit di atas alas potong, pembentukan ujung sabuk, pelubangan dengan alat plong dan palu, hingga penyetempelan logo pada badan sabuk. Seluruh tahapan tersebut dikerjakan pada area kerja lesehan dengan peralatan sederhana, sehingga waktu siklus per unit relatif panjang dan konsistensi hasil sangat bergantung pada ketelitian masing-masing pengrajin. Temuan ini menjadi dasar penentuan titik intervensi teknologi, yaitu pada proses penjahitan dan penyeragaman alur kerja.



Gambar 3. Pemotongan lajur kulit.



Gambar 4. Pelubangan dan penyetempelan logo.

Penerapan teknologi produksi.

Luaran pertama pada aspek produksi adalah terpasangnya satu unit mesin jahit industri khusus kulit yang berfungsi penuh di workshop mitra. Mesin jahit industri dipilih karena memiliki kecepatan dan tenaga yang lebih tinggi dibanding mesin jahit rumah tangga serta mampu menembus lapisan kulit tebal secara konsisten. Bersamaan dengan instalasi mesin, tim menyusun dan menguji SOP produksi sabuk kulit yang mencakup pemotongan bahan, penjahitan, perakitan, hingga *finishing*, dilengkapi lembar kerja pengendalian mutu untuk mencatat jumlah unit yang diperiksa dan jumlah produk cacat pada setiap batch produksi. Operator mitra memperoleh pelatihan pengoperasian mesin, perawatan berkala, dan pemeriksaan mutu sederhana. Berdasarkan pencatatan produksi mitra selama masa pendampingan, kapasitas keluaran workshop meningkat dari 3–5 unit menjadi rata-rata 35 unit per hari dengan delapan pengrajin, atau lebih dari tujuh kali lipat dibanding kondisi awal sehingga jauh melampaui target minimal dua kali lipat yang ditetapkan pada awal program. Waktu proses produksi per unit berkurang sekitar 30%, sedangkan tingkat cacat produk turun dari 15–20% menjadi di bawah 5% dari total produksi. Perbaikan tersebut bersumber dari dua hal sekaligus, yaitu kecepatan dan kestabilan jahitan mesin industri pada bahan kulit tebal serta berkurangnya pengulangan pekerjaan karena setiap batch kini diperiksa dengan lembar kendali mutu sebelum masuk tahap finishing.

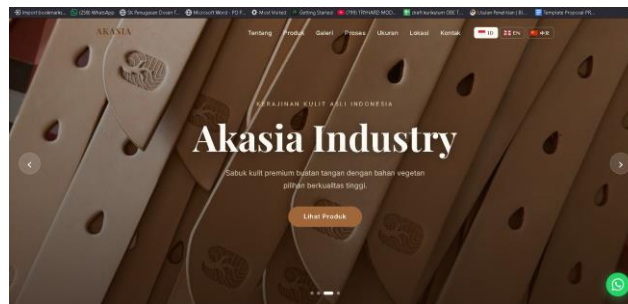
Penguatan manajemen usaha

Pada aspek manajemen, mitra memperoleh pendampingan penyusunan buku kerja dan file pembukuan berbasis lembar sebar yang memuat pencatatan pembelian bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead*, dan penjualan. Dari data tersebut disusun perhitungan harga pokok produksi per model sabuk serta panduan penetapan harga jual dengan mempertimbangkan margin keuntungan yang layak. Mitra juga didampingi menyusun rencana produksi bulanan dan analisis titik impas sederhana sebagai dasar pengambilan keputusan investasi. Selama periode pendampingan, konsistensi pengisian buku kerja dan file pembukuan mencapai 90% hari kerja selama tiga bulan terakhir program, dengan laporan harga pokok produksi dan laba rugi yang dapat ditunjukkan serta dipahami oleh pemilik usaha. Data tersebut telah dipakai mitra sebagai dasar keputusan berbasis bisnis, yaitu penetapan harga jual baru dan penambahan varian produk.

Transformasi pemasaran digital

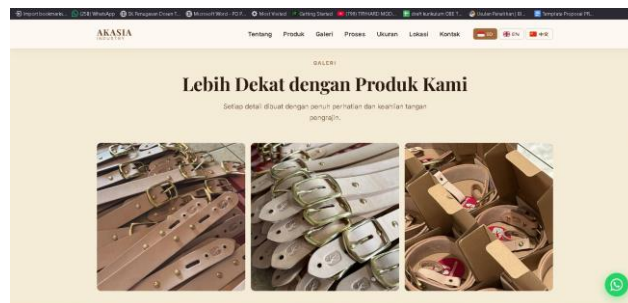
Luaran paling menonjol pada aspek pemasaran adalah beroperasinya sistem informasi pemasaran dan penjualan berupa situs web resmi mitra dengan alamat akasiaindustry.com. Situs tersebut dibangun dengan dukungan tiga bahasa, yaitu bahasa Indonesia, bahasa Inggris,

dan bahasa Mandarin, sehingga informasi produk dapat diakses oleh calon pembeli mancanegara. Tampilan beranda situs pada Gambar 5 menonjolkan identitas merek Akasia Industry dengan penegasan posisi produk sebagai sabuk kulit premium buatan tangan berbahan kulit nabati pilihan. Struktur navigasi situs terdiri atas tujuh menu, yaitu Tentang, Produk, Galeri, Proses, Ukuran, Lokasi, dan Kontak, serta dilengkapi tombol percakapan WhatsApp yang memudahkan calon pembeli menghubungi mitra secara langsung.



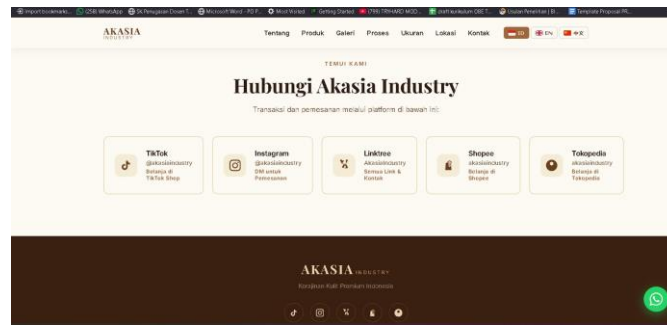
Gambar 5. Beranda situs web multibahasa akasiaindustry.com.

Halaman galeri produk sebagaimana ditampilkan pada Gambar 6 memuat dokumentasi produk sabuk kulit yang telah difoto secara terstandar sebagai hasil pelatihan fotografi produk. Katalog visual ini menggantikan praktik sebelumnya yang hanya mengandalkan foto seadanya melalui percakapan pribadi, sehingga mitra kini memiliki portofolio produk yang layak ditampilkan kepada pembeli institusional maupun pasar ekspor.



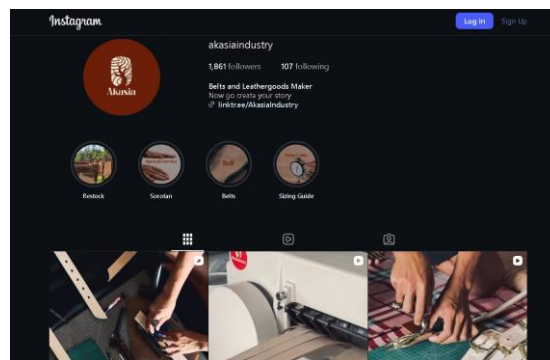
Gambar 6. Halaman galeri produk pada situs web mitra.

Situs web juga difungsikan sebagai simpul yang mengintegrasikan seluruh kanal transaksi mitra. Halaman kontak pada Gambar 7 menautkan lima kanal sekaligus, yaitu TikTok Shop, Instagram, Linktree, Shopee, dan Tokopedia, sehingga calon pembeli dapat memilih kanal transaksi yang paling nyaman. Konfigurasi ini menjawab permasalahan awal mitra yang belum memiliki kanal digital terkelola dan sekaligus melampaui target minimal tiga kanal pemasaran digital aktif yang ditetapkan pada awal program.

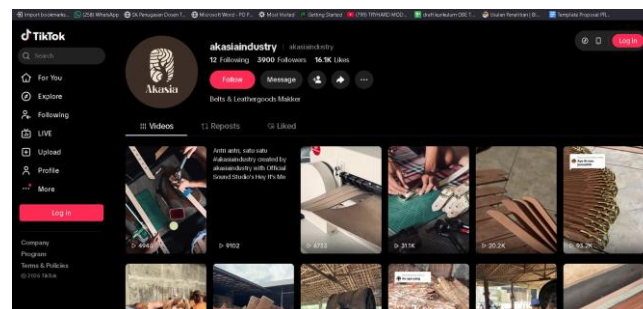


Gambar 7. Integrasi kanal transaksi digital pada halaman kontak.

Penguatan kanal media sosial dilakukan pada dua platform utama. Akun Instagram @akasiaindustry pada Gambar 8 tercatat memiliki 1.861 pengikut dengan penempatan profil sebagai *belts and leathergoods maker*, tautan Linktree pada biodata, serta empat sorotan tematik yaitu Restock, Sorotan, Belts, dan Sizing Guide yang berfungsi sebagai etalase informasi permanen bagi calon pembeli. Sementara itu, akun TikTok @akasiaindustry pada Gambar 9 memiliki 3.900 pengikut dan 16,1 ribu suka, dengan konten dominan berupa video proses produksi. Sejumlah konten mencapai tayangan yang jauh melampaui jumlah pengikut, yaitu 93,2 ribu, 31,1 ribu, dan 20,2 ribu tayangan, yang menunjukkan bahwa narasi proses pembuatan kerajinan tangan memiliki daya jangkau organik tinggi. Secara akumulatif kedua platform tersebut menjangkau 5.761 pengikut, suatu basis audiens yang sebelumnya tidak dimiliki mitra.



Gambar 8. Profil akun Instagram @akasiaindustry.



Gambar 9. Profil akun TikTok @akasiaindustry dan capaian tayangan konten.

Pemberdayaan masyarakat sekitar

Sebagai kegiatan pendukung, pelatihan keterampilan dasar finishing, pengemasan, dan pemasaran diikuti oleh 10 orang peserta dari lingkungan sekitar workshop. Seluruh peserta menunjukkan peningkatan skor dari *pre-test* ke *post-test* pada materi pengenalan bahan kulit, alur kerja produksi, dan dasar pemasaran digital. Dari kelompok tersebut, 5 orang berlanjut terlibat aktif sebagai tenaga kerja lepas pada tahap finishing maupun sebagai *reseller* produk mitra, sehingga terbentuk jejaring usaha pendukung yang menghubungkan pengrajin inti dengan masyarakat sekitar. Sebaran kanal pemasaran digital yang kini dikelola mitra beserta indikator capaiannya dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Kanal pemasaran digital mitra dan indikator capaian.

Kanal	Alamat/akun	Fungsi utama	Indikator capaian
Situs web	akasiaindustry.com	Profil usaha, katalog, panduan ukuran, lokasi, dan kontak dalam tiga bahasa	7 menu aktif; 3 pilihan bahasa; tombol WhatsApp terpasang
Instagram	@akasiaindustry	Etalase visual produk dan interaksi pemesanan melalui pesan langsung	1.861 pengikut; 4 sorotan tematik
TikTok	@akasiaindustry	Konten video proses produksi dan penjualan melalui TikTok Shop	3.900 pengikut; 16,1 ribu suka; tayangan tertinggi 93,2 ribu
Shopee	akasiaindustry	Transaksi lokapasar nasional	Kanal aktif dan tertaut pada situs web
Tokopedia	akasiaindustry	Transaksi lokapasar nasional	Kanal aktif dan tertaut pada situs web
Linktree	AkasiaIndustry	Agregator seluruh tautan dan kontak mitra	Kanal aktif dan tertaut pada situs web serta biodata Instagram

4. DISKUSI

Temuan kegiatan ini menegaskan bahwa persoalan pengrajin kulit skala kecil tidak dapat diselesaikan melalui intervensi tunggal. Ketika hanya pemasaran digital yang diperkuat, lonjakan permintaan berisiko tidak terlayani karena kapasitas produksi tetap tertahan pada peralatan yang tidak sesuai. Sebaliknya, ketika hanya teknologi produksi yang diperbarui, tambahan kapasitas berpotensi menjadi persediaan yang tidak terserap karena jangkauan pasar tetap terbatas pada arus wisatawan. Paket intervensi yang memadukan keduanya, sebagaimana diterapkan pada Akasia Industry, sejalan dengan pola yang dilaporkan pada pemberdayaan UMKM lain yang menggabungkan teknologi tepat guna dengan digitalisasi usaha dan berhasil meningkatkan kapasitas sekaligus omzet (Rizqi, Alti, & Putri, 2025; Setiawan, Irawati, Ardiansyah, Febrianty, & Aulia, 2026; Syakhroni, Sagaf, & Riansyah, 2026). Pada aspek produksi, pemilihan mesin jahit industri khusus kulit sebagai titik intervensi didasarkan pada karakteristik pekerjaan mitra yang bertumpu pada penjahitan bahan tebal. Hasil ini memperkuat temuan bahwa mesin jahit yang sesuai karakteristik bahan menghasilkan laju

produktivitas dan konsistensi jahitan yang lebih baik dibanding mesin jahit manual maupun mesin jahit pakaian (Danial et al., 2020; Setyawan & Nurwantoro, 2022). Pola serupa juga terlihat pada implementasi mesin produksi di IKM pangan yang secara langsung menaikkan kapasitas keluaran (Nugroho, Annanto, & Nurfa'izin, 2023), pada penambahan alat produksi bagi kelompok pengrajin (Ferdiani, Murniasih, Wilujeng, & Suwanti, 2018), serta pada pendampingan teknologi produksi UMKM kulit sapi (Lestari & Satria, 2025). Nilai tambah kegiatan ini terletak pada penyertaan SOP dan lembar kerja pengendalian mutu, sehingga peningkatan kapasitas tidak semata bersumber dari kecepatan mesin, melainkan juga dari penyeragaman alur kerja yang menekan pengulangan pekerjaan akibat cacat produk. Pada aspek manajemen usaha, pendampingan pembukuan dan perhitungan harga pokok produksi berfungsi sebagai jembatan antara perbaikan teknis dan pengambilan keputusan bisnis. Tanpa perhitungan harga pokok yang benar, kenaikan kapasitas produksi tidak otomatis berujung pada kenaikan laba karena penetapan harga jual berpotensi keliru. Kebutuhan ini konsisten dengan pengalaman pendampingan UMKM lain yang menempatkan pencatatan keuangan sederhana dan perhitungan harga pokok produksi sebagai fondasi penguatan usaha mikro (Fatmayuni & Susanti, 2026; Siskayanti et al., 2026).

Penguatan identitas merek yang dilakukan seiring dengan penataan katalog juga sejalan dengan temuan bahwa identitas visual yang konsisten memperluas jangkauan pemasaran UMKM (Fathonah, Wati, & Winarno, 2024). Pada aspek pemasaran, keputusan membangun situs web multibahasa dan bukan sekadar menambah akun media sosial merupakan pembeda utama kegiatan ini. Situs web berperan sebagai aset digital milik mitra yang tidak bergantung pada perubahan algoritma platform, sekaligus menjadi simpul yang mengarahkan lalu lintas dari media sosial menuju kanal transaksi. Peran situs web sebagai perluasan jangkauan pasar UMKM telah dilaporkan pada berbagai program pendampingan digitalisasi (Aditya & Istikmal, 2025; Mandyartha, Puspaningrum, Satibi, & Maulana, 2026), sementara pemanfaatan lokapasar dan media sosial terbukti memperbesar peluang penjualan pengrajin (Pratiwi et al., 2021; Rozaq, Kurniawati, Yunitasari, & Sofyana, 2023). Yang menarik dari kasus Akasia Industry adalah tingginya daya jangkau organik konten proses produksi pada TikTok, dengan tayangan tertinggi 93,2 ribu atau lebih dari dua puluh kali jumlah pengikut akun. Temuan ini memperlihatkan bahwa proses kerja kerajinan tangan itu sendiri merupakan aset naratif yang bernilai jual, sehingga dokumentasi proses selayaknya diperlakukan sebagai bagian dari strategi pemasaran, bukan sekadar arsip kegiatan. Pelatihan fotografi dan konten produk yang diberikan pada program ini memiliki peran penting dalam mengubah bahan mentah visual tersebut menjadi katalog yang layak jual (Permatasari, Witono, & Retnowati, 2024). Ditinjau

dari perspektif pariwisata berkelanjutan, kegiatan ini menggeser posisi mitra dari pemasok cendera mata yang pasif menunggu kunjungan wisatawan menjadi pelaku usaha yang mampu menjangkau pasar secara mandiri. Pergeseran ini penting karena mengurangi kerentanan pendapatan pengrajin terhadap fluktuasi kunjungan ke Telaga Sarangan, sekaligus memperkuat daya tarik Magetan sebagai sentra kerajinan kulit yang dikenal melampaui batas wilayahnya. Arah tersebut selaras dengan gagasan pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal sebagai penopang pariwisata berkelanjutan (Haeril et al., 2024; Haisah et al., 2024) serta upaya peningkatan daya saing UMKM dalam menembus pasar ekspor (Ristanti et al., 2024; Rohwiyati, Sulistya, Budiwinarto, Trisnowati, & Pujiani, 2026). Kegiatan ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu dicatat. Pertama, periode pendampingan yang berlangsung dalam satu tahun anggaran belum cukup untuk menilai keberlanjutan perilaku usaha mitra dalam jangka panjang, khususnya konsistensi pembukuan dan pemutakhiran konten digital setelah pendampingan berakhir. Kedua, pengukuran dampak masih bertumpu pada data yang dicatat mitra dan metrik platform digital, sehingga konversi dari jangkauan konten menjadi transaksi riil, terutama pesanan mancanegara, memerlukan pemantauan lanjutan pada periode berikutnya. Ketiga, intervensi baru menyentuh satu kelompok pengrajin, sedangkan replikasi pada kelompok lain di Lingkungan Industri Kecil Magetan masih terbuka lebar dan berpotensi menghasilkan efek agregat yang lebih besar bagi perekonomian daerah.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada mitra Akasia Industry di Desa Ringinagung, Kecamatan Magetan, telah menjawab tiga permasalahan prioritas pengrajin kulit melalui satu paket intervensi yang terpadu. Pada aspek produksi, mitra kini memiliki satu unit mesin jahit industri khusus kulit yang berfungsi penuh, dokumen SOP produksi, dan lembar kerja pengendalian mutu yang menjadi dasar penyeragaman alur kerja, sehingga keluaran workshop meningkat dari 3–5 unit menjadi rata-rata 35 unit per hari dengan delapan pengrajin dan tingkat cacat produk turun dari 15–20% menjadi di bawah 5%. Pada aspek manajemen usaha, mitra memiliki buku kerja dan file pembukuan yang terisi 90% hari kerja beserta perhitungan harga pokok produksi yang menjadi dasar penetapan harga jual. Pada aspek pemasaran, mitra memiliki identitas merek dan sistem informasi pemasaran digital berupa situs web multibahasa akasiaindustry.com yang mengintegrasikan lima kanal transaksi digital serta menjangkau 5.761 pengikut pada Instagram dan TikTok dengan tayangan konten tertinggi 93,2 ribu. Secara teoretis, kegiatan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan pengrajin berbasis pariwisata tidak cukup ditempuh melalui digitalisasi pemasaran semata, melainkan harus

disertai penguatan kapasitas produksi dan tata kelola usaha agar permintaan yang tumbuh dapat dilayani secara berkelanjutan. Direkomendasikan kepada mitra untuk menjaga rutinitas pengisian pembukuan dan pemutakhiran konten digital dengan menugaskan satu operator kunci sebagai penanggung jawab, serta memanfaatkan dokumentasi proses produksi sebagai materi promosi berkelanjutan. Kepada pemerintah daerah dan perguruan tinggi direkomendasikan untuk mereplikasi pola intervensi terpadu ini pada kelompok pengrajin lain di Lingkungan Industri Kecil Magetan, disertai pendampingan lanjutan pada aspek legalitas usaha, sertifikasi produk, dan kesiapan ekspor agar potensi pasar mancanegara dapat digarap secara optimal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dibiayai oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi melalui Program Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri Tahun Anggaran 2026 dengan Kontrak Pelaksanaan Nomor 119/PL33.310/PM/2026. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Negeri Madiun atas fasilitasi dan pendampingan administratif, serta kepada Saudara Hananta Arigio selaku pimpinan Akasia Industry beserta seluruh anggota kelompok pengrajin atas kesediaannya menjadi mitra sasaran dan memberikan dana pendamping *in-kind* selama pelaksanaan program.

DAFTAR REFERENSI

- Adi Wariatama, G. N., & Andiani, N. D. (2021). Peluang dan tantangan pengembangan souvenir desa wisata berbasis kerajinan lokal. *Masyarakat Pariwisata: Journal of Community Services in Tourism*, 2(2), 75–98. <https://doi.org/10.34013/mp.v2i2.397>
- Aditya, B., & Istikmal. (2025). Pengembangan website sebagai platform pemasaran untuk meningkatkan jangkauan pasar UMKM ABN-678. *Charity*, 8(2). <https://doi.org/10.25124/charity.v8i2.8873>
- 'Aisy, T. R., & Krisbianto, A. D. (2025). Studi teknik dan motif tas kulit wanita di sentra kerajinan kulit Jalan Sawo, Kelurahan Selosari, Kabupaten Magetan. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 12(6). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v12i6.119384>
- Anshory, M. I., Wirawan, S., Falah, F., & Qothrunnada, A. (2026). Pemberdayaan pengrajin mebel kayu melalui pelatihan produksi dan digital marketing di Desa Kayu Putih. *Paradigma Pengabdian*, 3(2), 34–45. <https://doi.org/10.36841/paradigma.v3i2.8297>
- Aryana, Z. P., Sumaryoto, & Pramesti, L. (2017). Sentra kerajinan kulit sebagai kawasan wisata industri di Kabupaten Magetan. *Arsitektura*, 14(1). <https://doi.org/10.20961/arst.v14i1.9202>

- Danial, A. A., Rijanto, A., & Arum, L. P. I. (2020). Analisis laju produktivitas mesin jahit typical pada proses produksi upper sepatu mayoret. *Majamecha*, 2(1), 60–71. <https://doi.org/10.36815/majamecha.v2i1.737>
- Fathonah, S. M., Wati, S. S., & Winarno, A. (2024). Pengembangan UMKM melalui branding dan identitas visual merek untuk meningkatkan jangkauan pemasaran di kawasan Gunung Kawi Malang. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 70–78. <https://doi.org/10.32877/nr.v4i1.1899>
- Fatmayuni, I. A., & Susanti, R. (2026). Pemberdayaan UMKM keripik melalui pendampingan pencatatan keuangan sederhana dan perhitungan harga pokok produksi di Pedan, Klaten. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1). <https://doi.org/10.29040/budimas.v8i1.18970>
- Ferdiani, R. D., Murniasih, T. R., Wilujeng, S., & Suwanti, V. (2018). Penambahan alat produksi guna meningkatkan produktivitas pengrajin keset. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.30595/jppm.v2i1.1685>
- Fitriani, R., Nugraha, & Djamaludin. (2020). Strategi pengembangan sektor industri alas kaki berbahan kulit dengan metode analisis SWOT dan bisnis model canvas. *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 18(1), 34–42. <https://doi.org/10.24014/sitekin.v18i1.11753>
- Haeril, Farani, D. B., Jemadi, Siregar, S. E., & Lestari, E. B. (2024). Peran ekonomi kreatif melalui UMKM dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(11). <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i11.5788>
- Haisah, S., Ariawan, & Abdussamad, C. P. (2024). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal menuju pariwisata berkelanjutan. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 7–15. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v8i1.7311>
- Haki, U., Topo, Mercylia, Pahmina, & Nurhaniyah. (2025). Pemberdayaan pengrajin dompet kulit melalui pelatihan marketing digital di Desa Babakan, Kecamatan Kopo, Kabupaten Serang. *Al-DYAS*, 4(3), 1418–1435. <https://doi.org/10.58578/al dyas.v4i3.7034>
- Kustini, Rahma, D. T., & Iriyanti, E. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha (Studi pada industri kecil alas kaki di Kota Mojokerto). *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, 6(2), 76–84. <https://doi.org/10.33005/mebis.v6i2.254>
- Lestari, & Satria, O. (2025). Peningkatan kapasitas dan teknologi produksi UMKM kulit sapi Pak Heru di Desa Seganteng. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(9), 1032–1037. <https://doi.org/10.55681/swarna.v4i9.1714>
- Mandiyartha, E. P., Puspaningrum, E. Y., Satibi, I. F., & Maulana, H. (2026). Pendampingan digitalisasi pemasaran bagi UMKM kopi tradisional Manjehe melalui website responsif. *Jurnal Abdi Insani*, 13(2), 1180–1195. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v13i2.3569>
- Nugroho, A., Annanto, G. P., & Nurfa'izin, S. (2023). Implementasi teknologi mesin industrial dough mixer untuk peningkatan kapasitas produksi IKM bolen pisang Semarang. *Ekalaya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*, 2(2), 274–280. <https://doi.org/10.57254/eka.v2i2.56>
- Nugroho, M. A., & Waskito, M. A. (2025). Rekayasa upper sandal flatbed dari limbah kain polyester (Studi kasus: Hijack Sandals). *Productum: Jurnal Desain Produk*

- (Pengetahuan dan Perancangan Produk), 8(1), 25–34.
<https://doi.org/10.24821/productum.v8i1.14586>
- Permatasari, A., Witono, A. B. M., & Retnowati. (2024). Pelatihan foto produk kreatif untuk meningkatkan promosi digital usaha mikro dan kecil (UMK) di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 2425–2434. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.2126>
- Perwitasari, Y. P., & Soetriono. (2020). Analisa pendapatan, nilai tambah, dan strategi pengembangan usaha di sentra kerajinan kulit Selosari Kabupaten Magetan, Jawa Timur. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 22(3), 255–266. <https://doi.org/10.25077/jpi.22.3.255-266.2020>
- Pratiwi, N. Y., Febiyana, Christanti, M., Permatasari, A. D., Siregar, M., & Damayanty, P. (2021). Membantu UMKM dalam memasarkan produk di marketplace Shopee dan Tokopedia. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 2(2), 135–142. <https://doi.org/10.55122/teratai.v2i2.321>
- Ristanti, Arisanti, Y., & Sulisty, A. (2024). Peningkatan daya saing UMKM dalam menembus pasar ekspor. *PANUNTUN: Jurnal Budaya, Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif*, 1(2), 90–99. <https://doi.org/10.61476/rh2qm994>
- Rizqi, V., Alti, R. M., & Putri, I. C. V. (2025). Peningkatan kapasitas produksi dan manajemen usaha pada UMKM kentang mustofa melalui penerapan teknologi tepat guna dan digitalisasi usaha. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(3), 894–904. <https://doi.org/10.29407/ja.v9i3.27029>
- Rohwiyati, Sulistya, Budiwinarto, K., Trisnowati, J., & Pujiani, D. (2026). Pendampingan UMKM kopi Pati dalam menembus pasar ekspor melalui inovasi produk dan strategi pemasaran berkelanjutan. *Surakarta Abdimas Journal*, 4(1), 19–28. <https://doi.org/10.52429/saj.v4i1.4>
- Rozaq, A., Kurniawati, I. D., Yunitasari, Y., & Sofyana, L. (2023). Pendampingan pemasaran produk UMKM memanfaatkan media sosial Instagram dan TikTok. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(1), 88–95. <https://doi.org/10.59024/jnb.v1i1.64>
- Setiawan, R., Irawati, Ardiansyah, Febrianty, N., & Aulia, F. S. (2026). Pemberdayaan UMKM Berkah Jaya Bulungan melalui teknologi tepat guna dan pemasaran digital. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 627–637. <https://doi.org/10.61231/8tmz8y19>
- Setyawan, W. B., & Nurwantoro. (2022). Analisa kinerja mesin jahit manual dan mesin jahit otomatis pada jahit komponen upper sepatu (Studi kasus di PT XYZ). *Berkala Penelitian Teknologi Kulit, Sepatu, dan Produk Kulit*, 21(1), 142–154. <https://doi.org/10.58533/bptkspk.v21i1.167>
- Siskayanti, R., Purnamasari, P., Kosim, M. E., & Nasihardani, D. (2026). Pelatihan terintegrasi standardisasi produksi, pengemasan, HPP, dan identitas merek UMKM di Desa Mekarmukti. *Kemas Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 74–84. <https://doi.org/10.31851/g3kwzn90>
- Syakhroni, A., Sagaf, M., & Riansyah, A. (2026). Implementasi teknologi tepat guna dan strategi digital marketing untuk peningkatan kapasitas produksi dan omset UMKM Kopi Boyo Jepara. *Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 11–20. <https://doi.org/10.31599/94mt9z65>
- Wusqo, A. U., Fridayanti, B. E., & Aisyah, S. (2023). Pengembangan dan pendampingan UMKM dompet kulit melalui digitalisasi marketing berbasis marketplace Shopee untuk

menunjang pemasaran dan peningkatan penjualan. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(1), 43–52. <https://doi.org/10.30595/jppm.v7i1.9482>

Yustikasari, & Meirinawati. (2023). Strategi pelayanan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magetan dalam meningkatkan wisatawan pada objek wisata Telaga Sarangan. *Publika*, 11(2), 1877–1888. <https://doi.org/10.26740/publika.v11n2.p1877-1888>