

PENGEMBANGAN UMKM BATIK DAMAI LANGIT MELALUI PROGRAM MANAJEMEN BISNIS

Guruh Ghifar Zalzal^{*1}, Fikri Farhan², Natalia Ratnaningrum³,
Inayat Hanum Indriati⁴, Arif Sudaryana⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas PGRI Yogyakarta

*e-mail: guruh@upy.ac.id¹, fikrifarhan@upy.ac.id², natalia@upy.ac.id³, inayat@upy.ac.id⁴, arifsudaryana13@gmail.com⁵

Received:

15.05.2024

Revised:

22.06.2024

Accepted:

11.07.2024

Available online:

22.07.2024

Abstract: MSMEs are considered the backbone of a country to create job opportunities, increase income, and make a significant contribution to the economy. One of them is in the fashion section such as UMKM Batik Damai Langit. The problem often faced by MSMEs, especially the batik craft industry, is market competition in marketing their products, because currently many businesses are running their businesses in the batik sector so the competition is getting tougher. Methods of service activities such as the scope and object of the activity, place of implementation of the activity, form and stages of the activity, stages of the activity. In general, this service is carried out in three stages, 1) preparation stage, 2) implementation stage, and 3) evaluation stage.. The evaluation we carried out while providing training showed that business strategies through marketing and finance helped increase sales of MSME Batik Damai Langit products.

Keywords: Business Management, Marketing, Finance, Batik Industry

Abstrak: UMKM dianggap sebagai tulang punggung negara, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian. Salah satunya bidang fashion seperti UMKM Batik Damai Langit. Permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM khususnya industri kerajinan batik adalah persaingan pasar dalam memasarkan produknya. Saat ini banyak sekali perusahaan yang bergerak di bidang batik sehingga persaingan semakin ketat. Metode kegiatan pelayanan, seperti ruang lingkup dan sasaran kegiatan, lokasi pelaksanaan kegiatan, bentuk dan tahapan kegiatan, serta tahapan kegiatan. Secara umum, pengabdian ini dilakukan dalam tiga tahap: 1) tahap persiapan, 2) tahap pelaksanaan, dan 3) tahap evaluasi. Evaluasi yang kami lakukan selama memberikan pelatihan menunjukkan bahwa strategi bisnis melalui pemasaran dan keuangan membantu meningkatkan penjualan produk UMKM Batik Damai Langit.

Kata kunci: Manajemen Bisnis, Pemasaran, Keuangan, Industri Batik

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia, kelompok usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan kunci bagi pembangunan ekonomi suatu negara oleh (Widyatama et al., 2020). Menurut Agustami & Suintri (2017), UMKM dianggap sebagai tulang punggung dari suatu negara untuk menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian. Salah satunya yaitu di bagian fashion seperti UMKM Batik Damai Langit. Anastasya (2021) menyatakan bahwa fashion tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup harian akan tetapi juga sudah menjadi gaya hidup. Fashion tidak hanya sebagai identitas diri namun juga memiliki banyak manfaat di dalam kehidupan, beberapa manfaat dari fashion yaitu: memberikan rasa percaya diri, memberikan daya tarik, dan memberikan rasa bahagia. Salah satu ciri khas dari fashion Indonesia adalah batik.

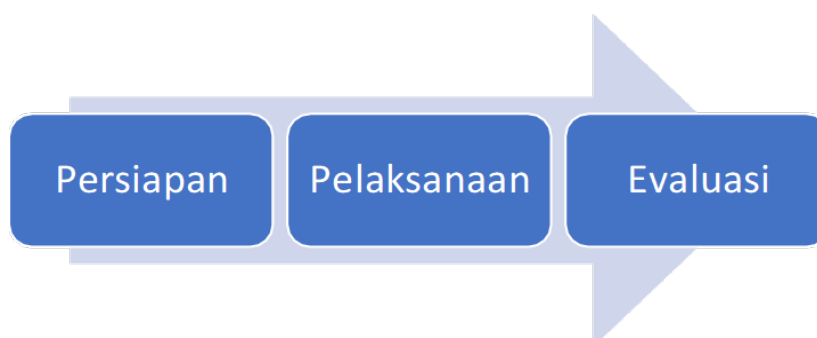
Batik merupakan salah satu warisan budaya yang terlahir sebagai seni karya yang terus berkembang seiring perkembangan zaman yang perlu dilestarikan (Saraswati et al., 2015). Nugroho (2020) menjelaskan batik adalah hasil karya bangsa Indonesia yang merupakan perpaduan antara seni dan teknologi oleh leluhur bangsa Indonesia. Corak ragam batik mengandung penuh makna dan filosofi akan terus digali dari berbagai adat istiadat maupun budaya yang berkembang di Indonesia. Batik juga merupakan kain indonesia bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu yang memiliki kekhasan sebagai ke sulurahan teknik teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait oleh UNESCO telah ditetapkan sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan nonbendawi. Pengrajin batik menggambar pola rumit menggunakan canting dan lilin disimpan panas dan cair dalam panci kecil yang dipanaskan. UMKM Batik Damai langit ini merupakan salah satu

kerajinan batik yang diwariskan dan memiliki nilai seni tinggi yang telah menjadi bagian dari budaya Indonesia sejak lama. Batik Damai Langit dikembangkan pada tahun 2013 hingga sekarang, tradisi membatik yang ada di Batik Damai Langit ini merupakan tradisi turun temurun, sehingga kadang kala suatu motif dapat dikenali sebagai ciri khas yang berasal dari batik keluarga.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM khususnya industri kerajinan batik, yaitu persaingan pasar dalam memasarkan produknya, karena pada saat ini banyak usaha yang menjalankan usahanya pada bidang batik sehingga persaingannya semakin ketat (Mandasari et al., 2019). Permasalahan lain yang kami temukan dalam UMKM Batik Damai Langit yaitu kurangnya pengetahuan serta pemanfaatan pelaku usaha dalam menggunakan aplikasi pemasaran, aplikasi pencatatan laporan keuangan, aplikasi perhitungan stok dan aplikasi *E.commerce* serta penyesuaian diri dalam mengikuti perkembangan zaman. Terlebih lagi UMKM Batik Damai Langit merupakan bisnis keluarga, karena UMKM ini juga menggabungkan hasil pemasukan bisnisnya dengan keuangan keluarganya, sehingga hal tersebut membuat UMKM batik menjadi tertinggal dibandingkan dengan UMKM lain yang selalu update dan mengikuti perkembangan zaman dan memaksimalkan penggunaan aplikasi yang memudahkan pencatatan keuangan serta pemasaran. Namun permasalahan-permasalahan yang dihadapi UMKM Batik terkait pencatatan laporan keuangan dan pemaksimalan aplikasi serta ketertinggalan dalam mengikuti zaman yang kian maju, tidak hanya menjadi tugas bagi organisasi pemerintah atau UMKM Batik terkhususnya UMKM Batik Damai Langit, namun juga menjadi tugas seluruh elemen masyarakat, salah satunya adalah peran mahasiswa.

2. METODE

Bagian ini akan menjelaskan Metode kegiatan pengabdian seperti ruang lingkup dan objek kegiatan, tempat pelaksanaan kegiatan, bentuk dan tahapan kegiatan, tahapan kegiatan. Kegiatan Pengabdian ini dilaksanakan selama kurang lebih 1 bulan dimulai 31 Juli 2023 sampai dengan 31 Agustus 2023 yang dilaksanakan setiap hari Sabtu. Secara umum pengabdian ini dilakukan dalam tiga tahap, 1) tahap persiapan, 2) tahap pelaksanaan, dan 3) tahap evaluasi. Tahap persiapan merupakan tahapan dimana pengabdian melakukan observasi dan wawancara untuk menggali lebih dalam terkait permasalahan yang terjadi pada UMKM Batik Damai Langit. Tahapan pelaksanaan dilakukan setelah pengabdian melakukan analisis terkait solusi-solusi yang akan dilakukan di UMKM Batik Damai Langit.



Gambar 1. Tahapan kegiatan Pengabdian Di UMKM Batik Damai Langit

Dengan rincian jadwal pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No	Hari/Tanggal	Waktu	Kegiatan
1	31 Juli 2023	10.00-12.00	Penerjunan dan observasi ke Batik Damai Langit
2	01 Agustus 2023	08.00-16.00	Pembekalan dan koordinasi dengan tim Batik Damai Langit
3	03 Agustus 2023-30 Agustus 2023	08.00-16.00	Membantu Kegiatan Operasional
4	31 Agustus 2023	10.00-12.00	Penarikan dan Evaluasi

Tahapan terakhir adalah tahapan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pelatihan ini meningkatkan pemahaman peserta tentang permasalahan yang mereka hadapi, serta kemampuan mereka dalam memanfaatkan pemasaran dan pembayaran digital sebagai sarana untuk memasarkan produk. Pada tahapan ini pengabdi juga meminta umpan balik dari mitra tentang proses pengabdian yang telah dilaksanakan. Singkatnya, pada tahap ini pengabdi dan mitra saling memberikan masukan dan saran terkait proses pelaksanaan pengabdian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam UMKM Batik Damai Langit, pelaksanaan atau penerapan program kerja pengabdian berdasarkan hasil observasi dan evaluasi yang dilakukan yaitu:

1. Pemasaran

Pemasaran adalah upaya untuk mempromosikan, menginformasikan dan menawarkan suatu barang/jasa kepada konsumen yang dikelola oleh sebuah perusahaan sebagai Langkah untuk meningkatkan angka penjualan produk atau layanan jasa yang ditawarkan tersebut (Maryono et al., 2019). Pemasaran merupakan aktivitas dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan masyarakat. Menurut Swastha & Handoko (2014), pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya serta pengembangan usahanya dan mendapatkan laba (Susanti & Handayati, 2021). Pemasaran sangat penting bagi semua bisnis, tidak memandang bisnis tersebut besar atau kecil. Tanpa adanya proses pemasaran, maka konsumen tidak akan tahu tentang sebuah produk yang dihasilkan dari bisnis tersebut dan membuat penjualan rendah. Beberapa alasan penting yang membuat pemasaran menjadi sebuah kebutuhan utama usaha bisnis untuk bisa terus eksis dan berkembang, yaitu:

- a) Pemasaran untuk menginformasikan sebuah produk kepada konsumen
- b) Menjelaskan fungsi, manfaat dan keunggulan sebuah produk usaha atau layanan
- c) Menginformasikan sebuah produk atau layanan baru kepada konsumen

Salah satu yang tidak kalah penting yang perlu di perhatikan dalam pemasaran yaitu strategi pemasaran. Menurut (Mandasari et al., 2019), strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan usaha secara menyeluruh. Semakin kerasnya persaingan yang dihadapi oleh UMKM pada umumnya, dengan situasi tersebut UMKM harus memiliki strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan antar UMKM. Pemasaran perlu mendapat perhatian serius oleh UMKM terutama dalam proses penetapan strategi pemasaran yang dipilih akan mampu menembus pasar. Apalagi kondisi persaingan yang semakin ketat seperti saat ini, kemampuan untuk merebut pangsa pasar akan dihadapi UMKM itu sendiri. Pemasaran yang telah diterapkan oleh UMKM Batik Damai langit yaitu:

- a. Membuat desain foto produk menjadi lebih menarik serta elegan.

Produk yang akan di pasarkan oleh batik damai langit yaitu: Batik sogan, Batik cap tulis, Hem, Blus, Gamis, rok lilit, Sajadah, Dobi, Dress Dll. Produk yang akan di pasarkan di potret terlebih dahulu untuk keperluan promosi pada sosial media yang digunakan oleh Batik Damai Langit.



Gambar 1. Foto produk

b. Membuat video tutorial memakai kain batik

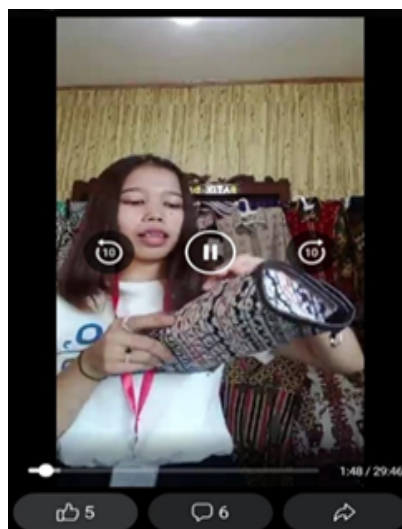
Video tutorial didapatkan dari beberapa ide dari kami sendiri dan sebagian juga kami dapatkan dari sosial media seperti tiktok dan youtube. Kami mengaplikasikan ide-ide kami dan beberapa contoh tutorial yang kami dapatkan pada sosial media untuk di upload pada media sosial Batik Damai Langit lebih bervariasi agar tidak monoton dan untuk menambah wawasan pada penonton atau konsumen bahwa kain batik yang belum dijadikan pakaian dapat divariasikan dengan model atau gaya lain.



Gambar 2. Proses pembuatan video

c. Livestreaming video

Livestreaming yang biasanya kami gunakan yaitu dari Instagram, tiktok dan facebook. Tujuan dari livestreaming ini memberikan informasi kepada konsumen apa saja produk yang menawarkan promo dan tidak menawarkan promo serta apa saja persyaratan dari promo yang di tawarkan tersebut. Livestreaming ini juga memperkenalkan secara langsung seperti apa gambaran produk yang kita pasarkan dengan livestreaming juga kita dapat melakukan tanya jawab pada konsumen di dalam kolom chat di dalam live tersebut. Pada saat melakukan livestreaming terkadang konsumen memberikan pertanyaan mengenai produk yang dipasarkan dan konsumen juga dapat memberitahu kami seperti apa produk yang mereka inginkan dari beberapa produk yang kami tawarkan.



Gambar 3. Livestreaming video

2. Menyusun dan Pencatatan Laporan Keuangan dengan Aplikasi.

Pengelolaan keuangan adalah salah satu aspek penting bagi kemajuan suatu usaha, pengelolaan keuangan dapat dilakukan dengan cara akuntansi. Menurut Farwitawati (2018), permasalahan pada UMKM dalam aspek keuangan antara lain perkembangan usaha yang tidak signifikan, kinerja keuangan yang buruk, dan laba usaha yang sulit meningkat (Astutik & Mulyati, 2013). Menurut Anitasari (2021) pencatatan keuangan adalah sebuah proses pencatatan aktivitas transaksi keuangan pada sebuah bisnis atau perusahaan yang terhitung dalam periode tahun tertentu. Pencatatan ini juga digunakan sebagai pelaporan transaksi yang terjadi dalam harian, mingguan, dan bulanan. Pencatatan keuangan pada sebuah bisnis merupakan hal penting untuk melihat cashflow dan Kesehatan bisnis itu sendiri. Selain itu, tingginya angka penjualan produk adalah salah satu tolak ukur kesuksesan suatu bisnis. Pada UMKM Batik Damai Langit awalnya hanya menggunakan pencatatan laporan keuangan sederhana yaitu secara manual dan masih menggabungkan keuangan antara pemasukan usahanya dan keuangan keluarga/pribadi sehingga kami menawarkan pencatatan laporan keuangan menggunakan aplikasi Microsoft excel agar UMKM Batik Damai Langit dapat memisahkan keuangan atau pemasukan usahanya dengan keuangan keluarga atau pribadi mereka serta dapat meningkatkan kinerja bisnis dari UMKM tersebut. Menurut Adriyanto (2023) dengan adanya sistem pembukuan berbasis Microsoft excel ini manfaat yang diperoleh yaitu proses pembuatan laporan keuangan dapat diperoleh dalam waktu yang cepat, efisien dan akurat.



Gambar 4. Proses pembuatan laporan keuangan

4. KESIMPULAN

Tujuan dari pengabdian ini adalah membantu UMKM Batik Damai Langit untuk mengembangkan bisnis dalam kondisi industri yang semakin ketat. Pelatihan yang diberikan kepada mitra berfokus pada pemasaran produk secara daring dengan memanfaatkan media sosial yang sudah dimiliki dan dikuasai oleh mitra. Media sosial yang digunakan adalah Whatsapp (WA), Instagram (IG), dan Facebook (Fb) serta dalam bidang keuangan yaitu memberikan pelatihan laporan keuangan kepada Batik Damai Langit. Evaluasi yang kami lakukan selama memberikan pelatihan menunjukkan bahwa strategi bisnis melalui pemasaran dan keuangan membantu meningkatkan penjualan produk UMKM Batik Damai Langit.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyanto, A. T., Saddewisasi, W., & Prasetyo, A. (2023). Pelatihan Pembukuan Sederhana Berbasis Microsoft Excel Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Radisi*, 3(2), 46–52.
- Agustami, S., & Suintri, I. A. (2017). Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 1(3), 244–250.
- Anastasya, M. (2021). *Pengertian E-commerce : Sejarah, Perkembangan, Jenis, Tujuan, Manfaat, Kelebihan dan Kekurangan*. adammuiiz.com. <https://adammuiiz.com/e-commerce>
- Anitasari, N. (2021). 4 Alasan Penting Melakukan Pencatatan Keuangan pada Bisnis. PT Zahir Internasional. <https://zahiraccounting.com/id/blog/pencatatan-keuangan-pada-bisnis/>

- Farwitawati, R. (2018). Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Prosiding Sembadha*, 1, 225–229.
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123–128.
- Maryono, D., Subiyantoro, S., & Susilaningih, S. (2019). Profil Pemasaran Online Usaha Kerajinan Topeng Dan Kayu Batik Desa Bobung Gunungkidul. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori Dan Implementasi*, 10(2), 87–98.
- Nugroho, H. (2020). *Press Release Hari Batik Nasional 2020*. Balai Besar Kerajinan dan Batik. https://bbkb.kemenperin.go.id/index.php/post/read/press_release__hari_batik_nasional_tahun_2020_0
- Saraswati, M. L., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2015). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada kampung batik wiradesa, kabupaten pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 137–146.
- Susanti, I., & Handayati, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Batik Jetis Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(2).
- Swastha, B. D., & Handoko, H. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* (1 ed.). BPFE-YOGYAKARTA.
- Widyatama, A., Sabirin, A., Ihsan, M., & Jarudin, J. (2020). Apakah Sak Etap Masih Penting Bagi Akuntabilitas Umkm? Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 9(1), 52–60.