

LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

**SOSIALISASI PENGUATAN MANAJEMEN USAHA, PEMASARAN DIGITAL, TATA
KELOLA KEUANGAN, DAN PRINSIP BISNIS SYARIAH UNTUK MENDUKUNG
KEBERLANJUTAN USAHA KERAJINAN KERAMIK DINOYO KOTA MALANG**



Laporan hasil pengabdian ini telah di
dokumentasikan di Perpustakaan
Universitas Gajayana Malang

Tanggal diterima
03-08-2026

16 / PENS-FEB /
Reg. VIII / 2026

Code: FEB

Copy: 12ks

TIM PENYUSUN :

Dr. Minarni, SE,I, MSI

Dr. Rini Astuti, M.M.

Moh. Imron, S.E., M.M.

Dwi Yulis Susanto, S.Psi., M.M.

Dadieng Kurniawan, S.E., M.S.,A.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS GAJAYANA MALANG
2026**



UNIVERSITAS GAJAYANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Program Studi : - Akuntansi
- Manajemen
- Ekonomi Pembangunan

STATUS TERAKREDITASI
STATUS TERAKREDITASI
STATUS TERAKREDITASI

SK No. : 596/DE/A.5/AR.10/VIII/2023
SK No. : 2922/SK/BAN-PT/Akred/S/V/2021
SK No. : 1483/DE/A.5/AR.10/VIII/2024

Kampus : Jalan Mertojoyo – Dinoyo Kotak Pos 252 Malang Telp. (0341) 562411, 570059, 562528 Fax. (0341) 582168
Website : www.unigamalang.ac.id E-mail : info@unigamalang.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 13.017/ST/FEB/UNIGA/V/2026

Dalam rangka melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, maka bersama ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gajayana Malang menugaskan kepada:

1	Nama	:	Dr. Minarni, SE.I, MSI.
	NIDN/NUPTK	:	0823038301/9655761662231062
2	Nama	:	Dr. Dra. Rini Astuti, M.M.
	NIDN	:	0723026302
3	Nama	:	Moh. Imron
	NIDN	:	0710118703
4	Nama	:	Dwi Yulis Susanto, S.Psi., M.M.
	NIDN	:	0704077601
5	Nama	:	Dadieng Kurniawan, S.E., M.S.A.
	NIDN/NUPTK	:	0710078407 / 2042762663130313
	Unit Kerja	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis
	Tugas	:	Melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul: "Sosialisasi Penguatan Manajemen Usaha, Pemasaran Digital, Tata Kelola Keuangan, dan Prinsip Bisnis Syariah untuk Mendukung Keberlanjutan Usaha Kerajinan Keramik Dinoyo Kota Malang"
	Waktu	:	Semester Genap 2025/2026

Demikian Surat Tugas ini diberikan untuk digunakan sebagai dasar pelaksanaan tugas dengan sebaik-baiknya dan penuh rasa tanggung jawab.

Dikeluarkan di : Malang
Pada Tanggal : 18 Mei 2026

Dekan,



Prof. Dr. Endang Suswati, S.E., M.S.
NIP. 195806041986012001

Tembusan disampaikan kepada YTH:

1. Wakil Rektor Bidang Akademik dan Umum
2. Kabag. Keuangan
3. Arsip

LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

**SOSIALISASI PENGUATAN MANAJEMEN USAHA, PEMASARAN DIGITAL, TATA
KELOLA KEUANGAN, DAN PRINSIP BISNIS SYARIAH UNTUK MENDUKUNG
KEBERLANJUTAN USAHA KERAJINAN KERAMIK DINOYO KOTA MALANG**



TIM PENYUSUN :

Dr. Minarni, SE,I, MSI

Dr. Rini Astuti, M.M.

Moh. Imron, S.E., M.M.

Dwi Yulis Susanto, S.Psi., M.M.

Dadieng Kurniawan, S.E., M.S.,A.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS GAJAYANA MALANG
2026**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul	:	Sosialisasi Penguatan Manajemen Usaha, Pemasaran Digital, Tata Kelola Keuangan, dan Prinsip Bisnis Syariah untuk Mendukung Keberlanjutan Usaha Kerajinan Keramik Dinoyo Kota Malang
Ketua		
a. Nama	:	Dr. Minarni, S.El., MSI.
b. NIDN/NUPTK	:	0823038301
c. Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
d. Nomor Hp	:	082336071352
e. Email	:	minarni@unigamalang.ac.id
Anggota 1		
a. Nama	:	Dr. Rini Astuti, S.E., M.M.
b. NIDN	:	0723026302
c. Program Studi	:	Manajemen
d. Nomor Hp	:	081555681399
e. Email	:	riniastuti@unigamalang.ac.id
Anggota 2		
a. Nama	:	Moh. Imron
b. NIDN	:	0710118703
c. Program Studi	:	Manajemen
d. Nomor Hp	:	082132882675
e. Email	:	imron@unigamalang.ac.id
Anggota 3		
a. Nama	:	Dwi Yulis Susanto, S.Psi., M.M.
b. NIDN	:	0704077601
c. Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
d. Nomor Hp	:	083872563124
e. Email	:	yulissusanto76@unigamalang.ac.id
Anggota 4		
a. Nama	:	Dadieng Kurniawan, S.E., M.S.A.
b. NIDN/NUPTK	:	0710078407 / 2042762663130313
c. Program Studi	:	Akuntansi
d. Nomor Hp	:	08124967168
e. Email	:	samdieng@unigamalang.ac.id
Biaya	:	Rp. 3000.000
Sumber Dana	:	Mandiri

Malang, 20 Mei 2026

Ketua LPPM
Universitas Gajayana

Ketua Pelaksana

Ferdian Hendrasto, S.E., M.SM.

Dr. Minarni, S.El., MSI.

Mengetahui,
Dekan

Prof. Dr. Endang Suswati, S.E., M.S.
NIP. 195806041986012001

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
RINGKASAN	iv
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. Analisis Situasi	1
1.2. Permasalahan Mitra	3
1.3. Solusi Permasalahan	5
BAB II: METODE PELAKSANAAN	9
BAB III: PELAKSANAAN KEGIATAN	12
3.1 Lokasi Kegiatan	12
3.2 Masalah yang Perlu Mendapatkan Solusi	13
3.3 Sosialisasi Program untuk Industri Keramik Dinoyo	14
BAB IV: HASIL DAN EVALUASI KEGIATAN	22
4.1. Transformasi Manajerial dan Operasional	22
4.2. Akselerasi Pemasaran Digital melalui <i>Content Planning</i>	22
4.3. Dampak Ekonomi dan Sosial	22
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	24
5.1. Kesimpulan	24
5.2. Saran	25
DAFTAR PUSTAKA	26

RINGKASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi akademik dalam mendukung pengembangan usaha mikro dan kecil pada sentra kerajinan keramik Dinoyo, Kota Malang. Program ini dilatarbelakangi oleh berbagai tantangan yang dihadapi pelaku usaha, diantaranya lemahnya manajemen usaha, keterbatasan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, rendahnya kemampuan pengelolaan keuangan, serta belum optimalnya penerapan prinsip bisnis syariah dalam aktivitas usaha. Kondisi tersebut berpengaruh terhadap daya saing dan keberlanjutan usaha kerajinan keramik di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui metode sosialisasi, penyuluhan, diskusi interaktif, dan pendampingan sederhana kepada para pelaku usaha keramik. Materi yang diberikan meliputi penguatan manajemen usaha berbasis perencanaan dan pengorganisasian usaha, strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform daring, tata kelola keuangan sederhana untuk usaha mikro, serta penerapan prinsip bisnis syariah dalam kegiatan ekonomi. Kegiatan ini dirancang agar peserta tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya dalam pengelolaan usaha sehari-hari.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang profesional dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Peserta mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan yang sistematis, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, serta penerapan strategi pemasaran yang lebih luas dan efektif. Peserta juga memperoleh wawasan mengenai pentingnya membangun usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan prinsip syariah dalam praktik bisnis. Prinsip-prinsip Islam dalam berwirausaha dapat menjadi landasan untuk menciptakan usaha yang berkelanjutan dan terpercaya. Sikap amanah, tanggung jawab, kejujuran, dan keadilan dipandang mampu meningkatkan hubungan baik antara produsen dan konsumen serta memperkuat kepercayaan pasar terhadap produk keramik Dinoyo.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan dampak positif bagi pelaku usaha keramik Dinoyo dalam meningkatkan kapasitas manajerial, kemampuan pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan pemahaman bisnis syariah. Program ini mendorong transformasi usaha kerajinan keramik menuju usaha yang lebih modern, kompetitif, dan berkelanjutan sehingga industri keramik Dinoyo dapat terus berkembang sebagai salah satu penggerak ekonomi kreatif lokal di Kota Malang.

Kata Kunci: Manajemen Usaha, Pemasaran Digital, Tata Kelola Keuangan, Bisnis Syariah

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Sentra kerajinan keramik Dinoyo di Kota Malang merupakan salah satu sektor usaha kreatif yang memiliki nilai historis, budaya, dan ekonomi yang cukup penting bagi masyarakat setempat. Industri ini telah berkembang sejak lama dan menjadi identitas khas daerah yang dikenal melalui berbagai produk keramik hias maupun peralatan rumah tangga. Selain berperan sebagai sumber pendapatan masyarakat, usaha keramik Dinoyo juga mendukung sektor pariwisata dan ekonomi kreatif lokal. Namun demikian, perkembangan industri keramik saat ini menghadapi berbagai tantangan yang memengaruhi keberlangsungan usaha para pengrajin, terutama di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat dan meningkatnya persaingan pasar.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha keramik Dinoyo adalah lemahnya sistem manajemen usaha. Sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan usaha secara tradisional dan berbasis pengalaman tanpa perencanaan usaha yang terstruktur. Pengelolaan sumber daya manusia, strategi produksi, pengendalian persediaan, hingga pengembangan usaha belum dilakukan secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pelaku usaha mengalami kesulitan dalam meningkatkan produktivitas dan mempertahankan daya saing usaha di pasar yang semakin kompetitif.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital belum dimanfaatkan secara maksimal oleh para pelaku usaha keramik Dinoyo. Pemasaran produk masih banyak dilakukan secara konvensional melalui penjualan langsung di toko atau menunggu konsumen datang ke lokasi usaha. Padahal, perkembangan media sosial dan platform perdagangan digital memberikan peluang yang sangat besar untuk memperluas jangkauan pasar hingga tingkat nasional maupun internasional. Kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan pemasaran digital menyebabkan produk keramik Dinoyo belum

mampu bersaing secara optimal dengan produk sejenis dari daerah lain yang telah lebih dahulu mengembangkan strategi pemasaran berbasis teknologi.

Permasalahan lain yang cukup mendasar adalah lemahnya tata kelola keuangan usaha. Sebagian besar pelaku usaha belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur dan sistematis. Keuangan usaha masih sering bercampur dengan keuangan pribadi sehingga sulit untuk mengetahui tingkat keuntungan, biaya produksi, maupun kondisi keuangan usaha secara akurat. Rendahnya literasi keuangan ini berdampak pada lemahnya kemampuan pelaku usaha dalam melakukan perencanaan bisnis, pengambilan keputusan ekonomi, serta pengembangan modal usaha secara berkelanjutan.

Selain aspek manajemen dan keuangan, pemahaman mengenai prinsip bisnis syariah juga masih relatif terbatas di kalangan pelaku usaha. Dalam praktik usaha sehari-hari, sebagian pelaku usaha belum sepenuhnya memahami pentingnya penerapan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, amanah, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab dalam kegiatan ekonomi. Padahal, prinsip bisnis syariah memiliki peran penting dalam membangun etika usaha yang sehat, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan menciptakan keberkahan usaha. Kurangnya pemahaman ini menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian melalui kegiatan edukasi dan pendampingan.

Kondisi tersebut semakin diperkuat oleh perubahan dinamika pasar dan perilaku konsumen yang semakin menuntut kualitas produk, pelayanan yang baik, serta kemudahan akses informasi dan transaksi secara digital. Konsumen modern cenderung memilih produk yang memiliki nilai estetika, kualitas terjamin, serta dipasarkan melalui media yang mudah dijangkau. Apabila pelaku usaha keramik Dinoyo tidak mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut, maka potensi penurunan daya saing dan berkurangnya minat pasar terhadap produk lokal dapat terjadi secara berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan upaya penguatan kapasitas pelaku usaha melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bersifat edukatif dan aplikatif. Sosialisasi mengenai manajemen usaha, pemasaran digital, tata kelola keuangan, dan prinsip bisnis syariah menjadi langkah strategis dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha menghadapi tantangan ekonomi

modern. Melalui kegiatan ini, diharapkan para pengrajin mampu memahami pentingnya pengelolaan usaha yang profesional, inovatif, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha jangka panjang.

Dengan adanya program sosialisasi dan pendampingan ini, pelaku usaha keramik Dinoyo diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengelolaan usaha, memperluas jaringan pemasaran, memperbaiki sistem keuangan usaha, serta menerapkan nilai-nilai bisnis syariah dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Penguatan kapasitas tersebut tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha, tetapi juga mendukung keberlanjutan industri keramik Dinoyo sebagai salah satu ikon ekonomi kreatif dan warisan budaya lokal Kota Malang.

1.2. Permasalahan Mitra

Sentra Kerajinan Keramik Dinoyo Kota Malang merupakan salah satu sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memiliki nilai ekonomi sekaligus nilai budaya yang tinggi. Meskipun memiliki potensi pasar yang cukup besar, pelaku usaha keramik masih menghadapi berbagai kendala yang dapat menghambat perkembangan usaha dan keberlanjutannya. Persaingan yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, serta perkembangan teknologi digital menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan berbagai perubahan tersebut (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023). Namun, sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara konvensional sehingga daya saing produk belum berkembang secara optimal (Rangkuti, 2018).

Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah masih terbatasnya kemampuan dalam manajemen usaha. Sebagian besar pelaku usaha belum menerapkan perencanaan usaha, pengorganisasian, pengelolaan produksi, serta evaluasi kinerja secara sistematis. Pengelolaan usaha masih dilakukan berdasarkan pengalaman dan kebiasaan sehari-hari tanpa didukung oleh perencanaan bisnis yang jelas. Menurut Terry (2019), fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian merupakan fondasi penting dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan

dalam menentukan strategi pengembangan usaha, mengelola risiko, serta meningkatkan efisiensi operasional (Rangkuti, 2018).

Selain itu, pemanfaatan pemasaran digital oleh mitra masih belum optimal. Meskipun sebagian pelaku usaha telah mengenal media sosial dan platform digital, penggunaannya masih sebatas sebagai sarana komunikasi sederhana dan belum dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran yang efektif. Kemampuan dalam membuat konten promosi yang menarik, membangun identitas merek (*branding*), mengoptimalkan media sosial, maupun memanfaatkan *marketplace* masih relatif rendah. Akibatnya, jangkauan pemasaran produk keramik masih terbatas pada konsumen lokal dan belum mampu memanfaatkan peluang pasar yang lebih luas melalui media digital. Padahal, pemasaran digital dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas akses pasar, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan secara lebih efektif (Kotler & Keller, 2022; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022).

Permasalahan berikutnya berkaitan dengan tata kelola keuangan usaha. Sebagian besar mitra belum melakukan pencatatan transaksi keuangan secara tertib, belum memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, serta belum menyusun laporan keuangan sederhana sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Kondisi tersebut menyulitkan pelaku usaha dalam mengetahui tingkat keuntungan, arus kas, maupun kondisi keuangan usahanya secara akurat. Di samping itu, keterbatasan literasi keuangan juga berdampak pada rendahnya kemampuan mitra dalam mengakses sumber pembiayaan maupun merencanakan pengembangan usaha secara berkelanjutan. Pengelolaan keuangan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM (Kasmir, 2021; Munawir, 2018).

Di sisi lain, pemahaman mitra mengenai prinsip-prinsip bisnis syariah juga masih memerlukan penguatan. Sebagian pelaku usaha belum memahami secara menyeluruh pentingnya penerapan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, keadilan, transparansi, tanggung jawab, serta transaksi yang bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir dalam kegiatan usaha. Padahal, penerapan prinsip bisnis syariah tidak hanya memberikan kepastian terhadap aspek etika dan kepatuhan dalam berusaha,

tetapi juga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat keberlanjutan usaha. Menurut Antonio (2019), prinsip bisnis syariah menekankan pentingnya integritas, kejujuran, dan tanggung jawab dalam aktivitas ekonomi. Selain itu, Karim (2020) menjelaskan bahwa penerapan prinsip syariah dapat menciptakan kegiatan usaha yang lebih adil, beretika, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

Berdasarkan berbagai permasalahan tersebut, diperlukan kegiatan sosialisasi dan pendampingan yang terintegrasi dalam aspek manajemen usaha, pemasaran digital, tata kelola keuangan, serta prinsip bisnis syariah agar pelaku UMKM Kerajinan Keramik Dinoyo mampu meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah dinamika lingkungan bisnis yang terus berkembang. Program pemberdayaan berbasis peningkatan kapasitas pelaku usaha diyakini mampu memperkuat kompetensi, meningkatkan produktivitas, dan mendukung keberlanjutan UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi modern (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023).

1.3. Solusi Permasalahan

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan yang dihadapi mitra, diperlukan suatu program pengabdian kepada masyarakat yang bersifat komprehensif dan aplikatif. Program ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Kerajinan Keramik Dinoyo Kota Malang melalui kegiatan sosialisasi, edukasi, diskusi, dan pendampingan pada aspek manajemen usaha, pemasaran digital, tata kelola keuangan, serta penerapan prinsip bisnis syariah. Pendekatan pemberdayaan masyarakat yang mengintegrasikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan praktis terbukti mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan usaha secara berkelanjutan (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023; Mardikanto & Soebiato, 2019). Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman konseptual sekaligus keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam pengelolaan usaha sehari-hari.

Solusi pertama difokuskan pada penguatan manajemen usaha. Kegiatan ini dilakukan melalui pemberian materi mengenai fungsi-fungsi manajemen yang meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*). Selain itu, mitra juga diberikan pemahaman mengenai penyusunan tujuan usaha, pengelolaan sumber daya, strategi pengembangan usaha, serta pentingnya inovasi dan peningkatan kualitas produk agar mampu bersaing di tengah perubahan lingkungan bisnis. Terry (2019) menjelaskan bahwa keberhasilan suatu organisasi sangat ditentukan oleh penerapan fungsi-fungsi manajemen secara terpadu. Dengan penguatan aspek manajerial, pelaku usaha diharapkan mampu mengelola usahanya secara lebih efektif, efisien, dan berorientasi pada keberlanjutan (Rangkuti, 2018).

Solusi kedua diarahkan pada peningkatan kemampuan pemasaran digital. Tim pengabdian memberikan sosialisasi mengenai pentingnya transformasi digital dalam pemasaran produk UMKM, disertai pelatihan pemanfaatan media sosial, *marketplace*, dan platform digital lainnya sebagai sarana promosi. Mitra juga diberikan pendampingan dalam menyusun strategi pemasaran digital, membuat konten promosi yang menarik, membangun identitas merek (*branding*), serta meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui media digital. Menurut Kotler dan Keller (2022), pemasaran digital merupakan salah satu strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2022) juga menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan visibilitas produk serta daya saing UMKM. Oleh karena itu, upaya ini diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan mendorong peningkatan volume penjualan.

Solusi ketiga difokuskan pada penguatan tata kelola keuangan usaha. Kegiatan ini meliputi sosialisasi mengenai pentingnya pencatatan transaksi keuangan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta pengelolaan arus kas. Mitra juga diberikan contoh dan latihan penyusunan pembukuan sederhana yang mudah diterapkan sesuai dengan skala usaha mereka. Kasmir (2021) menjelaskan bahwa pencatatan keuangan yang tertib merupakan dasar bagi pengambilan keputusan bisnis yang efektif. Selain itu, penguatan literasi keuangan berperan

penting dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha mengelola modal, mengendalikan arus kas, dan merencanakan pengembangan usaha secara berkelanjutan (Munawir, 2018).

Solusi keempat berupa penguatan pemahaman mengenai prinsip bisnis syariah sebagai landasan dalam menjalankan kegiatan usaha. Materi yang diberikan mencakup konsep etika bisnis Islam, kejujuran dalam transaksi, tanggung jawab kepada konsumen, keadilan dalam penetapan harga, serta pentingnya menghindari praktik yang mengandung unsur riba, *gharar*, dan *maysir*. Antonio (2019) menjelaskan bahwa prinsip-prinsip bisnis syariah bertujuan membangun kegiatan ekonomi yang adil, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama. Karim (2020) menambahkan bahwa penerapan etika bisnis Islam mampu meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus menciptakan usaha yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip tersebut diharapkan mampu meningkatkan integritas pelaku usaha, memperkuat kepercayaan pelanggan, serta menciptakan kegiatan usaha yang lebih beretika, berkeadilan, dan berkelanjutan.

Untuk memastikan efektivitas program, metode pelaksanaan tidak hanya dilakukan melalui penyampaian materi, tetapi juga melalui diskusi interaktif, studi kasus, tanya jawab, serta pendampingan kepada peserta. Pendekatan partisipatif dipilih agar mitra dapat mengemukakan berbagai kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha sekaligus memperoleh solusi yang sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Menurut Mardikanto dan Soebiato (2019), pendekatan partisipatif dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat mampu meningkatkan keterlibatan peserta, memperkuat proses pembelajaran, serta mendorong keberlanjutan hasil program. Dengan demikian, proses transfer pengetahuan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memberikan pengalaman belajar yang lebih aplikatif.

Melalui rangkaian solusi yang ditawarkan tersebut, diharapkan pelaku UMKM Kerajinan Keramik Dinoyo Kota Malang mampu meningkatkan kompetensi dalam mengelola usaha secara profesional, memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran, menyusun tata kelola keuangan yang lebih baik, serta menerapkan prinsip bisnis syariah dalam aktivitas usahanya. Peningkatan kapasitas tersebut diharapkan berdampak pada meningkatnya daya saing produk,

perluasan akses pasar, penguatan kinerja usaha, serta terwujudnya keberlanjutan usaha kerajinan keramik sebagai salah satu produk unggulan daerah yang memiliki nilai ekonomi dan budaya (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023; Pemerintah Kota Malang, 2023).

BAB II

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) yang menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar proses transfer pengetahuan berlangsung secara interaktif melalui komunikasi dua arah antara tim pelaksana dan peserta. Menurut Mardikanto dan Soebiato (2019), pendekatan partisipatif mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam setiap tahapan program sehingga hasil kegiatan lebih sesuai dengan kebutuhan mitra dan berkelanjutan. Metode yang diterapkan meliputi *experiential learning*, yaitu memberikan pengalaman langsung kepada tim pengabdian dan mitra untuk terlibat dalam proses produksi guna memahami dinamika usaha secara nyata (Kolb, 2015). Selain itu digunakan pendekatan *Action Research*, yang meliputi siklus perencanaan (*planning*), tindakan (*action*), observasi (*observation*), dan refleksi (*reflection*) untuk memastikan perbaikan manajerial dilakukan secara berkelanjutan (Kemmis et al., 2014). Metode sosialisasi dan pendampingan dilakukan melalui penyampaian materi secara teoretis yang diikuti dengan praktik langsung, seperti penyusunan laporan keuangan sederhana dan pembuatan jadwal konten media sosial (Mardikanto & Soebiato, 2019).

Kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi dan diskusi untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi usaha, permasalahan yang dihadapi, serta kebutuhan peningkatan kapasitas dalam aspek manajemen usaha, pemasaran digital, tata kelola keuangan, dan penerapan prinsip bisnis syariah. Tahap identifikasi kebutuhan merupakan langkah penting dalam menyusun program pemberdayaan masyarakat agar materi yang diberikan sesuai dengan kondisi riil mitra (Creswell & Creswell, 2023). Hasil identifikasi tersebut menjadi dasar dalam penyusunan materi dan strategi pelaksanaan kegiatan sehingga program yang dilaksanakan lebih tepat sasaran.

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui metode sosialisasi dan penyuluhan yang dikombinasikan dengan ceramah, diskusi interaktif, serta sesi tanya jawab. Materi disampaikan secara sistematis sesuai

dengan kebutuhan mitra, meliputi penguatan manajemen usaha, strategi pemasaran digital, pengelolaan keuangan usaha, serta penerapan prinsip-prinsip bisnis syariah. Penyampaian materi dilakukan melalui dialog, contoh kasus, serta ilustrasi yang relevan dengan karakteristik usaha kerajinan keramik sehingga peserta lebih mudah memahami konsep yang diberikan dan mampu menghubungkannya dengan kondisi usaha yang dijalankan. Pendekatan pembelajaran orang dewasa (*adult learning*) yang bersifat partisipatif dinilai lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman dan kemampuan penerapan materi dibandingkan metode ceramah semata (Knowles et al., 2020).

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan praktik sederhana dan pendampingan. Pada tahap ini mitra diberikan kesempatan untuk mengaplikasikan materi yang telah diperoleh, yaitu menyusun pencatatan keuangan sederhana, merancang strategi promosi melalui media digital, serta mengidentifikasi penerapan prinsip-prinsip bisnis syariah dalam aktivitas usaha sehari-hari. Tim pelaksana memberikan bimbingan secara langsung kepada peserta sehingga setiap kendala yang muncul selama praktik dapat didiskusikan dan diselesaikan bersama. Pendampingan merupakan salah satu strategi pemberdayaan masyarakat yang efektif karena mampu meningkatkan kompetensi, kepercayaan diri, serta keberlanjutan implementasi hasil pelatihan (Mardikanto & Soebiato, 2019). Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman sekaligus keterampilan praktis yang dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan program, dilakukan kegiatan evaluasi terhadap tingkat pemahaman dan partisipasi peserta selama kegiatan berlangsung. Evaluasi dilakukan melalui diskusi, sesi refleksi, observasi keterlibatan peserta, serta pemberian umpan balik terhadap materi yang telah disampaikan. Selain itu, tim pelaksana juga melakukan monitoring terhadap kemampuan peserta dalam memahami konsep dasar manajemen usaha, pemasaran digital, tata kelola keuangan, dan bisnis syariah. Menurut Stufflebeam dan Zhang (2017), evaluasi program merupakan proses sistematis untuk menilai efektivitas pelaksanaan kegiatan sekaligus menjadi dasar dalam pengambilan keputusan dan penyempurnaan program berikutnya. Oleh karena itu, hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk

menilai keberhasilan program sekaligus menjadi bahan perbaikan bagi pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masa mendatang.

Melalui metode pelaksanaan yang mengintegrasikan sosialisasi, diskusi, praktik, pendampingan, dan evaluasi, diharapkan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas pelaku UMKM Kerajinan Keramik Dinoyo Kota Malang dalam mengelola usahanya secara lebih profesional. Peningkatan kompetensi tersebut diharapkan memberikan dampak positif terhadap penguatan daya saing usaha, perluasan pasar melalui pemanfaatan teknologi digital, pengelolaan keuangan yang lebih tertib, serta penerapan prinsip bisnis syariah yang mendukung keberlanjutan usaha (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023; Kotler & Keller, 2022; Antonio, 2019).

BAB III

PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

3.1. Lokasi Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di unit usaha keramik H. Syamsul Arifin sebagai Ketua dan Pengurus Paguyuban Keramik Dinoyo, dengan lokasi di Jalan MT. Haryono gang IX, yang menjadi salah unit usaha pionir home industry kerajinan keramik yang telah dirintisnya sejak tahun 1995, di Kampung Wisata Keramik Dinoyo, Kota Malang.

Sentra industri kerajinan keramik Dinoyo bermula dari sentra gerabah di daerah Bethék (1930-an). Salah satu ciri khasnya adalah produknya berpola miring. Hal ini menyesuaikan dengan cara duduk perempuan kala itu. Bendanya diletakkan di sebelah tempat duduknya, dimiringkan lalu diputar hingga halus. Demikian penjelasan Pak Syamsul, panggilan sehari-hari H. Syamsul Arifin, ketua Asosiasi Pengusaha Keramik Dinoyo, saat saya temui kala itu.

Seiring dengan waktu, muncul inovasi keramik porselen (1955-an) dengan mengganti penggunaan bahan baku tanah liat (tanah sawah) dengan tanah putih (porselen). Pada saat itulah, Pemerintah mulai mendirikan pabrik keramik sebagai percontohan, demikian menurut sepengetahuan Pak Syamsul yang pernah bekerja di Pabrik Keramik Dinoyo itu.

Menurut catatan, sejarah perkembangan Industri Keramik di Malang bermula tatkala LEPPIN (Lembaga Penyelenggara Perusahaan-Perusahaan Industri Departemen Perindustrian) dibentuk (1953). Sekitar empat tahun kemudian, pabrik keramik Dinoyo berdiri (1957). Pabrik ini mengenalkan sistem produksi slip casting (cetak tuang) dan jiggering (putar tekan) dengan teknologi cukup modern pada zamannya.

Pabrik itu menghasilkan aneka produk peralatan rumah tangga seperti piring, cangkir, moci, dan lain-lain. Pasca pemisahan unit-unit produksi yang terjadi pada tahun 1968, selanjutnya berkembang produk-produk keramik noveltis (keramik hias).

Produk-produk keramik H. Syamsul Arifin yang tersedia di gerai "Cinderamata" milik Pak Syamsul, ada pajangan aneka produk *gift* seperti vas bunga, celengan, wadah mungil aroma terapi, guci hias, topeng Malangan, dan lain-lain. Ada pula yang berbentuk piala besar bertuliskan "50 Th Indonesia Merdeka". Pola desain keramik hiasnynya, umumnya bermotif alam khas negeri tropis, diantaranya daun bambu, capung, dan sejenisnya.

Sentra industri keramik Dinoyo mengalami pasang surut. Masa puncak keemasannya terjadi sekitar tahun 1997. Produk-produk keramik Dinoyo pada masa itu laris manis hingga diekspor ke manca negara. Namun pasca krisis moneter dan tingginya harga bahan bakar minyak tanah ketika itu, usaha keramik Dinoyo mengalami stagnasi. Pabrik Keramik Dinoyo milik pemerintah itu ditutup (2003).

Berkat kepiawaiannya membuat home industry kerajinan keramik yang telah dirintisnya sejak tahun 1995, Pak Syamsul sering menerima tawaran untuk memberikan kursus singkat cara membuat keramik. Sekolah-sekolah di Malang Raya maupun luar kota, banyak yang memintanya untuk berbagi pengetahuan dan keterampilan membuat produk keramik.

3.2. Masalah Yang Perlu Mendapatkan Solusi

Industri keramik Dinoyo di Kota Malang saat ini menghadapi berbagai tantangan signifikan yang menghambat keberlangsungan dan perkembangan usahanya. Berikut adalah beberapa masalah utama yang dihadapi oleh UMKM tersebut:

- a. Lemahnya Sistem Manajemen Usaha: Sebagian besar pelaku usaha masih mengelola bisnis mereka secara tradisional dan hanya berbasis pengalaman tanpa adanya perencanaan yang terstruktur. Hal ini mencakup kurang optimalnya pengelolaan sumber daya manusia, strategi produksi, pengendalian persediaan, hingga pengembangan usaha, yang berdampak pada rendahnya produktivitas dan daya saing.
- b. Pemasaran Digital yang Belum Maksimal: Para pengrajin masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung atau menunggu konsumen datang ke lokasi.

Kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital membuat produk mereka sulit bersaing dengan daerah lain yang sudah lebih dulu mengadopsi teknologi pemasaran modern.

- c. Buruknya Tata Kelola Keuangan: Masalah mendasar lainnya adalah tidak adanya pencatatan keuangan yang teratur dan sistematis. Pelaku usaha sering kali mencampur keuangan pribadi dengan keuangan usaha, sehingga sulit untuk memantau tingkat keuntungan, biaya produksi, maupun merencanakan pengembangan modal secara berkelanjutan.
- d. Keterbatasan Pemahaman Bisnis Syariah: Masih minimnya pemahaman mengenai prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam praktik usaha sehari-hari. Padahal, penerapan nilai-nilai ini dianggap penting untuk membangun etika bisnis yang sehat dan meningkatkan kepercayaan konsumen.
- e. Kesulitan Beradaptasi dengan Dinamika Pasar: Konsumen modern kini menuntut kualitas produk yang tinggi, pelayanan yang baik, serta kemudahan akses informasi secara digital. Jika para pengrajin tidak segera beradaptasi dengan perubahan pola konsumsi ini, mereka berisiko mengalami penurunan daya saing yang berkelanjutan.

3.3. Sosialisasi Program Pemberdayaan Masyarakat untuk Industri Keramik Dinoyo

Secara keseluruhan, permasalahan ini menunjukkan perlunya upaya penguatan kapasitas melalui edukasi dan pendampingan profesional agar industri keramik Dinoyo tetap mampu bertahan sebagai ikon ekonomi kreatif lokal. Untuk memperbaiki sistem manajemen tradisional di sentra kerajinan keramik Dinoyo, sumber-sumber tersebut menyarankan beberapa langkah strategis yang berfokus pada penguatan kapasitas pelaku usaha melalui pendekatan edukatif dan aplikatif.

Berikut adalah solusi-solusi spesifik untuk memperbaiki sistem manajemen tersebut:

- a) Penerapan Perencanaan Usaha yang Terstruktur: Pelaku usaha perlu beralih dari pengelolaan berbasis pengalaman semata menuju manajemen yang lebih profesional. Ini mencakup

optimalisasi pengelolaan sumber daya manusia, strategi produksi, serta pengendalian persediaan yang lebih terukur.

- b) Sosialisasi dan Pendampingan Intensif: Diperlukan kegiatan pengabdian masyarakat yang memberikan edukasi langsung mengenai manajemen usaha modern. Tujuannya agar pengrajin memahami pentingnya pengelolaan yang inovatif dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang.
- c) Digitalisasi Pemasaran: Mengubah pola pemasaran konvensional menjadi pemasaran digital. Pelaku usaha perlu didorong untuk memanfaatkan media sosial dan platform perdagangan digital guna memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat nasional dan internasional.
- d) Pembenahan Tata Kelola Keuangan: Mengedukasi pengrajin untuk melakukan pencatatan keuangan secara teratur dan sistematis. Hal yang paling krusial adalah memisahkan keuangan pribadi dari keuangan usaha agar tingkat keuntungan dan biaya produksi dapat dipantau secara akurat untuk pengambilan keputusan ekonomi yang tepat.
- e) Integrasi Prinsip Bisnis Syariah: Mengadopsi nilai-nilai syariah seperti kejujuran, transparansi, amanah, dan keadilan dalam praktik bisnis sehari-hari. Penerapan nilai-nilai ini membantu membangun etika usaha yang sehat dan meningkatkan kepercayaan konsumen di tengah persaingan pasar.
- f) Adaptasi terhadap Dinamika Pasar: Pelaku usaha harus mulai menyesuaikan diri dengan tuntutan konsumen modern yang menginginkan kemudahan akses informasi, transaksi digital, serta kualitas produk yang terjamin.

Secara keseluruhan, solusi ini bertujuan untuk mengubah pola pikir tradisional menjadi manajemen yang lebih profesional, inovatif, dan adaptif terhadap tantangan ekonomi modern. Untuk mengatasi masalah lemahnya sistem manajemen usaha pada UMKM Keramik Dinoyo yang selama ini masih bersifat tradisional, diperlukan transisi menuju pengelolaan yang lebih profesional, terstruktur, dan inovatif.

Beberapa kegiatan inti yang dilakukan dalam program pemberdayaan masyarakat ini difokuskan pada transformasi manajemen tradisional menjadi profesional melalui beberapa aksi nyata:

- a) Workshop Tata Kelola Keuangan: Mengedukasi mitra untuk memisahkan rekening pribadi dan usaha serta melakukan pencatatan transaksi secara sistematis agar kinerja keuangan dapat diukur secara akurat.
- b) Implementasi Prinsip Bisnis Syariah: Menanamkan nilai kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam praktik dagang untuk membangun kepercayaan konsumen jangka panjang.
- c) Pengembangan Unit usaha : Revitalisasi program workshop pembuatan keramik yang memungkinkan peserta (murid SD hingga Mahasiswa) menggambar langsung pada produk sesuai kreativitas mereka. Tim pengabdian membantu merancang alur kerja workshop agar lebih terorganisir bagi kelompok besar (seperti kunjungan sekolah).
- d) Digitalisasi Pemasaran: Mengubah pola pemasaran konvensional menjadi pemasaran digital. Pelaku usaha perlu didorong untuk memanfaatkan media sosial dan platform perdagangan digital guna memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat nasional dan internasional.

3.4. Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi dilakukan pada setiap tahap, mulai dari awal pencarian data, kunjungan, pelaksanaan kegiatan, termasuk saat workshop pembuatan kerajinan keramik melalui proses pengolahan tanah liat dengan teknik *slab*, proses pengecatan menggunakan bahan *food grade*, hingga interaksi peserta workshop di studio Lokakarya milik H. Syamsul Arifin.











KAMPOENG WISATA KERAMIK DINOYO

Ikon Kerajinan Kota Malang sejak puluhan tahun

Jl. M.T. Haryono XI-D
Dinoyo - Malang

KAMPOENG WISATA KERAMIK DINOYO

- ✓ Belajar
- ✓ Berkarya
- ✓ Berwisata
- ✓ Melestarikan Budaya

DESTINASI
WISATA EDUKASI

BELAJAR
MEMBUAT KERAMIK

MENGENAL
INDUSTRI KREATIF LOKAL

WISATA
KELUARGA

WISATA
SEKOLAH

WISATA
MAHASISWA

WISATA
KOMUNITAS

Ayo Berkunjung!

MENGENAL KERAMIK DINOYO

Keramik Dinoyo merupakan salah satu warisan industri kreatif sekaligus ikon Kota Malang yang telah dikenal luas sejak puluhan tahun lalu. Kampong Keramik Dinoyo menjadi pusat produksi berbagai kerajinan berbahan dasar tanah liat yang dipasarkan hingga berbagai daerah di Indonesia bahkan mancanegara.

Sebagai salah satu sentra industri keramik terbesar di Jawa Timur, Dinoyo telah melahirkan ribuan produk berkualitas mulai dari peralatan rumah tangga, souvenir, vas bunga, hiasan interior, hingga produk dekoratif bernilai seni tinggi.

TANTANGAN MASA KINI

Perkembangan teknologi, perubahan gaya hidup masyarakat, serta persaingan produk industri modern menyebabkan kejayaan industri keramik Dinoyo mengalami penurunan.

Namun demikian, kerajinan keramik tetap memiliki nilai budaya, nilai ekonomi, nilai seni, dan identitas lokal yang tidak tergantikan. Keindahan karya buatan tangan (handmade) justru menjadi daya tarik tersendiri di era modern.

MENGAPA HARUS BERKUNJUNG?

- ✓ Belajar proses pembuatan keramik dari tanah liat
- ✓ Mengenal sejarah industri keramik Kota Malang
- ✓ Praktik membuat keramik secara langsung
- ✓ Mengembangkan kreativitas
- ✓ Melatih motorik dan imajinasi
- ✓ Mengenal kewirausahaan berbasis budaya lokal
- ✓ Mendukung UMKH dan ekonomi kreatif
- ✓ Melestarikan warisan budaya bangsa

AYO MENJADI GENERASI PELESTARI KERAMIK DINOYO

Mari bersama menjaga, mengenal, mencintai, dan melestarikan warisan budaya Kota Malang.

Melalui Wisata Edukasi Keramik Dinoyo, generasi muda diharapkan mampu menjadi motor penggerak dalam menjaga keberlangsungan industri kreatif berbasis budaya lokal agar tetap hidup, berkembang, dan menjadi kebanggaan Indonesia.

Belajar dari tanah liat, berkarya dengan kreativitas, dan melestarikan budaya untuk masa depan.

SIAPA YANG BISA BERKUNJUNG?

TK

SD

SMP

SMA/SMK

Mahasiswa

Keluarga

Komunitas

Instansi

Wisatawan Umum

AYO BERKUNJUNG KE KAMPOENG WISATA KERAMIK DINOYO

Rasakan pengalaman membuat keramik secara langsung!

Belajar • Berkarya • Berwisata • Melestarikan Budaya

More Info :

Syamsul Arifin

Jl. MT. Haryono XI-D / Dinoyo - Kota Malang

0858 5274 4660

Pengabdian Kepada Masyarakat - Tahun 2026
Universitas Gajayana Malang

0823-3607-1352

BAB IV

HASIL DAN EVALUASI KEGIATAN

4.1. Transformasi Manajerial dan Operasional

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran mitra mengenai pentingnya perencanaan produksi. Salah satu temuan krusial adalah adanya *bottleneck* pada tahap pembakaran karena keterbatasan kapasitas tungku. Pendampingan diarahkan untuk mengelola antrean produksi agar lebih efisien dan tidak menghambat penyelesaian pesanan.

4.2. Akselerasi Pemasaran Digital melalui *Content Planning*

Tim pelaksana dari program pemberdayaan masyarakat ini berhasil menyusun *Content Planning* berbasis Excel yang memuat jadwal unggahan bulanan untuk Instagram dan TikTok. Konten yang dihasilkan kini lebih terarah, dengan fokus pada:

- a. Edukasi (*Workshop*): Menampilkan pengalaman kreatif murid-murid saat menggambar di keramik sebagai daya tarik utama bagi sekolah dan instansi pendidikan.
- b. *Behind the Scenes*: Memperlihatkan proses produksi tradisional yang memiliki nilai estetika tinggi untuk membangun *branding* sebagai produk lokal berkualitas.

4.3. Dampak Ekonomi dan Sosial

Integrasi antara produk fisik dan layanan workshop menciptakan nilai tambah (*added value*). UMKM kini tidak hanya menjual barang, tetapi juga menjual pengalaman kreatif, yang terbukti sangat diminati oleh kalangan anak muda dan masyarakat umum.

Berikut adalah rangkuman kesan yang paling menonjol dari para peserta:

- a. Sangat Edukatif & Interaktif: Peserta, terutama pelajar dan wisatawan, merasa antusias karena diajarkan langsung dari nol mulai dari sejarah keramik Dinoyo, teknik pembentukan (mencetak/memutar tanah liat), hingga proses pewarnaan.
- b. Dipandu Langsung Ahlinya: Bimbingan dari Bapak H. Syamsul Arifin (yang juga Ketua Pokdarwis dan Paguyuban Keramik) dinilai sangat ramah, sabar, dan komunikatif dalam membagikan ilmunya.
- c. Apresiasi Budaya Lokal: Peserta merasa kagum dengan warisan budaya dan proses pembuatan keramik yang memiliki nilai seni tinggi dan mendunia.
- d. Pengalaman Langsung (Hands-on): Pengalaman memegang dan membentuk tanah putih/kaolin sendiri memberikan kepuasan tersendiri, sehingga peserta merasa waktu berlalu dengan cepat saat mengikuti kegiatan ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Program PKM ini berhasil memberikan fondasi bagi penguatan kapasitas manajerial, akuntabilitas keuangan, dan digitalisasi pemasaran, serta menanamkan nilai-nilai bisnis syariah sebagai basis kepercayaan konsumen di UMKM Keramik Dinoyo. Peningkatan kapasitas tersebut mendorong mitra untuk lebih memahami pentingnya perencanaan usaha, pengelolaan keuangan yang tertib, serta pemanfaatan teknologi digital dalam memperluas jangkauan pemasaran. Selain itu, kegiatan pendampingan memberikan pengalaman praktis yang dapat langsung diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari sehingga meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengelola usahanya. Penguatan pemahaman terhadap prinsip-prinsip bisnis syariah juga diharapkan mampu membentuk budaya usaha yang lebih jujur, transparan, dan berorientasi pada keberlanjutan. Dengan demikian, hasil program ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga menjadi landasan bagi pengembangan usaha yang lebih profesional, berdaya saing, dan berkelanjutan di masa mendatang.

Penggunaan metode pembelajaran lapangan memungkinkan pelaku usaha melihat potensi aktivitas harian mereka sebagai aset promosi yang berharga. Unit usaha diidentifikasi sebagai motor penggerak baru yang mampu menarik minat generasi muda terhadap warisan budaya keramik. Melalui pendekatan ini, peserta memperoleh pengalaman langsung dalam mengemas proses produksi sebagai konten yang memiliki nilai edukatif sekaligus daya tarik komersial. Pemanfaatan aktivitas produksi sebagai media promosi juga diharapkan mampu meningkatkan citra produk, memperluas jangkauan pemasaran digital, serta memperkuat identitas Keramik Dinoyo sebagai produk unggulan daerah. Dengan demikian, kegiatan pembelajaran lapangan tidak hanya meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya lokal melalui pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

5.2. Saran

- a) Peningkatan Teknologi: Disarankan bagi mitra untuk mulai mempertimbangkan penggunaan mesin pengering agar proses produksi dan workshop tidak terhambat oleh kondisi cuaca.
- b) Kolaborasi Formal: Perlu adanya kerja sama formal dengan institusi pendidikan di Malang Raya untuk menjadikan workshop Usaha sebagai bagian dari kegiatan ekstrakurikuler atau kunjungan edukatif rutin.
- c) Perlunya memperhatikan aspek legalitas atau sertifikasi. Mengingat adanya penggunaan bahan *food grade*, mitra disarankan untuk mulai mengurus sertifikasi keamanan produk atau sertifikasi halal (jika relevan dengan prinsip syariah yang diusung) untuk meningkatkan nilai jual di pasar modern
- d) Keberlanjutan Digital: Pelaku usaha diharapkan konsisten menerapkan *content planning* yang telah disusun agar kehadiran merek di dunia digital tetap terjaga.
- e) Pembentukan tim kecil atau penunjukan admin khusus dari pihak mitra agar content planning tidak berhenti setelah pendampingan selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2024). *Kota Malang dalam angka 2024*. BPS Kota Malang.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tahun 2023*. Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2023). *E-commerce: Business, technology, society* (18th ed.). Pearson.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, V., & Arifin, A. (2019). *Islamic business management: Praktik manajemen bisnis yang sesuai syariah*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Yusuf, M., & Daris, L. (2019). *Analisis data penelitian: Teori dan aplikasi dalam bidang perikanan*. IPB Press.
- Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang. (2023). *Profil sentra industri keramik Dinoyo Kota Malang*.
- Pemerintah Kota Malang. (2023). *Kampung Wisata Keramik Dinoyo*. Pemerintah Kota Malang.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing* (8th ed.). Pearson.
- Ryan, D. (2021). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (5th ed.). Kogan Page.