

## BAB IV PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Kerajinan Ukir

#### 1. Asal Mula Seni Ukir Kaligrafi di Jati Prestasi

Berdirinya kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi ini berawal dari kedua orang Bapak Yanuar yang mendirikan desain interior, karena dulunya Jati Prestasi memproduksi bidang desain interior yang di kelola kedua orang tua Bapak Yanuar. Dulunya Bapak Yanuar sebatas membantu memasarkan apa yang diproduksi kedua orangnya. Dengan mengikuti perkembangan zaman yang begitu pesat dan perkembangan yang dihadapi desain interior yang sudah semakin menurun membuat Jati Prestasi beralih ke kerajinan ukir kaligrafi yang sekarang ini dipegang oleh Bapak Yanuar dikarenakan kedua orang tuanya sudah sepuh dan tidak kuat lagi untuk mengoperasikan Jati Prestasi. Industri ukir kaligrafi ini merupakan sebagian dari bentuk terobosan terbaru yang sudah mulai berkembang dengan harganya yang lumayan dan membuat UMKM Jati Prestasi ini mampu mempertahankan usahanya dan berkembang semakin baik. Sebab jika UMKM Jati Prestasi masih dibidang desain interior yang membutuhkan tempat yang luas dan memakan tempat untuk penyimpanan serta proses produksi, UMKM Jati Prestasi perlunya modal yang cukup banyak. Selain itu Bapak Yanuar diberikan nasehat dari kedua orang tuanya untuk menjalankan usahanya dibidang kerajinan ukir kaligrafi, meskipun Bapak Yanuar basisnya ke desain interior tetapi dengan semangatnya dan dukungan yang diberikan karyawannya, Jati Prestasi mampu bertahan sampai sekarang ini. Usaha kerajinan ukir kaligrafi ini sudah dirintis sejak tahun 2015 sehingga sudah berjalan sekitar 5 tahunan, dengan total sumber daya manusia sekitar 27 orang dengan jobdesk yang berbeda-beda sesuai dengan keahlian yang dimiliki sumber daya manusia diharapkan mampu dalam membantu proses berkembangnya Jati Prestasi.

#### 2. Kondisi UMKM di Jati Prestasi

Jepra dikenal sebagai kota ukir atau *“the world carving centre”* dimana seni ukir ini identik dengan ukiran kayunya. Ukir adalah karya seni yang memiliki ragam hias yang terdiri dari berbagai motif yang indah. Popularitas pusat industri ukir telah menjangkau hingga tingkat nasional

dan internasional. Melalui peran R.A Kartini seni ukir Jepara semakin berkembang yang bermula dari kerajinan tangan menjadi industri kerajinan yang membuat Jepara mendapatkan julukan sebagai kota ukir. Produk ukiran Jepara telah dikenal sejak lama dan menembus perdagangan dunia. Pemerintah Kabupaten Jepara telah memperkuat identitas daerah sebagai pusat ukiran dunia dengan melakukan pemetaan dan pengembangan potensi unggulan daerah. Pemetaan ini dilakukan dengan tujuan untuk menarik para pembeli dari luar negeri dan investor datang ke Jepara untuk menjalin hubungan bisnis. Masyarakat Jepara mayoritas matapencahariannya adalah sebagai pengrajin ukir kayu. Perkembangan seni ukir Jepara tidak terlepas dari peran pengrajin seni ukir. Pengrajin ini adalah pelaku yang dapat menuangkan ide dan gagasan agar menjadi sebuah kerajinan, dari itu pengrajin dapat menghasilkan karya yang dapat berupa karya seni atau desain-desain yang nantinya dapat dikembangkan menjadi produk kerajinan.

Kondisi Kerajinan Ukir Kaligrafi Jati Prestasi sebelum adanya pandemi covid-19 mengalami kestabilan dalam melakukan segala hal, dari pemasaran, penjualan, produksi, dan lainnya. Semenjak tahun 2020 kondisi kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi mengalami tidakstabilan dari penjualannya, karena tahun 2020 pandemi covid-19 mulai menyebar ke Indonesia yang mengakibatkan aktivitas penjualan di kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi mengalami pasang surut. Semenjak itu pendapatan yang didapatkan kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi tidak tetap. Aktivitas penjualan sudah beralih ke media sosial semuanya, dan saat itu kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi mulai merasa khawatir atas keberlangsungan usaha bisnisnya, antara gulung tikar atau tetap bertahan. Sebagai pemilik kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi, Bapak Yanuar tidak tinggal diam saja, tetapi tetap terus melakukan perkembangan, tentang bagaimana usaha yang dijalankan terus bertahan, sehingga karyawan yang bekerja di Jati Prestasi tetap bisa memenuhi kebutuhan sehari-harinya dikeluarga mereka. Salah satu cara yang dilakukan Jati Prestasi adalah dengan memperkuat sistem informasi, dan mengembangkan kualitas produk dengan cara meningkatkan inovasi dan kreativitas dari karyawannya yang mempunyai keterampilan dalam mengukir. Meskipun saat itu banyak kaum muda yang tidak

tertarik dengan kerajinan ukir, Bapak Yanuar tetap mengandalkan sumber daya manusia yang beliau miliki, meskipun dirasa ada kekhawatiran tetapi Bapak Yanuar terus melakukan pengembangan serta peningkatan dalam mempertahankan usaha bisnisnya. Kekhawatiran yang dihadapi Jati Prestasi tidak hanya terhenti disitu saja, tetapi banyaknya pesaing ukiran kayu yang berada di Jepara, mengakibatkan persaingan bisnis yang ketat. Persaingan bisnis ini memang ketat ditambah bidang yang ada di Jepara adalah industri ukiran yang termasuk bergerak dibidang yang sama. Tak heran jika Jati Prestasi terus melakukan peningkatan inovasi dan kreatifitas yang dilakukan di usaha bisnisnya. Selain itu, perkembangan teknologi terus dipelajari dan dikuasai agar Jati Prestasi tidak pernah ketinggalan dalam melakukan pemasaran dan promosi lewat media sosial. Adapun keuntungan yang didapat jika melakukan pembelian kerajinan ukir kaligrafi di Jati Prestasi, yaitu di Jati Prestasi menyertakan garansi, jika ada pelanggan yang memeli. Hal tersebut dikarenakan, pada saat produk yang sudah diantar dan di tengah perjalanan atau yang sudah berada ditempat pembeli produk tersebut mengalami kecacatan/kerusakan, dengan demikian, Jati Prestasi dengan siap untuk memperbaiki dari kerusakan tersebut. Sehingga tak heran jika pendapatan yang didapatkan dari hasil penjualan kerajinan ukir kaligrafi tersebut mengalami peningkatan, kecuali pada masa pandemi covid-19.

### 3. Visi dan Misi Kerajinan Ukir di Jati Prestasi

Visi merupakan serangkaian kata yang menunjukkan harapan, nilai inti dan cita-cita perusahaan yang ingin dicapai. Sedangkan misi merupakan langkah yang harus di tempuh dalam meraih visi usaha yang dijalankan. Tidak adanya visi dan misi, perusahaan tidak mungkin berjalan dengan baik sesuai dengan alur perusahaan tersebut, sehingga dapat terkalahkan oleh kompetitor. Visi dan misi sangat penting bagi perusahaan dalam memudahkan berjalannya rangkaian aktivitas usaha agar berjalan sesuai dengan tahapan yang terarah. Visi serta misi kerajinan ukir di Kabupaten Jepara sebagai berikut:

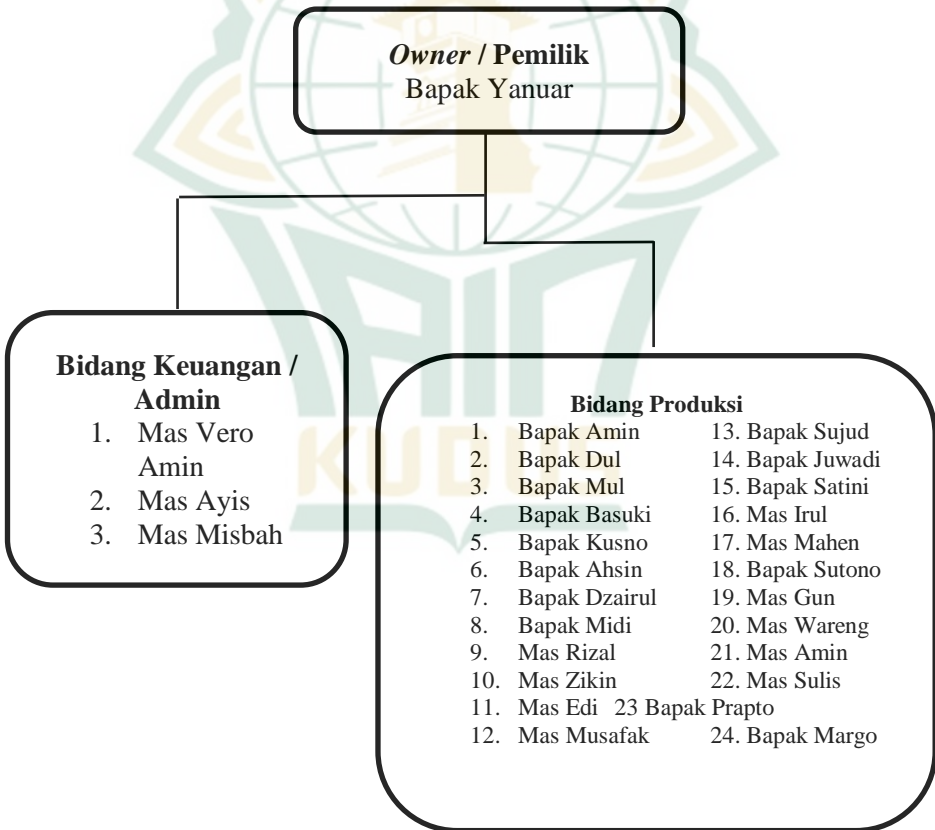
**Visi:** Menciptakan produk-produk unggulan dan membangun jiwa kewirausahaan islami dalam menjadi pengrajin.

**Misi:**

- a. Membangun inovasi untuk menghasilkan kreatifitas desain produk yang berguna untuk pelanggan.
- b. Memperhatikan kualitas produk dan mutu sebagai nilai tanggung jawab pelayanan terbaik.
- c. Memelihara kelestarian budaya yaitu kerajinan kayu.
- d. Mengikuti expo dagang didalam negeri maupun diluar negeri yang tepat dengan biaya yang terjangkau oleh produsen dan pengrajin Indonesia.

**4. Struktur Organisasi**

**Tabel 6.1**  
**Tabel Struktur Organisasi**



## 5. Lokasi Penelitian

Secara Geografis Kerajinan Ukir Kaligrafi Jati Prestasi terletak di Jl. Pemuda No. 83 Jepara Jawa Tengah.

## 6. Bahan Baku dan Peralatan Pembuatan Kerajinan Ukir Kaligrafi Jati Prestasi

Kualitas produk yang baik dan bagus dihasilkan dari sarana dan prasarana yang memadai seperti, peralatan serta bahan yang dipakai. Jika kualitas kerajinan Ukir Kaligrafi Jati Prestasi bagus, maka pelanggan akan merasakan puas dan senang

Peralatan dan bahan yang dipakai produksi Kerajinan Ukir Kaligrafi Jati Prestasi, sebagai berikut:

- a. Bahan Baku
  1. Kayu Jati
  2. Kayu Kering
  3. Kayu Mahoni
- b. Peralatan
  1. Paku
  2. Meteran
  3. Sikat yang terbuat dari ijuk
  4. Pensil atau pena
  5. Jangka kain perci
  6. Batu asah
  7. Pahat ukir palu atau ganden

Tatah atau pahat ukir yang dipakai sebanyak 36 buah, yang terdiri dari :

- a. Tatah kuku 20 buah.
- b. Tatah lurus 10 buah.
- c. Tatah setengah bulatan 5 buah.
- d. Tatah miring 1 buah.

## 7. Pembuatan Kaligrafi

- a. Penyiapan bahan.

Sebelum masuk dalam proses pembuatan dilakukan dan di mulai dengan mempersiapkan bahan baku. Kualitas kerajinan ukir ditentukan pada pemilihan bahan baku yang baik dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan pada kerajinan ukir kaligrafi. Sehingga kerajinan tersebut memiliki keindahan dan keunikan tersendiri. Selanjutnya kayu yang sudah disiapkan kemudian dipecah dan dibelah membentuk papan sesuai dengan ukuran desain.

b. Pembuatan seket atau mal.

Pembuatan mal ini digunakan untuk mempermudah pembuatan kerajinan ukir, dimulai membuat sket dikertas tipis atau kertas minyak yang sesuai ukuran desain yang dibuat. selanjutnya sket ditoreh, dilubangi seta dipotong sesuai dengan bentuk desain, kemudian ditempel diatas kayu.

- 1.) Ngemal merupakan kegiatan melekatkan sket yang sudah dilubangi ke papan yang akan digunakan kemudian menggoreskan spidol seperti alur desain ukir.
- 2.) Bentuk Global yakni membuat bentuk-bentuk, pembuatan bentuk global ini dilakukan dengan cara memotong dan melubangi celah-celah bentuk pada bagian kayu papan menggunakan sarana gergaji tangan dan bor mesin.
- 3.) Bentuk detail merupakan tahapan dalam membuat detail dari kerajinan ukir yang dilakukan dengan menggunakan berbagai jenis pahat serta pengotok atau palu kayu.
- 4.) Ngerot merupakan masih dalam proses membuat bentuk detail yang halus, sarana yang digunakan berupa pisau kecil atau pemutik yang dikombinasikan dengan menggunakan serut yuyu dan pahat. Pada tahapan ini lebih mengutamakan keahlian atau kemampuan dalam memotif dengan menggunakan alat serut dan pemutik. Serut ini digunakan untuk menghaluskan pada bagian-bagian yang cembung, datar dan lebar.
- 5.) *Finishing* merupakan suatu proses tahap penyelesaian dalam pembuatan ukir kaligrafi

## B. Analisis SWOT

Dalam penelitian ini, penulis menjelaskan tentang strategi bersaing pengusaha bisnis untuk keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Penulis pertama-tama membuat daftar pertanyaan selanjutnya dipertanyakan kepada pemilik usaha. Dengan menggunakan teknik analisis SWOT, penulis menggambarkan strategi yang digunakan oleh UMKM ukir kaligrafi di Jepara. Dalam hal ini penulis terjun langsung ke lapangan dengan tujuan untuk memperoleh data dari informan, melakukan observasi, wawancara kepada informan.

## 1. Identitas Informan

Data Informan ini didapatkan dari pemilik dan karyawan UMKM kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi, yang mana pemilik dari usaha ini berusia 45 tahun, dan karyawannya berusia 28 tahun sampai 63 tahun serta konsumennya rata-rata berusia 30-65 tahun.

**Tabel 7.1**  
**Tabel Identitas Informan**

No.	Nama	Usia	Status
1.	Bapak Yanuar	45 tahun	<i>Owner</i>
2.	Bapak Amin	54 tahun	Tukang Pahat Kayu
3.	Bapak Dul	63 tahun	
4.	Bapak Mul	61 tahun	
5.	Bapak Basuki	51 tahun	
6.	Bapak Kusno	38 tahun	
7.	Bapak Ahsin	49 tahun	
8.	Bapak Dzairul	53 tahun	
9.	Bapak Midi	52 tahun	
10.	Bapak Rizal	36 tahun	
11.	Bapak Zikin	34 tahun	
12.	Bapak Edi	28 tahun	
13.	Bapak Musafak	30 tahun	
14.	Bapak Sujud	52 tahun	
15.	Bapak Juwadi	61 tahun	
16.	Bapak Satini	58 tahun	
17.	Bapak Irul	33 tahun	
18.	Bapak Mahen	51 tahun	
19.	Bapak Sunoto	60 tahun	<i>Finishing</i>
20.	Bapak Gun	48 tahun	
21.	Bapak Wareng	50 tahun	
22.	Bapak Amin	39 tahun	
23.	Bapak Sulis	45 tahun	<i>Marketing/ Admin</i>
24.	Bapak Vero Amin	35 tahun	
25.	Bapak Ayis	30 tahun	
26.	Bapak Misbah	33 tahun	Tukang Natah
27.	Bapak Prapto	45 tahun	
28.	Bapak Margo	50 tahun	

## 2. Hasil Penelitian Ukir Kaligrafi Jepara

### a. Analisis Lingkungan Internal

#### 1.) Strategi Produksi

- a.) Bahan baku harus ada persediaan *stock* terlebih dahulu supaya ada bahan yang siap untuk diproduksi lebih lanjut.
- b.) Kondisi kayu yang diproses oleh karyawan tidak bisa langsung diproduksi dan memerlukan waktu 3-4 hari agar bisa diproduksi.
- c.) Jika menggunakan alat oven harus memerlukan waktu sampai 1 minggu agar bahan atau kayu dalam kondisi yang baik supaya proses produksi berjalan lebih maksimal.
- d.) Kelancaran produksi memerlukan adanya bahan yang harus siap diproses, supaya apa yang di harapkan berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tahap prosedur.

#### 2.) Strategi SDM (Sumber Daya Manusia)

- a.) Keterampilan atau kemampuan yang dimiliki karyawan perlu diasah terus-menerus agar bakat yang dimilikinya terus mengalami peningkatan dan perkembangan.
- b.) Adanya *trend* setiap tahun, pengrajin harus mengikuti teknologi supaya tidak ketinggalan *trend* pada masanya, karena perkembangannya yang sangat pesat.
- c.) Karyawan memerlukan perkembangan inovasi secara terus-menerus, hal itu menjadi kata kunci untuk menarik peminat kerajinan ukir kaligrafi sehingga dapat menarik konsumen pasar.

#### 3.) Strategi Pemasaran

- a.) Menyebarluaskan *name card* ke teman, kenalan, saudara, dan partner kerja.
- b.) Menyebarluaskan gambar produk melalui media sosial.
- c.) Mengikuti pameran kerajinan ukir kaligrafi.
- d.) Mempromosikan melalui siaran televisi.
- e.) Melalui dakwah.
- f.) Membuat *katalog* produk ataupun daftar produk, lengkap yang disertai dengan gambar.

Selain diatas strategi pemasaran yang sedang dilakukan oleh Jati Prestasi mengacu pada bauran



pemasaran 4P, yaitu *place*, *product*, *promotion*, *price*. Dalam menerapkan bauran pemasaran 4P diatas berupaya dalam meminimalisir dan mengatasi kendala serta kerugian dalam melakukan pemasaran.

- a.) *Product*, strategi pemasaran produk ini yang digunakan oleh Jati Prestasi adalah pengusaha menerima pesanan dengan cara *by request* dari pelanggan atau membuat ukiran kaligrafi tersendiri, kemudian membuat daftar produk atau *katalog* di media sosial, sehingga pelanggan dapat memilih sesuai ketertarikan pada produk yang ada di *katalog*.
- b.) *Price*, harga produk relatif terjangkau, dalam penerapan strategi harga, pengusaha selalu menyesuaikan dengan bahan dan tingkat kerumitan dalam melakukan proses pengukiran kaligrafi yang diminta oleh para konsumen.
- c.) *Place*, tempat usaha yang dipilih UMKM Jati Prestasi Kaligrafi ini terletak di Jl. Pemuda 83 Jepara, dan yang menjadi target pasar adalah kalangan menengah sampai kalangan atas.
- d.) *Promotion*, strategi promosi ini cukup sederhana yaitu dengan melakukan strategi pemasaran yang ada diatas serta melakukan kerjasama dengan pengrajin ukir kaligrafi lainnya.
- e.) Kegiatan memasarkan produk

Suatu bentuk aktivitas yang dikerjakan dalam mempromosikan suatu produk usaha yang kita produksi dan kita konsumsikan kepada masyarakat sekitar dan masyarakat luas. Kegiatan promosi ini dilakukan oleh pihak pemilik atau kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi dalam memasarkan produk yang kita produksi. Promosi akan berhasil apabila produk yang di tawarkan mendapatkan *feedback* baik atau *respons* yang positif dari para pelanggan. Dalam memperkenalkan hasil produksi usahanya kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi menerapkan 2 jenis promosi yaitu promosi yang dilakukan dengan cara tatap muka atau *offline* dan online. Cara *offline* dilakukan ditempat penjualan Jati Prestasi dan dilakukan pada saat pemerintah menyelenggarakan pameran seni ukir kayu kaligrafi.

Cara *online* yang diterapkan pada kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi ini melalui media sosial yang berupa via *whatsapp* (08122528596), media sosial *marketplace*, dan *instagram* (kaligrafi.art) atau bisa melalui *website* yang tersedia ([www.kaligrafiart.com](http://www.kaligrafiart.com)).

f.) Harga jual produk

Pemilik usaha kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi menetapkan harga barangnya yang dijual ditentukan dengan menyesuaikan harga yang ada di kalangan masyarakat maupun dipasaran. Kerajinan ukir kaligrafi Jati prestasi menetapkan harga jual produk seharga sekitar Rp 150.000 sampai Rp 5.500.000. harga ditentukan dari kualitas maupun kerumitan dalam pembuatannya.

g.) Pelayanan setelah penjualan

Dalam meningkatkan penjualan produk harus melakukan pelayanan yang baik agar memuaskan hati pelanggan sehingga mendapatkan *feedback* yang baik yang diberikan oleh konsumen. Hasil penelitian ini, pemilik usaha kerajinan ukir kaligrafi Jati prestasi ini memberikan pelayanan yang baik dengan memuaskan hati konsumen dengan melakukan, seperti mengantarkan barang pembelian, mencatat identitas pelanggan, selalu mengucapkan terimakasih kepada konsumen, bersikap sopan santun serta ramah.

h.) Loyalitas terhadap *Brand*

Semakin tinggi loyalitas merek pelanggan terhadap merek perusahaan, semakin besar kemungkinan merek tersebut akan kompetitif. Apabila citra produk memenuhi harapan konsumen, maka produk tersebut dapat dikatakan berkualitas tinggi.

4.) Operasional dan Produk

a.) Tata letak UMKM

Tata letak UMKM mudah diakses dan dijangkau oleh pelanggan. Berada di wilayah kota Jepara. Tepatnya di Jl. Pemuda No. 83. Letak yang strategis sehingga konsumen mudah menjangkau.

b.) Kreativitas dan inovasi

Sebuah kerajinan tentu bergantung pada kreativitas dan inovasi oleh sebab itu kreativitas

serta inovasi menjadikan hal pokok dalam kemajuan usaha, selain itu dapat digunakan sebagai pembeda lawan bisnis lainnya sehingga menarik perhatian konsumen serta memaksimalkan penjualan. Kerajinan Ukir Kaligrafi Jati Prestasi meningkatkan kreativitasnya dalam segi ide serta gagasan dalam pembuatan ukir kaligrafi. Pembuatan ukir kaligrafi ini tetap memprioritaskan lafadz Allah dan ayat suci al-Qur'an yang didesain dengan ukiran kayu. Tentu membutuhkan keterampilan SDM dalam membuatnya.

c.) Kualitas produk

Faktor terpenting menjalankan bisnis adalah dengan memperhatikan mutu barang, yang mana kepuasan konsumen ditentukan pada kualitas produk yang mengutamakan mutu produk sehingga konsumen merasa puas dari apa yang di inginkan dan dibutuhkan. Dari penelitian ini kerajinan ukir kaligrafi Jati prestasi menggunakan bahan dasar/ bahan baku dari kayu mahoni yang dijadikan bahan utamanya, hal tersebut digunakan untuk memprioritaskan kualitas produk dan ketahanan bersaing.

d.) Sumber Daya Manusia (SDM)

1.) Keahlian

Untuk menjadi sumber daya manusia yang siap dibutuhkan atau dipakai harus mempunyai keahlian maupun kemampuan agar menjadi nilai tambah supaya dapat diterima disuatu perusahaan yang membutuhkan kemampuan yang dimiliki. Dari hasil penelitian ini pemilik usaha tidak memiliki *standart* keahlian khusus dalam memilih seseorang menjadi karyawan yang siap bekerja, karena dari pihak *owner/* pemilik menyatakan bahwa syarat yang harus dimiliki hanya berupa seseorang yang mampu beradaptasi serta bekerja keras sehingga jika karyawan mempunyai jiwa pekerja keras maka akan berusaha semaksimal mungkin untuk bergerak dalam mengembangkan keterampilan maupun wawasan pengetahuan yang dimilikinya.

## 2.) Jumlah Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM yang bermutu dan mempunyai kualitas yang baik akan menunjang kegiatan UMKM yang dijalankan. Kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi merupakan termasuk UMKM karena karyawannya sejumlah 27 orang yang tidak mengenal status pendidikannya. Berikut adalah data karyawan usaha kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi :

**Tabel 8.1**  
**Data Pendidikan SDM**

No	Nama	Usia	Pendidikan
1.	Bapak Dul	63 tahun	SD
2.	Bapak Mul	61 tahun	SD
3.	Bapak Basuki	51 tahun	SD
4.	Bapak Juwadi	61 tahun	SD
5.	Bapak Satini	58 tahun	SD
6.	Bapak Sunoto	60 tahun	SD
7.	Bapak Gun	48 tahun	SD
8.	Bapak Wareng	50 tahun	SD
9.	Bapak Prapto	45 tahun	SD
10.	Bapak Amin	54 tahun	SMP
11.	Bapak Kusno	38 tahun	SMP
12.	Bapak Ahsin	49 tahun	SMP
13.	Bapak Dzairul	53 tahun	SMP
14.	Bapak Midi	52 tahun	SMP
15.	Bapak Rizal	36 tahun	SMP
16.	Bapak Sujud	52 tahun	SMP
17.	Bapak Mahen	51 tahun	SMP
18.	Bapak Margo	50 tahun	SMP
19.	Bapak Zikin	34 tahun	SMA
20.	Bapak Edi	28 tahun	SMA
21.	Bapak Musafak	30 tahun	SMA
22.	Bapak Irul	33 tahun	SMA
23.	Bapak Amin	39 tahun	SMA
24.	Bapak Sulis	45 tahun	SMA
25.	Bapak Vero Amin	35 tahun	SMA
26.	Bapak Ayis	30 tahun	SMA
27.	Bapak Misbah	33 tahun	SMA

- e.) Manajemen umum serta organisasi
- 1.) Struktur organisasi
    - I. Pemilik usaha, yaitu Bapak Yanuar yang bertugas dalam memantau jalannya operasional usaha juga bertanggung jawab penuh terhadap kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi dan merancang semua kegiatan usahanya.
    - II. Admin/ Bidang Keuangan/ *Marketing* yaitu Mas Vero Amin, Mas Ayis, Mas Misbah bertugas memperlihatkan atau mempromosikan produksi perusahaan kepada khalayak umum dan menjembatani antara perusahaan dengan lingkungan eksternal, serta menjalin hubungan baik kepada masyarakat dan konsumen.
    - III. Bidang Produksi yaitu bertanggung jawab terhadap tugas masing-masing dalam pembuatan kerajinan ukir kaligrafi dari segi kualitas dan kuantitas serta estetik dari produksi kerajinan ukir kaligrafi.
  - 2.) Sistem Kerja
 

Sistem kerja yang ditetapkan ditempat kerja kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi tidak diberlakukan kerja shift, waktu kerja 8 jam kerja serta jika lebih mendapatkan uang lembur.
  - 3.) Sarana dan prasarana kerja yang dimiliki
 

prasarana atau sarana yang dipergunakan dalam menunjang performa pegawai digunakan untuk mempermudah dalam menciptakan produk yang bermutu serta agar meringankan pekerjaan produksi. Kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi mempunyai alat kerja yang berbentuk bahan dan alat dipergunakan untuk mempermudah berjalannya produksi berlangsung, seperti paku, palu, batu asah, meteran, pahat ukir, dan lain-lain.
  - a) Riset dan Pengembangan Penelitian kepada konsumen
 

Peneliti belum melakukan penelitian secara spesifik kepada pelanggan yang membeli kerajinan

ukir kaligrafi di Jati Prestasi. Tetapi, peneliti sudah melaksanakan penelitian kepada sepuluh (10) konsumen kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi berikut hasil penelitian yang peneliti lakukan, yaitu:

**Tabel 8.2**

**Hasil Observasi Pelanggan**

No.	Nama	Usia	Argumen Pembeli
1.	Bapak Supriyadi	40 tahun	Tertarik dari segi kualitas bahannya.
2.	Ibu Khadijah	38 tahun	Tertarik dari segi bentuk dan ukurannya.
3.	Ibu Darwasih	40 tahun	Tertarik dari segi komposisi bahannya.
4.	Bapak Suprpto	43 tahun	Tertarik dari segi desain dan harganya terjangkau.
5.	Bapak Agus	30 tahun	Kualitas selalu bagus dan pelayanan yang baik.
6.	Bapak Ibnu	35 tahun	Tertarik dari segi ukiran kaligrafi yang estetik.
7.	Ibu Nurani	35 tahun	Bermacam-macam ukirannya dan mempunyai keindahan pada bentuk ukirannya.
8.	Bapak Arifin	40 tahun	Kerumitan serta keindahan dari ukiran kaligrafi.
9.	Bapak Kasto	55 tahun	Harganya yang terjangkau serta pelayanannya yang ramah.
10.	Bapak Junaidi	59 tahun	Desain yang memuaskan dan sesuai selera, banyak model-model yang bagus, pelayanan, dan kualitas yang bagus.

Dari hasil peneliti yang dilakukan kepada sepuluh pelanggan yang membeli kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi ini, bahwa sepuluh pelanggan mempunyai alasan tersendiri kenapa mereka membeli kerajinan ukir kaligrafi di Jati Prestasi ini, misalnya dikarenakan dari bentuk desain yang dibuat sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan, atau bisa jadi kerumitan serta keindahan dari ukirannya yang menjadi alasan tersendiri bagi pelanggan yang membelinya.

Kemudian peneliti melakukan penelitian mengenai perhitungan kekuatan (*strength*) serta kelemahan (*weakness*), kekuatan serta kelemahan ini dilihat dari hasil lingkungan

internal yang dilalui oleh pemilik usaha Jati Prestasi ini dalam menjalankan usahanya. Lingkungan internal ini seperti strategi produksi, strategi sumber daya manusia, strategi pemasarannya, harga jual produknya, pelayanan dalam melakukan penjualan, kualitas produk, tata letak usaha, kreatifitas dan inovasi produk, sistem kerja, serta sarana dan prasarana kerja yang dimiliki dari usaha ini. Penelitian ini dilakukan dengan melalui proses wawancara dan observasi kepada pemilik usaha Jati Prestasi, dari wawancara dan observasi telah menghasilkan data dan perhitungan sesuai dengan apa yang pemilik buat dan peneliti olah datanya sehingga terbentuknya data yang akurat, perhitungannya kekuatan dan kelemahan dari analisis lingkungan internal ini, sebagai berikut:

**Tabel 8.3**  
**Perhitungan Analisis SWOT IFAS Jati Prestasi**

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
<b>Kekuatan (S)</b>				
1.	tempat usaha strategis	0,15	3,67	0,56
2.	memiliki keunggulan produk	0,18	3,33	0,60
3.	tenaga kerja memiliki keterampilan yang mendukung usaha	0,21	4,00	0,83
4.	memiliki pelanggan	0,15	3,00	0,46
5.	sarana prasarana yang relatif mudah	0,13	3,67	0,46
6.	memiliki sistem informasi yang baik	0,18	3,67	0,66
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>3,57</b>
<b>Kelemahan (W)</b>				
1.	jumlah SDM belum memadai	0,14	3,00	0,43
2.	memerlukan jumlah modal yang besar	0,13	3,33	0,43
3.	adanya keterbatasan promosi	0,16	3,33	0,53
4.	belum berani ready stock	0,10	2,33	0,24
5.	belum memiliki sistem pengelolaan resiko	0,13	2,67	0,35
6.	tempat usaha yang kurang luas	0,17	3,33	0,58

7.	jalur akses dalam pengambilan bahan baku yang kurang memadai	0,16	3,67	0,58
Total		<b>1,00</b>		<b>3,15</b>

Analisis diatas yang berupa tabel IFAS, pada indikator *strength* memiliki total nilai skor yang sebesar 3,57 dan indikator *weakness* memiliki total nilai skor sebesar 3,15. total skor IFAS 0,42 yang didapatkan dari pengurangan total skor kekuatan – kelemahan.

### **b. Analisis Lingkungan Eksternal**

Pada penelitian ini analisis lingkungan eksternal ini adalah perkembangan lingkungan disekitar tempat usaha kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi karena banyaknya usaha bisnis yang berkembang dari usaha mikro ataupun UKM yang ada disekitar Jati Prestasi. Adanya usaha-usaha yang berkembang maka kebutuhan masyarakat umum dapat terpenuhi dengan baik sesuai dengan yang dibutuhkan masyarakat sekitar. Dilihat dari lingkungan UMKM ukir kaligrafi “Jati Prestasi” pesaing produksi ukir kaligrafi semakin banyak.

Lingkungan operasional Jati Prestasi adalah pelanggan yang berasal dari instansi perkantoran, masyarakat umum, kelembagaan, serta berbagai macam-macam keinginan dari para pelanggan yang semakin tinggi harga jualnya.

#### 1.) Ekonomi

##### a.) Pertumbuhan Ekonomi Negara

Keberhasilan pengendalian pandemi covid-19 akan menjadi keberhasilan pertumbuhan ekonomi di tahun 2022, dengan dorongan masyarakat untuk mematuhi kedisiplinan dalam menjalankan vaksinasi, membatasi kerumunan, menerapkan protokol kesehatan dan penciptaan lapangan kerja, serta kebijakan moneter yang tepat. Pendapatan yang didapatkan selama masa pandemi ini bisa dibilang tidak stabil karena pendapatan dan hasil penjualan bulan ke bulan belum mengalami kestabilan pendapatan dan penjualan. Pendapatan yang didapat selama 1 tahun pada tahun 2021 adalah sekitar Rp 900.000.000.



b.) Tingkat Bunga Pinjaman

Sumber modal bisnis biasanya didapatkan dari 2 sumber modal bisnis, yang pertama sumber modal bisnis didapatkan dari luar organisasi (eksternal) dan yang kedua didapatkan dari dalam organisasi (internal). Pada kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi menetapkan sumber modal yang digunakan berasal dari internal organisasi yaitu berbentuk gedung yang dimiliki sendiri atau berupa uang milik pribadi, sedangkan jika dari eksternal perusahaan berupa pinjaman dari lembaga keuangan, misalnya dari BMT ataupun dari Bank Konvensional, dan lain-lain.

2.) Sosial, Budaya dan demografi

a.) Lingkungan sosial

Permintaan produk serta layanan perusahaan menjadikan pengaruh besar di lingkungan sosial. Usaha kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi ini berada disentra kerajinan ukir yang dapat mendukung dalam menjalankan usaha tersebut.

b.) Segmentasi Pasar

Di Indonesia secara demografis menetapkan semua jenis kelamin dan semua kalangan untuk dijadikan target pasar dalam menyapa segmentasi pasar, dan rata-rata yang minat atau tertarik dengan kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi adalah pihak laki-laki dan seorang muslim/ muslimah yang kebanyakan menyukai keindahan ukiran kaligrafi.

c.) Perkembangan Teknologi

Kehadiran perkembangan teknologi yang semakin canggih dapat mempermudah dan memperlancar operasional bisnis perusahaan serta mendukung efisiensi perusahaan. Perkembangan teknologi ukiran kaligrafi, seperti mesin produksi, seperti *grinder*, *drill*, dan mesin potong *CNC*, meningkatkan hasil produksi secara lebih efektif dan efisien, serta mempermudah akses promosi melalui media sosial yang dapat menjangkau masyarakat.

3.) Kekuatan tawar menawar pasar

a.) Kualitas bahan baku

Suatu produk yang berkualitas didapatkan dari bahan baku yang bermutu tinggi. Semakin tinggi mutu bahan baku maka semakin tinggi harga jualnya. Dari penelitian ini kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi menggunakan bahan baku dari kayu mahoni dan kayu jati untuk dijadikan bahan dasar dalam pembuatan ukir kaligrafi.

4.) Ancaman Pendatang Baru

a.) Banyak Kompetitor

Kompetitor adalah pesaing usaha yang bergerak dibidang yang sama, sehingga dalam hal ini memerlukan kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan usahanya. Di Jepara merupakan tempat sentra ukiran yang terkenal sehingga kemungkinan banyak sekali kompetitor-kompetitor lainnya yang terus-menerus untuk berlomba dalam melakukan inovasi produk sehingga usaha yang dijalankan akan terus mengalami peningkatan.

**Tabel 8.4**  
**Perhitungan Analisis SWOT EFAS Jati Prestasi**

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Peluang (O)				
1.	Peluang pasar yang komprehensif	0,15	3,33	0,49
2.	Memberikan garansi	0,17	4,00	0,69
3.	Hubungan yang baik dengan pelanggan	0,19	3,67	0,68
4.	Kemampuan teknologi	0,19	3,67	0,68
5.	Menawarkan pesan antar sampai ketempat	0,13	3,00	0,40
6.	Sumber daya alam yang dimiliki	0,17	3,00	0,52
Total		<b>1,00</b>		<b>3,47</b>
Ancaman (T)				

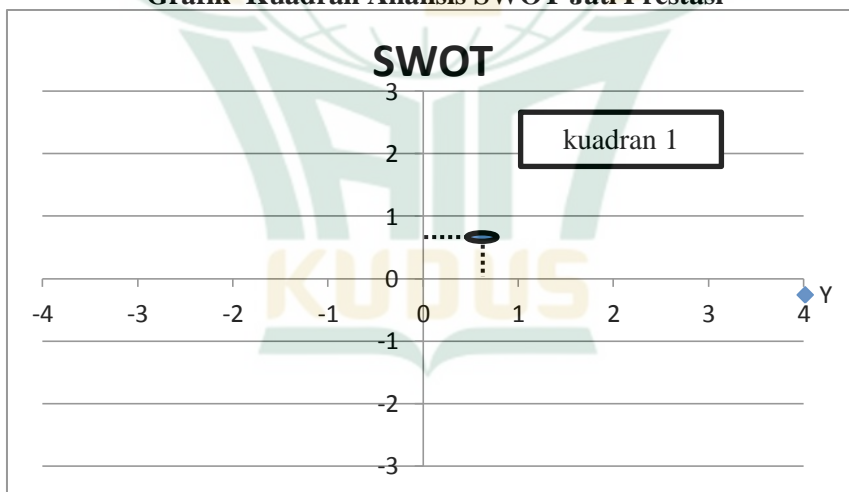
1.	Meningkatnya persaingan antar bisnis yang dijalankan dengan kompetitor lain	0,41	3,00	1,22
2.	Lingkungan pesaing yang ketat	0,31	3,00	0,94
3.	Turunnya daya tarik masyarakat terhadap produk	0,28	3,33	0,94
Total		<b>1,00</b>		<b>3,09</b>

Pada tabel analisis EFAS diatas, indikator peluang memiliki jumlah nilai skor 3,47 dan indikator ancaman memiliki jumlah nilai skor 3,09. total skor EFAS sebesar 0,38 didapatkan dari hasil pengurangan total nilai peluang – total nilai ancaman.

**Rumus :**

- Total skor IFAS didapat dari pengurangan total skor kekuatan – total skor kelemahan.
- Total skor EFAS didapat dari pengurangan total skor peluang – total skor ancaman

**Tabel 8.5**  
**Grafik Kuadran Analisis SWOT Jati Prestasi**



**Tabel 8.6**  
**Perhitungan Grafik Kuadran Jati Prestasi**

No	IFAS	EFAS
1.	<i>Strength – Weakness</i> $3,57-3,15 = 0,42$	<i>Opportunity – Treath</i> $3,47-3,09 = 0,38$

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa UMKM Kerajinan Ukir Kaligrafi berada pada letak *strength* internal dan *opportunity* eksternal yaitu di kuadran I, yang berarti keadaan seperti ini

sangat menguntungkan untuk UMKM Jati Prestasi Kerajinan ukir kaligrafi. Sehingga perlu dikembangkan dan dimanfaatkan dengan sebaik mungkin. UMKM Jati Prestasi kerajinan ukir kaligrafi disarankan untuk menerapkan strategi yang progresif melalui pemanfaatan *strength* internal, sehingga dengan hal ini dapat memperoleh profit atau keuntungan yang banyak melalui pemanfaatan peluang agar mencapai perkembangan usaha yang berkembang dengan cepat dan meningkat.

Dari nilai total masing-masing diatas dapat digambarkan dengan rumusan strategi matriks SWOT, dapat dilihat pada tabel 10.7, sebagai berikut:

**Tabel 8.7**  
**Rumusan Strategi Matrik SWOT Jati Prestasi**

IFAS/EFAS	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
<b>Peluang</b> <i>(Opportunity)</i>	Strategi SO $3,57+3,47 = 7,04$	Strategi WO $3,15+3,47 = 6,62$
<b>Ancaman</b> <i>(Threath)</i>	Strategi ST $3,57+3,09 = 6,66$	Strategi WT $3,15+3,09 = 6,24$

**Tabel 8.8**  
**Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT Jati Prestasi**

IFAS/EFAS	S (Kekuatan)	W (Kelemahan)
<b>Peluang (O)</b>	Menggunakan kekuatan guna mengoptimalkan peluang = 7,04	Meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang = 6,62
<b>Ancaman (T)</b>	Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman = 6,66	Meminimalisir kelemahan untuk menghindari ancaman = 6,24

**Tabel 8.9**  
**Analisis Rumusan Alternatif Strategi SWOT**

IFAS	S (Kekuatan)	W (Kelemahan)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tempat usaha yang strategis</li> <li>2. Memiliki keunggulan produk</li> <li>3. Tenaga kerja memiliki keterampilan yang mendukung usaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah SDM belum memadai</li> <li>2. Memerlukan jumlah modal usaha yang besar.</li> <li>3. Adanya keterbatasan promosi</li> <li>4. Belum berani <i>ready stock</i></li> </ol>

	<p>4. Memiliki pelanggan</p> <p>5. Sarana dan prasarana yang relatif mudah</p> <p>6. Memiliki sistem informasi yang cukup baik</p>	<p>5. Belum memiliki sistem pengelolaan resiko</p> <p>6. Tempat usaha yang kurang luas untuk proses produksi</p> <p>7. Jalur akses dalam pengambilan bahan baku yang kurang memadai</p>
<p><b>EFAS Peluang(O)</b></p> <p>1. Peluang pasar yang luas</p> <p>2. Memberikan garansi</p> <p>3. Hubungan yang baik dengan pelanggan</p> <p>4. Kemampuan Teknologi</p> <p>5. Menawarkan pesan antar sampai ketempat</p> <p>6. Sumber daya alam yang dimiliki</p>	<p><b>Strategi (SO) :</b> menggunakan (S) guna memaksimalkan (O) yang ada</p> <p>1. Meningkatkan kualitas supaya menjadi produk unggulan</p> <p>2. Melakukan pelayanan yang baik serta ramah agar customer merasa puas</p> <p>3. Lebih memaksimalkan strategi pemasaran dan menggunakan peluang yang ada</p>	<p><b>Strategi (WO) :</b> melakukan perbaikan secara berlanjutan terhadap (W) guna memanfaatkan (O) yang ada</p> <p>1. Memanfaatkan kesempatan sebagai peluang guna meningkatkan penjualan</p> <p>2. Menambah SDM dan melakukan penanaman modal guna menambah modal usaha</p> <p>3. Memberikan produk dengan kualitas yang terbaik</p>
<p><b>Ancaman (T)</b></p> <p>1. Meningkatnya persaingan antar bisnis yang dijalankan dengan kompetitor lain.</p> <p>2. Lingkungan pesaing yang ketat</p>	<p><b>Strategi (ST):</b> Menciptakan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi</p>	<p><b>Strategi (WT) :</b> Menciptakan strategi yang menekan kelemahan dan menghindari ancaman.</p>

<p>3. Turunnya daya tarik masyarakat/ pelanggan terhadap produk</p>	<p>ancaman.                      1. Menggunakan strategi pemasaran yang tepat untuk menghadapi kompetitor dan lebih mengutamakan kualitas dan pelayanan terbaik                      2. Melakukan promosi yang tepat di era modern ini dan memberikan harga yang lebih terjangkau</p>	<p>1. Lebih melakukan promosi dengan diskon/ potongan harga                      2. Meningkatkan inovasi dan kualitas produk                      3. Melakukan promosi melalui media sosial karena mudah dan mengurangi biaya pemasaran                      4. Meningkatkan pengetahuan teknologi serta keahlian yang dimiliki</p>
---	---	---

**Pembahasan Hasil Analisis**

Menurut rumusan strategi matriks SWOT dan perencanaan kombinasi strategi SWOT, maka didapatkan hasil rumusan strategi matriks SWOT yaitu SO memiliki nilai 7,04 WO memiliki nilai 6,62, ST memiliki nilai 6,66, dan WT memiliki nilai 6,24, jadi dapat disimpulkan yang memiliki nilai paling tinggi adalah SO dan yang memiliki nilai paling rendah adalah WT. Dalam hal ini menandakan bahwa kondisi kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi di dalam matriks berada diposisi kuadran 1 dengan perincian perhitungan total skor kekuatan dikurangi dengan total skor kelemahan sehingga mendapatkan hasil 0,42. Kemudian total skor peluang dikurangi dengan nilai total ancaman sehingga mendapatkan hasil 0,38. Dalam hal ini diartikan bahwa kondisi seperti itu sangat membarikan keuntungan bagi kerajinan ukir kaligrafi Jati Prestasi, sehingga perlu dikembangkan serta dimanfaatkan semaksimal mungkin dengan cara menerapkan strategi progresif dengan memanfaatkan kekuatan internal dari UMKM dan memanfaatkan peluang sehingga dapat memperoleh keuntungan yang banyak. Selain itu dapat didukung dengan meningkatkan pelayanan penjualan yang baik dan menawarkan produk yang berkualitas kepada konsumen, agar konsumen

dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang ditawarkan oleh Jati Prestasi. Strategi progresif ini dapat dilakukan dengan cara melakukan pengembangan kreativitas dan inovasi terhadap produknya. Agar usaha yang dijalankan tetap bertahan maka perlu diingat adanya kompetitor yang lebih berkembang dibidang yang sama. Jika tidak adanya inovasi produk dan kreativitas maka UMKM yang dijalankan akan terancam dan tidak berkembang dengan baik, sehingga dalam hal tersebut perlu mengembangkan inovasi serta kreativitas yang dimiliki SDM dan UMKM Jati Prestasi mampu menghadapi pesaing-pesaing bisnis dan mampu untuk mempertahankan pelanggan agar pelanggan tidak berpindah kepada para pesaing bisnis lain. Jati Prestasi perlu meningkatkan sikap konsisten dan kerja keras dalam melakukan promosi produk dengan melalui sarana media sosial sehingga Jati Prestasi mampu dalam memanfaatkan adanya teknologi sehingga dalam melakukan promosi menjadi lebih mudah serta menyebarluaskan produk usaha yang dijalankan dan melakukan pemasaran serta penjualan dengan baik sehingga tepat sasaran.

Jati Prestasi perlu memperhatikan SDM atau karyawannya, karena itu merupakan salah satu aset terpenting dan aset pendukung dalam mengembangkan UMKM Jati Prestasi, SDM yang mempunyai peran penting dalam mengembangkan usahanya adalah SDM yang terus-menerus melakukan progresif keterampilan yang dimilikinya, Sehingga dengan itu dapat memberikan keuntungan dalam waktu yang panjang dan UMKM Jati Prestasi mampu mempertahankan usahanya ditengah banyaknya kompetitor. Keterampilan dan pengetahuan maupun wawasan yang dimiliki SDM dapat menjadi faktor utama dalam mengembangkan produknya karena memberikan impact baik dalam mengembangkan UMKM, selain itu melakukan peningkatan kemampuan dalam bidang teknologi hal itu dapat memberikan keuntungan bagi UMKM Jati Prestasi yaitu agar produk yang diproduksi tidak ketinggalan zaman dan mampu bersaing di era modern.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui indikator-indikator kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Didapatkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan peneliti pada penelitian ini dari lingkungan internal dan eksternal, sehingga didapatkan berbagai macam bentuk alternatif strategi yang dapat memberikan kontribusi yang berhubungan dengan strategi pengembangan usaha ukir kaligrafi Jati Prestasi pada saat pandemi covid-19 berlangsung. Dengan itu didapatkan strategi hasil analisis SWOT tersebut, sebagai berikut:

#### 1. Strategi S-O

Strategi SO ini adalah strategi yang didapatkan dari kekuatan dan peluang. Strategi SO memberikan kemungkinan untuk perusahaan

agar berkembang dan lebih mengalami peningkatan secara cepat. Pada strategi SO lebih memanfaatkan kekuatan yang didapatkan dari lingkungan internal guna untuk mengambil peluang dari lingkungan eksternal. Strategi SO yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kualitas supaya menjadi produk unggulan.
  - b. Melakukan pelayanan yang baik serta ramah agar *customer*/pelanggan merasa puas.
  - c. Lebih memaksimalkan strategi pemasaran dan menggunakan peluang yang ada.
2. Strategi W-O
- Adalah strategi yang didapatkan dari kelemahan dan peluang. Strategi WO ini digunakan untuk meminimalkan kelemahan dari lingkungan internal perusahaan bertujuan untuk memanfaatkan peluang yang berasal dari lingkungan eksternal. Strategi yang diterapkan pada strategi WO sebagai berikut:
- a. Memanfaatkan kesempatan sebagai peluang guna meningkatkan penjualan.
  - b. Menambah SDM dan melakukan penanaman modal guna menambah modal usaha.
  - c. Memberikan produk dengan kualitas dan yang terbaik.
3. Strategi S-T
- Adalah strategi yang didapatkan dari kekuatan dan ancaman. Strategi ST ini dilakukan dengan cara menggunakan kekuatan yang dimiliki lingkungan internal bertujuan untuk mengurangi ancaman yang ada di lingkungan eksternal. Strategi yang diterapkan pada strategi ST adalah sebagai berikut:
- a. Menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi kompetitor serta selalu mengutamakan kualitas produk dan melakukan pelayanan terbaik.
  - b. Melakukan promosi yang tepat di era modern ini dan memberikan harga yang terjangkau.
4. Strategi W-T
- Adalah strategi yang berasal dari kelemahan dan ancaman. Strategi WT ini dilakukan dengan meminimalkan kelemahan dari lingkungan internal dan menghindari ancaman dari lingkungan eksternal. Strategi yang diterapkan pada strategi WT ini adalah sebagai berikut:
- a. Lebih menjalankan promosi dengan diskon maupun potongan harga.
  - b. Meningkatkan inovasi dan kualitas produk.



- c. Melakukan promosi melalui media sosial, bertujuan untuk mempermudah dan menghemat biaya pemasaran.
- d. Melakukan peningkatan keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki karyawan yang berhubungan dengan teknologi atau melakukan edukasi mengenai teknologi.

