

OPTIMALISASI PEMBERDAYAAN MITRA SB GALLERY: STRATEGI PENINGKATAN KELEMBAGAAN DAN PEMASARAN UMKM KERAJINAN REOG PONOROGO

Umi Isnatin¹, Lutfy Ditya Cahyanti², Bambang Styo Utomo³, Aziz Mustofa⁴
Universitas Darussalam Gontor umiisnatin@unida.gontor.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of the SB Gallery partnership empowerment program on institutional strengthening and marketing strategies for MSMEs in Reog Ponorogo crafts. The methods employed include training, mentoring, and providing tools and raw materials. The results indicate that the program successfully improved business management quality, product standards, and expanded market reach through digital platforms. With continued support, SB Gallery is expected to make a greater contribution to the preservation of Reog art and the growth of the creative economy in Ponorogo.

Keywords: Empowerment, MSMEs, Reog Ponorogo, Institutional, Marketing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak program pemberdayaan kemitraan SB Gallery terhadap penguatan kelembagaan dan strategi pemasaran UMKM kerajinan Reog Ponorogo. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, pendampingan, serta pemberian alat dan bahan baku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program ini berhasil meningkatkan kualitas manajemen usaha, standar produk, dan memperluas jangkauan pasar melalui platform digital. Dengan dukungan yang berkelanjutan, SB Gallery diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pelestarian seni Reog dan pertumbuhan ekonomi kreatif di Ponorogo.

Kata Kunci: Pemberdayaan, UMKM, Reog Ponorogo, Kelembagaan, Pemasaran

PENDAHULUAN

Reyog Ponorogo merupakan salah satu kesenian tradisional yang menjadi ciri khas Kabupaten Ponorogo dan telah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia maupun mancanegara.¹ Kesenian ini menjadi daya tarik utama dalam berbagai acara budaya, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Pemerintah Kabupaten Ponorogo telah mendaftarkan kesenian Reyog sebagai hak cipta milik Kabupaten Ponorogo untuk melindungi warisan budaya ini.² Reyog sendiri memiliki dua jenis utama, yaitu Reyog Obyog dan Reyog Festival, yang dibedakan berdasarkan garapan pertunjukannya.³

Kerajinan Reog Ponorogo memiliki peran penting dalam menjaga warisan budaya lokal sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. Sebagai salah satu seni tradisional yang menjadi identitas Ponorogo, Reog tidak hanya merepresentasikan kekayaan budaya, tetapi juga memberikan peluang usaha bagi pelaku ekonomi kreatif, seperti pengrajin topeng, kostum, dan aksesoris terkait. Produksi kerajinan ini melibatkan banyak tenaga kerja lokal, sehingga berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, kerajinan Reog juga memiliki potensi besar untuk dipasarkan secara nasional dan internasional, menjadikannya salah satu daya tarik budaya yang mendukung sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di daerah tersebut. Pelestarian dan pemberdayaan usaha kerajinan Reog Ponorogo tidak hanya melindungi nilai-nilai tradisi, tetapi juga memperkuat ekonomi lokal di tengah perkembangan zaman.

Sebagai salah satu warisan budaya yang khas, kesenian Reyog turut berkontribusi terhadap pengembangan sektor ekonomi kreatif di Ponorogo.⁴ Industri kerajinan Reyog, yang mencakup pembuatan perangkat seni dan atribut pendukung, memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri. Produk-produk kerajinan Reyog tidak hanya diminati oleh pasar lokal, tetapi juga berhasil menembus pasar internasional dengan ekspor ke negara-negara seperti Australia, Belgia, Jerman, Prancis, Jepang, Malaysia, Madagaskar, Hong Kong, Taiwan, Filipina, dan

¹ Moh Imam Mahmudin dkk., “Analisis Hak Kekayaan Intelektual Yang Melekat Pada Kesenian Reog Ponorogo Dalam Sengketa Kasus Hak Kekayaan Intelektual Dengan Malaysia,” *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2, no. 6 (30 Juni 2024): 410, <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i6.562>.

² Reza Adi Primawan dan Abraham Nurcahyo, “Peranan Mbah Wo Kucing Dalam Pelestarian Reog Dan Warok Di Kabupaten Ponorogo,” *AGASTYA: JURNAL SEJARAH DAN PEMBELAJARANNYA* 5, no. 01 (10 Januari 2015): 79, <https://doi.org/10.25273/ajsp.v5i01.896>.

³ Imam Gunawan dan Rina Tri Sulistyoningrum, “MENGGALI NILAI-NILAI KEUNGGULAN LOKAL KESENIAN REOG PONOROGO GUNA MENGELOMPOKAN MATERI KERAGAMAN SUKU BANGSA DAN BUDAYA PADA MATA PELAJARAN IPS KELAS IV SEKOLAH DASAR,” *Premiere Educandum : Jurnal Pendidikan Dasar Dan Pembelajaran* 3, no. 01 (2013): 52, <https://doi.org/10.25273/pe.v3i01.59>.

⁴ Ahmad Masrur Maulidy dkk., “Keberlanjutan Festival Nasional Reog Ponorogo: Analisis Perkembangan Saat Ini dan Potensi,” *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen* 14, no. 4 (1 Desember 2023): 320, <https://jurnalhost.com/index.php/jrem/article/view/156>.

Amerika Serikat.⁵ Keberhasilan ini menunjukkan potensi besar industri kerajinan Reyog dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Ponorogo sekaligus mempromosikan budaya Indonesia ke dunia internasional.⁶

Tabel 1. Data perkembangan UMKM di Kabupaten Ponorogo⁷

2020	2021	2022	2023
35.025	38.387	39.650	38.387

Salah satu pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) yang berfokus pada pembuatan kerajinan Reyog adalah SB Gallery (Siswo Bantarangin Gallery). Didirikan pada April 2014, SB Gallery menghasilkan produk-produk seperti topeng Reyog, perangkat barongan, dan atribut lainnya dengan kualitas yang terjaga. Namun, SB Gallery menghadapi sejumlah kendala yang membatasi perkembangan usahanya, di antaranya pemasaran yang masih manual, Penjualan saat ini hanya dilakukan secara langsung kepada grup-grup Reyog atau melalui pemesanan pribadi, dengan jangkauan yang masih terbatas pada wilayah Kabupaten Ponorogo. SB Gallery belum memiliki platform digital seperti website atau akun e-commerce untuk memasarkan produknya secara lebih luas. Selain itu kendala lainnya yaitu keterbatasan penyediaan bahan baku, produksi kerajinan Reyog memerlukan bahan baku khusus seperti kayu dadap dan bulu merak, yang ketersediaannya terbatas. Hal ini menjadi tantangan bagi keberlanjutan produksi. Serta SB Gallery juga memiliki kendala lainnya yaitu fasilitas produksi yang sederhana, kegiatan produksi masih dilakukan secara manual dengan memanfaatkan ruang keluarga sebagai tempat kerja. Walaupun SB Gallery telah memiliki galeri untuk memajang produknya, fasilitas produksi yang terbatas menjadi kendala dalam meningkatkan kapasitas dan efisiensi kerja.

Dengan latar belakang ini, diperlukan upaya strategis untuk membantu SB Gallery mengatasi permasalahan yang ada, baik melalui peningkatan kapasitas produksi, pengelolaan usaha, maupun perluasan jangkauan pemasaran. Program pengembangan berbasis pendampingan, pelatihan, dan penerapan teknologi tepat guna diharapkan dapat mendorong pertumbuhan usaha SB Gallery sehingga mampu berkontribusi lebih besar terhadap pelestarian kesenian Reyog Ponorogo dan peningkatan ekonomi masyarakat lokal.

⁵ Maryono Maryono, “REOG KEMASAN SEBAGAI ASET PARIWISATA UNGGULAN KABUPATEN PONOROGO (The Packes Reog as the High Tourism of Ponorogo Residence),” *Harmonia: Journal of Arts Research and Education* 8, no. 2 (Agustus 2007): 158–68.

⁶ Najib Zamroni, “ANALISIS KELAYAKAN ASPEK FINANSIAL DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PENGRAJIN REYOG PASCA DIBANGUNNYA SENTRA INDUSTRI DI KABUPATEN PONOROGO,” *JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN*, 3 Februari 2021, <http://eprints.umpo.ac.id/6689/>.

⁷ “Miliki Resiliensi yang Tinggi, UMKM Ponorogo Terus Tumbuh,” Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur, diakses 24 November 2024, <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/miliki-resiliensi-yang-tinggi-umkm-ponorogo-terus-tumbuh>.

Tabel 2. Permasalahan Mitra 3 yaitu UMKM SB Galery”

Permasalahan	Solusi	Target Luaran
1. Tata kelola Manajemen yang dilakukan masih sederhana: pembukuaan keuangan dan tenaga kerja. ⁸	Pelatihan manajemen keuangan Dan manajemen tenaga kerja	Kemampuan mitra terkait pengelolaan manajemen IRT_UMKM menjadi lebih baik.: Manajemen keuangan Manajemen produksi Manajemen tenaga kerja
2. Peningkatan Mutu dan Kapasitas Produksi Keterbatasan pada bahan baku Kayu dadap, ekor sapi, bulu merak	FGD dengan Dinas dinas kehutanan Memberikan bantuan alat modern	Meningkatkan kualitas produk sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli Dampak kepada mitra bisa meningkatkan penjualan
3. Strategi Pemasaran Jangkauan pemasaran masih di Kabupaten Ponorogo, dengan pemasaran yang dilakukan melalui offline dan online dengan menggunakan media sosial whatsapp dan facebook. ⁹	FGD dengan dinas Pariwisata untuk kegiatan promosi produksi/pemasaran. Melakukan pendampingan guna untuk memperluas jangkaun pasar.	Mitra mampu memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran online. Meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan.

Tabel 3. Manfaat yang diterima oleh mitra

Aspek	Mitra 3 - Siswo Bantarangin (SB) Gallery
Tata kelola dan kelembagaan	Tersusun struktur organisasi yang memadai Terbit merk dagang SB Gallery
Peningkatan mutu	Diperoleh peningkatan kualitas dan kuantitas

⁸ Nirmala Nirmala dkk., “Manajemen Usaha Rumahan di Masa Pandemi,” *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* 2, no. 4 (23 Juni 2022): 1161, <https://doi.org/10.54082/jamsi.388>.

⁹ Rahmatul Jannatin Naimah dkk., “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM,” *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2, no. 2 (9 Agustus 2020): 119–30, <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>.

dan kapasitas produksi	produksi
Pengembangan bisnis & pemasaran	Terjual produk di e-marketplace

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian kepada UMKM dengan melibatkan 5 mahasiswa dari Prodi Teknologi Industri Pertanian, Ilmu Komunikasi, Manajemen, Hukum Ekonomi Syariah, dan Teknik Informatika. Pelatihan dan pendampingan yang akan dilakukan sesuai dengan tema yang sudah ditentukan akan melibatkan semua mahasiswa. Berikut tahapan yang akan dilakukan:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dalam pelaksanaan pengabdian kepada UMKM SB Gallery dilakukan melalui Focus Group Discussion (FGD) antara tim pengabdian dan mitra. Diskusi ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM, seperti kendala dalam manajemen usaha, pemasaran produk, serta akses ke sumber daya yang dibutuhkan. Selain itu, dalam FGD ini juga dibahas berbagai solusi yang akan diberikan melalui pendampingan. Pendampingan difokuskan pada peningkatan manajemen usaha, termasuk manajemen operasional, keuangan, dan sumber daya manusia, serta strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar produk SB Gallery. Kegiatan ini menjadi landasan untuk merancang program pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mitra, sehingga pelaksanaan pengabdian dapat berjalan efektif dan memberikan dampak nyata bagi pengembangan usaha.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dimulai dengan kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan pada Minggu, 3 November 2024, di Universitas Darussalam Gontor. Sosialisasi ini dihadiri oleh pemilik SB Gallery, tim pengabdian yang terdiri dari 7 orang, dan 5 mahasiswa. Materi yang disampaikan mencakup tata kelola kelembagaan, peningkatan kualitas mutu produksi, dan strategi pemasaran. Acara dimulai dengan sambutan dari Ketua Pengusul, Wakil Rektor 1, Wakil Rektor 2, Kepala LPM, dan Kepala LPI Universitas Darussalam Gontor. Dalam sambutannya, Ketua Pengusul menyampaikan bahwa SB Gallery akan menerima bantuan berupa hibah peralatan dan bahan untuk mendukung kegiatan produksi kerajinan reog. Selain itu, mitra juga akan mendapatkan pelatihan dan pendampingan yang mencakup strategi pemasaran serta penggunaan platform e-commerce seperti Shopee untuk memperluas pemasaran produk.

Durasi setiap sesi pelatihan adalah sekitar 3-4 jam, dimulai pukul 08.00 dan berakhir pukul 11.30. Mitra SB Gallery aktif berpartisipasi dalam setiap pelatihan, termasuk menyimak materi, bertanya untuk memperjelas konsep yang belum dipahami, serta mempraktikkan pengetahuan yang diperoleh. Pelatihan dilaksanakan seminggu sekali dengan jadwal yang berbeda-beda sesuai kebutuhan materi yang diajarkan, seperti pengelolaan bahan baku, proses produksi, dan strategi pemasaran berbasis digital.

Universitas Darussalam Gontor berharap mitra SB Gallery dapat berkontribusi secara aktif, terutama dalam meningkatkan manajemen bahan baku dan efisiensi produksi kerajinan reog. Pendampingan secara berkala juga direncanakan untuk memastikan keberlanjutan program ini. Pada akhir sosialisasi, dosen melakukan evaluasi dan meminta masukan dari peserta untuk menentukan pendekatan pendampingan yang lebih efektif di masa mendatang.

Selanjutnya, pelatihan-pelatihan difokuskan pada dua bidang utama:

a. Strategi Pemasaran

Pelatihan ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran SB Gallery yang sebelumnya hanya dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp dan Facebook. Dengan melakukan diskusi bersama Dinas Pariwisata, solusi promosi dan pemasaran lebih luas dapat dirumuskan. Salah satu pelatihan penting adalah penggunaan platform e-commerce seperti Shopee untuk meningkatkan pemasaran produk. Materi disampaikan oleh dosen yang memiliki keahlian di bidang pemasaran digital.

b. Manajemen Operasional dan SDM

Pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas manajemen SB Gallery dalam hal pengelolaan keuangan, produksi, dan tenaga kerja. Materi meliputi pencatatan keuangan yang sistematis, efisiensi proses produksi, dan pengelolaan sumber daya manusia yang efektif. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu mitra meningkatkan kualitas tata kelola usaha mereka secara menyeluruh.

Melalui pelatihan dan pendampingan ini, diharapkan mitra SB Gallery tidak hanya mampu memperluas pasar tetapi juga memperkuat manajemen internal usaha untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan.

3. Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan mencakup dua aspek utama, yaitu monitoring dan penyusunan laporan hasil kegiatan.

a. Monitoring Internal dan Eksternal

Monitoring akan dilaksanakan dalam dua tahap. Tahap pertama adalah monitoring internal yang dilakukan oleh Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPM) dan Lembaga Penelitian dan Inovasi (LPI) Universitas Darussalam Gontor untuk memastikan seluruh kegiatan pengabdian berjalan sesuai rencana. Tahap kedua adalah monitoring dan evaluasi (monev) eksternal yang dilakukan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (KEMENDIKBUDRISTEK) untuk menilai capaian kegiatan berdasarkan indikator kinerja yang telah ditetapkan.

b. Pelaporan

Pelaporan kegiatan mencakup berbagai aspek penting, yaitu:

- 1) Catatan Harian, dokumentasi rutin mengenai proses pelaksanaan kegiatan, mencakup aktivitas harian, kemajuan pelaksanaan, serta kendala yang dihadapi.
- 2) Laporan Keuangan, pencatatan rinci penggunaan anggaran untuk memastikan akuntabilitas dan transparansi dana yang digunakan.
- 3) Laporan Luaran Wajib dan Tambahan, berisi capaian yang sesuai dengan target luaran kegiatan, seperti publikasi hasil, peningkatan kapasitas mitra, atau output lain yang relevan. Laporan ini juga mencakup luaran tambahan yang berhasil dicapai selama program pengabdian berlangsung.

Tahap ini bertujuan untuk memberikan gambaran lengkap mengenai pelaksanaan, capaian, dan evaluasi kegiatan pengabdian kepada UMKM mitra, serta menjadi bahan rujukan untuk perbaikan di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi diadakan pada mitra SB Gallery dengan tujuan untuk memberikan informasi terkait Program Pembinaan IRT-UM Tahun 2024, yang dirancang untuk mendorong pertumbuhan ekonomi rakyat, khususnya di sektor Industri Rumah Tangga (IRT) dan Usaha Mikro. Program ini bertujuan untuk memperkuat tata kelola dan kelembagaan, meningkatkan mutu dan kapasitas produksi, serta mengembangkan bisnis dan pemasaran bagi IRT-UM. Pengembangan tersebut difokuskan pada tiga aspek utama: tata kelola kelembagaan, peningkatan mutu dan kapasitas produksi, serta pengembangan bisnis dan pemasaran. Kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh Mitra SB Gallery, Wakil Rektor 1, Wakil Rektor 2, Kepala Lembaga Pengabdian Masyarakat, Kepala Lembaga Penelitian dan Inovasi, serta Tim Pengabdian, yang bersama-

sama berdiskusi dan berbagi wawasan mengenai program ini dan potensi pengembangan usaha mitra.



Gambar 1. Sosialisasi Program IRT-UM pada Mitra SB Gallery

Pelatihan strategi peningkatan kuantitas dan kualitas produk dilaksanakan pada mitra SB Gallery dengan tujuan untuk meningkatkan mutu dan kapasitas produksi. Pelatihan ini mencakup perbaikan teknik produksi, peningkatan kualitas dan keamanan produk, serta penerapan inovasi dan teknologi tepat guna. Melalui pelatihan ini, mitra diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan memenuhi standar yang lebih tinggi.



Gambar 2. Mitra sedang melakukan proses produksi kerajinan reyog

SB Gallery menghasilkan berbagai produk terkait seni Reyog, termasuk seperangkat alat Reyog seperti reog, topeng Bujang Ganong, kendang, terompet, pecut, dan jatilan. Namun, produksi di SB Gallery dilakukan berdasarkan pesanan, yang disebabkan oleh keterbatasan bahan baku dan peralatan yang ada. Untuk itu, dengan pendampingan dari Program IRT-UM, mitra mendapatkan bantuan peralatan dan bahan baku, yang memungkinkan mereka untuk terus berproduksi secara kontinyu. Sebagai bagian dari bantuan tersebut, SB Gallery menerima alat

penunjang kegiatan usahanya, seperti mesin senso (pemotong kayu), mesin gerinda, mesin bor, serta peralatan untuk tatah dan ukir, yang diharapkan dapat mempercepat proses produksi dan meningkatkan efisiensi kerja.

Gambar 3. Bantuan peralatan (Mesin Gergaji senso, Mesin Gerinda, Mesin Bor, Seperangkat alat tatah,ukir)

Dalam pembuatan kerajinan Reog, terdapat beberapa bahan utama yang diperlukan untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Bahan-bahan utama tersebut antara lain:

- a. **Rengkek (kerangka reog):** Merupakan bagian utama yang digunakan sebagai tempat untuk menempelkan bulu merak pada reog. Rengkek ini biasanya terbuat dari bahan yang kuat dan kokoh untuk menopang beban topeng dan aksesoris lainnya.
- b. **Kayu Dadap:** Digunakan sebagai bahan baku untuk pembuatan topeng, terutama topeng Barongan yang menjadi salah satu ciri khas dari Reog Ponorogo. Kayu dadap dipilih karena sifatnya yang mudah dibentuk dan cukup kuat untuk menghasilkan topeng dengan detail yang halus.
- c. **Bulu Merak:** Digunakan untuk menghias dan mempercantik tampilan reog. Bulu merak ini diikat pada rengkek untuk menciptakan efek visual yang menarik dan memukau dalam pertunjukan Reog.
- d. **Aksesoris Lain:** Berbagai aksesoris lainnya seperti kendang, terompet, pecut, dan jatilan juga merupakan bagian penting dalam pembuatan kerajinan reog, yang memberikan sentuhan akhir pada kesenian tersebut, baik dalam hal estetika maupun fungsi dalam pertunjukan.

Bahan-bahan tersebut sangat penting dalam memastikan kualitas dan daya tarik visual dari kerajinan Reog Ponorogo yang diproduksi.



Gambar 4. Bahan utama pembuatan reog

Pelatihan yang dilakukan pada mitra SB Gallery bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran produk kerajinan Reog, tidak hanya terbatas pada wilayah Kabupaten Ponorogo, tetapi juga ke pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional. Pemasaran dilakukan melalui saluran offline dan online, memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook untuk mempromosikan produk. Salah satu langkah yang diambil dalam memperluas jangkauan pasar adalah melalui diskusi dan FGD dengan Dinas Pariwisata terkait strategi promosi dan pemasaran. Dalam pelatihan tersebut, mitra diberikan pendampingan agar dapat memaksimalkan platform e-commerce seperti Shopee untuk pemasaran produk mereka. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam memanfaatkan teknologi digital, sehingga mereka dapat memperkenalkan produk mereka lebih luas dan meningkatkan penjualan. Pemateri dalam pelatihan ini adalah dosen dengan keilmuan terkait, yang akan membimbing mitra dalam memanfaatkan berbagai alat pemasaran digital yang efektif.



Gambar 5. Pelatihan Penggunaan akun Shopee untuk pemasaran.

Pelatihan kelembagaan pada SB Gallery difokuskan pada lima langkah strategis untuk meningkatkan usaha pelaku UMKM, yaitu: 1) Peningkatan kualitas kelembagaan, 2) Memfasilitasi peningkatan kualitas SDM, 3) Meningkatkan kualitas produksi, 4) Penguatan akses permodalan, dan 5)

Perluasan akses pemasaran. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan daya jual produk yang dipasarkan oleh pelaku UMKM, dengan salah satu fokus utama adalah pada pengemasan produk yang baik dan benar. Pengemasan yang tepat dapat meningkatkan nilai jual produk, menarik minat konsumen, dan menjaga kualitas produk selama proses penjualan hingga pengiriman.

Selain itu, pelatihan manajemen ini juga dirancang untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia UMKM di Kabupaten Ponorogo, agar pelaku usaha dapat mengelola pembukuan dan laporan keuangan dengan baik, serta menerapkan sistem pengelolaan keuangan yang sehat dan efisien. Dengan pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat mengembangkan usaha mereka, menumbuhkan jiwa wirausaha, dan memperbaiki sistem manajerial dalam usahanya.



Gambar 6. Pelatihan kelembagaan SB Gallery

Narasumber dalam pelatihan ini menekankan pentingnya pengemasan produk yang baik, karena dengan pengemasan yang tepat, produk akan terlindungi dengan baik, kualitasnya tetap terjaga, dan produk akan terlihat lebih menarik di mata konsumen. Pelatihan ini juga melibatkan kegiatan games untuk menstimulasi pemahaman pelaku UMKM dalam melakukan branding pada kemasan produk mereka. Diharapkan, dengan keikutsertaan dalam pelatihan packaging ini, pelaku UMKM SB Gallery dapat bersaing dengan produk-produk ternama di pasar, dengan dukungan penuh dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur yang menyediakan berbagai fasilitas dan dukungan agar UMKM dapat lebih sinergis dan inovatif dalam mengembangkan usaha mereka.

Pelatihan Manajemen Keuangan merupakan bagian dari serangkaian kegiatan Optimasi Kemitraan yang dilaksanakan di Universitas Darussalam Gontor. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah untuk mengembangkan keterampilan sumber daya manusia (SDM) mitra dalam menyusun anggaran, melakukan analisis laporan keuangan, serta mengelola arus kas dengan lebih efektif. Pelatihan ini juga bertujuan untuk mendorong terjalinnya kerjasama yang lebih baik antara mitra melalui pemahaman bersama mengenai aspek keuangan dalam operasional usaha. Dengan dilaksanakannya pelatihan ini, diharapkan mitra

dapat mengelola keuangan usaha mereka dengan lebih efisien dan terstruktur, yang pada gilirannya dapat meningkatkan efektivitas dan kelancaran operasional usaha, serta mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Program pemberdayaan yang dilaksanakan memberikan dampak signifikan terhadap mitra SB Gallery. Salah satu hasilnya adalah tersusunnya struktur organisasi yang memadai, yang membantu mitra dalam pengelolaan usaha secara lebih terorganisasi dan efisien. Selain itu, merek dagang "SB Gallery" berhasil diterbitkan, memberikan identitas bisnis yang lebih profesional dan meningkatkan daya saing produk. Dalam aspek produksi, terdapat peningkatan kualitas dan kuantitas, yang mencerminkan efisiensi serta inovasi dalam proses pembuatan kerajinan reog. Dampak lainnya adalah keberhasilan mitra dalam memasarkan produknya melalui platform e-marketplace, yang membuka akses ke pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan. Kombinasi hasil ini menunjukkan penguatan kelembagaan, keberlanjutan usaha, dan pertumbuhan ekonomi kreatif yang didukung oleh program pemberdayaan.

Tabel 4. Data Pendapatan (gross revenue) per kuartal pada Januari 2021 - Agustus 2024 dalam juta Rp (Sebelum ada pendampingan)

MITRA GALLERY	SB	Q1 2021	Q2	Q3 2022	Q4	Q5 2023	Q6	Q7 2024	Q8	RATA- RATA
		15.00	15.00	15.00	15.00	30.00	30.00	30.00	30.00	22.00
Q1 = Jan-Juni			Q4 = Juli – Des				Q7 = Jan – Jun			
Q2 = Juli-Des			Q5 = Jan-Juni							
Q3 = Jan- Juni			Q6 = Juli – Des							

Tabel 5. Data Jumlah Produksi SB Gallery” setelah pendampingan

MITRA 3	Bulan November 2024			
	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
UMKM SB GALLERY	28	56	56	70
Peningkatan dari sebelum menggunakan alat (persen)	30 %	30%	50%	50%

SIMPULAN

Program pemberdayaan mitra SB Gallery melalui penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas produksi, dan strategi pemasaran telah memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha UMKM kerajinan Reog Ponorogo. Melalui serangkaian pelatihan, pendampingan, dan pemberian bantuan alat serta bahan baku, SB Gallery berhasil meningkatkan kualitas tata kelola usaha, mutu produk, dan memperluas jangkauan pemasaran hingga ke platform digital.

Langkah-langkah strategis seperti pelatihan penggunaan e-commerce, manajemen keuangan, dan pengemasan produk yang lebih menarik telah membuka peluang bagi mitra untuk bersaing di pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional. Dengan dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak, diharapkan SB Gallery dapat terus berkembang, berkontribusi pada pelestarian kesenian Reog, dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Ponorogo.

DAFTAR RUJUKAN

- Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur. "Miliki Resiliensi yang Tinggi, UMKM Ponorogo Terus Tumbuh." Diakses 24 November 2024. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/miliki-resiliensi-yang-tinggi-umkm-ponorogo-terus-tumbuh>.
- Gunawan, Imam, dan Rina Tri Sulistyoningrum. "MENGGALI NILAI-NILAI KEUNGGULAN LOKAL KESENIAN REOG PONOROGO GUNA MENGEMBANGKAN MATERI KERAGAMAN SUKU BANGSA DAN BUDAYA PADA MATA PELAJARAN IPS KELAS IV SEKOLAH DASAR." *Premiere Educandum: Jurnal Pendidikan Dasar Dan Pembelajaran* 3, no. 01 (2013). <https://doi.org/10.25273/pe.v3i01.59>.
- Mahmudin, Moh Imam, Diana Putri Natalia, Nabila Fairuzzahra, Gabriel Ofellius, dan Sindu Adi Dewanto. "Analisis Hak Kekayaan Intelektual Yang Melekat Pada Kesenian Reog Ponorogo Dalam Sengketa Kasus Hak Kekayaan Intelektual Dengan Malaysia." *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2, no. 6 (30 Juni 2024): 409–13. <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i6.562>.
- Maryono, Maryono. "REOG KEMASAN SEBAGAI ASET PARIWISATA UNGGULAN KABUPATEN PONOROGO (The Packes Reog as the High Tourism of Ponorogo Residence)." *Harmonia: Journal of Arts Research and Education* 8, no. 2 (Agustus 2007): 158–68.
- Maulidy, Ahmad Masrur, Bambang Suharto, Moh Ali, Luh Putu Gita, dan Qatrunnada Lestari. "Keberlanjutan Festival Nasional Reog Ponorogo: Analisis Perkembangan Saat Ini dan Potensi." *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen* 14, no. 4 (1 Desember 2023). <https://jurnalhost.com/index.php/jrem/article/view/156>.
- Naimah, Rahmatul Jannatin, Muhammad Wahyu Wardhana, Rudi Haryanto, dan Agus Pebrianto. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM." *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2, no. 2 (9 Agustus 2020): 119–30. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>.
- Nirmala, Nirmala, Andhi Johan Suzana, Ginanjar Adi Nugraha, Ady Achadi, Dian Safitri Pantja Koesoemasari, dan Zumaeroh Zumaeroh. "Manajemen Usaha Rumahan di Masa Pandemi." *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* 2, no. 4 (23 Juni 2022): 1159–68. <https://doi.org/10.54082/jamsi.388>.
- Primawan, Reza Adi, dan Abraham Nurcahyo. "Peranan Mbah Wo Kucing Dalam Pelestarian Reog Dan Warok Di Kabupaten Ponorogo." *AGASTYA: JURNAL SEJARAH DAN PEMBELAJARANNYA* 5, no. 01 (10 Januari 2015): 67–98. <https://doi.org/10.25273/ajsp.v5i01.896>.
- Zamroni, Najib. "ANALISIS KELAYAKAN ASPEK FINANSIAL DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PENGRAJIN REYOG PASCA

DIBANGUNNYA SENTRA INDUSTRI DI KABUPATEN PONOROGO.” *JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN*, 3 Februari 2021. <http://eprints.umpo.ac.id/6689/>.