

PENGEMBANGAN UMKM WANITA DALAM USAHA BATIK DI TANJUNGPANDAN

Mei Ie¹ & Salsabilla Ayundha Martsha Buana²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: meii@fe.untar.ac.id

²Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: salsabilla.115210285@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

It is common knowledge that batik is a product that has traditional and localised values that are favoured by many people including tourists. However, at the moment, the added value of Batik Kelekek products is still less attractive. Because of this, the partners must first be able to recognise how the entrepreneurial process works. With the introduction of entrepreneurship process provided by the PKM Team of Tarumanagara University in the form of seminars and mentoring, it is expected to help partners to improve in marketing their products properly to reach target consumers. In addition, it is also expected that partners will gain loyalty from a consumer who will repurchase the products they produce in the future. The target output that will be produced by the PKM Team of Tarumanagara University is in the form of sharing knowledge related to entrepreneurial science and also strategies or tips on how to grow a business, especially regarding strategies or tips in marketing products. Publication articles in scientific meetings are mandatory output targets that will be produced by the Tarumanagara University PKM Team. The method of implementing this community service activity consists of several activities such as conducting interviews with partners, studying relevant literature, preparing community service assistance activity plans, implementing PKM activities, evaluating activities, and preparing and submitting activity reports.

Keywords: *entrepreneurship, marketing strategy, business development, women entrepreneur*

ABSTRAK

Sudah menjadi rahasia umum bahwa batik merupakan produk yang memiliki nilai tradisonal dan kelokalan yang disukai banyak orang termasuk para turis. Namun, pada saat ini untuk nilai lebih dari produk Batik Kelekek masih termasuk kurang menarik. Karena hal tersebut, pihak mitra harus dapat mengenali dahulu bagaimana proses kewirausahaan berjalan. Dengan adanya proses pengenalan kewirausahaan yang diberikan oleh Tim PKM Universitas Tarumanagara dalam bentuk seminar dan pendampingan, diharapkan dapat membantu mitra untuk melakukan peningkatan dalam melakukan pemasaran terhadap produknya secara baik hingga dapat mencapai target konsumen. Selain itu, diharapkan juga mitra memperoleh kelayaitasan dari seorang konsumen yang kedepannya melakukan pembelian kembali pada produk yang mereka hasilkan. Target luaran yang akan dihasilkan oleh Tim PKM Universitas Tarumanagara adalah berupa pembagian ilmu pengetahuan berkaitan dengan ilmu wirausaha dan juga strategi atau kiat-kiat bagaimana cara melakukan pertumbuhan usaha, terutama mengenai strategi atau kiat-kiat dalam melakukan pemasaran hasil produk. Artikel publikasi dalam temu ilmiah merupakan target luaran wajib yang akan dihasilkan oleh Tim PKM Universitas Tarumanagara. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat kali ini terdiri dari beberapa kegiatan seperti melakukan interview dengan pihak mitra, studi literatur yang relevan, penyusunan rencana kegiatan pendampingan pengabdian kepada masyarakat, pelaksanaan kegiatan PKM, evaluasi kegiatan, serta penyusunan dan penyerahan laporan kegiatan.

Kata kunci: kewirausahaan, strategi pemasaran, pengembangan usaha, wirausaha wanita

1. PENDAHULUAN

Di negara maju dan berkembang menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial merupakan kontributor utama untuk menciptakan dan mendiversifikasi kegiatan kewirausahaan, pertumbuhan ekonomi, emansipasi serta pemberdayaan wanita (Kimbu & Ngoasong, 2016). Pada saat ini, wanita adalah kekuatan sumber daya manusia bangsa yang berpotensi besar dalam memberdayakan dan mensejahterakan bangsanya. Sudah banyak hasil publikasi yang menyangkut pautkan partisipasi para wanita Indonesia dalam mengangkat perekonomian bangsa ataupun dunia. Salah satu bentuk dalam partisipasi para wanita di Indonesia adalah mereka para wanita yang bergerak di ranah UMKM sebagai wirausahawan yang membangun usaha jasa ataupun membuat

produk mereka sendiri yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan para konsumen pada pangsa pasar yang mereka fokuskan. Usaha Mikro, Kecil, Menengah atau yang kerap didengar pada kalangan masyarakat sebagai UMKM memiliki peranan besar dalam perekonomian di Indonesia saat ini. UMKM memiliki besaran kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto dengan persentase 60,51% atau senilai dengan Rp9.580 triliun. Melihat besarnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian negara, pemerintah mengadakan Program Pemerintah dengan nama Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dengan alokasi anggaran sebesar Rp95,13 triliun sebagai wujud dukungan dalam memajukan perekonomian UMKM di Indonesia kedepannya (Haryo, 2021).

Dalam pembiayaan tersebut, terdapat program yang memiliki sasaran yaitu ibu rumah tangga yang membangun usaha jasa atau membuat produk yang nantinya akan diperjualbelikan ke konsumen. Pemerintah memiliki program tersebut karena menurut data Badan Pusat Statistik (2021), 64,5% dari total pelaku UMKM di Indonesia dikelola langsung oleh kaum wanita. Selain itu, ada juga strategi nasional keuangan inklusif perempuan (SNKI Perempuan) yang bertujuan untuk memastikan wanita Indonesia memiliki pengetahuan, kapasitas, dan kesempatan untuk dapat berdaya secara ekonomi dan membantu pemerintah dalam meningkatkan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Melihat banyaknya program pemerintah yang mendukung berkembangnya UMKM wanita, maka para wirausahawan wanita ini juga harus berusaha untuk mengoptimalkan segala fasilitas yang diberikan dan disediakan. Dengan itu, para pelaku UMKM saat ini dituntut untuk harus memiliki pola pemikiran bisnis dan jiwa kompetitif terhadap para kompetitor untuk mempertahankan terus usahanya dalam jangka waktu lama sebagai wujud dari kinerja usaha mereka. Namun, tidak semua para wanita sebagai pelaku UMKM ini memiliki luasan pengetahuan yang cukup untuk menghadapi berbagai tantangan yang ada sekarang ataupun di masa mendatang pada bidang ekonomi dan digitalisasi. Permasalahan tersebut yang kerap kali menjadi tantangan bahkan hambatan dari mereka dalam meningkatkan kinerja usaha mereka.

Luasan pengetahuan yang dimaksud adalah digitalisasi dan pemasaran jasa atau produk mereka, sedangkan saat ini dengan adanya teknologi yang ada dapat mendorong tingkat kinerja usaha mereka sehingga kedepannya dapat menembus jangkauan pasar yang lebih luas dan massif melalui media sosial ataupun market place. Pentingnya pengetahuan ini juga sejalan dengan pendapat Utami (2018), yang memberikan pernyataan bahwa pengetahuan pemilik usaha memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan kinerja usaha. Selain itu, Liguori & Winkler (2020) juga menganggap pengetahuan merupakan sesuatu yang urgensi dalam upaya menaklukkan persaingan antar negara atau industri apapun. Dengan mendapatkan pengetahuan tersebut, nantinya akan dapat mendorong minat berwirausaha seseorang. Dengan itu, UMKM wanita membutuhkan berbagai pengetahuan dan inovasi nyata yang dapat mendorong kinerja usaha mereka dalam memperjualbelikan jasa atau produk mereka dan mengatasi berbagai tantangan atau hambatan yang ada.

Pada dasarnya kreativitas dan inovasi nyata juga merupakan unsur yang penting dalam berwirausaha. Upaya dalam mendorong kreativitas dan inovasi tersebut, biasanya dapat diperoleh melalui seminar kewirausahaan yang mana dilakukan untuk memperluas pengetahuan kewirausahaan dan strategi dalam memasarkan jasa atau produk mereka, berbagai pengenalan potensi usaha, bahkan *focus group discussion* antar wirausahawan untuk menggali permasalahan kinerja usaha yang dihadapi.

Kabupaten Belitung memiliki banyak UMKM Wanita yang masih perlu bantuan pemikiran untuk pengembangan usahanya. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, UMKM Wanita yang dijadikan sebagai mitra adalah UMKM Batik Kelekak.

Dalam upaya meningkatkan kinerja usaha UMKM Wanita di Kabupaten Belitung, khususnya UMKM Batik Kelekak, maka Tim PKM Universitas Tarumanagara berkontribusi untuk melakukan beberapa kegiatan pendampingan kewirausahaan secara langsung. Hal tersebut dilakukan karena pihak mitra menyadari bahwa memperluas pengetahuan kewirausahaan yang mereka miliki, berbagai pengenalan potensi usaha, dibutuhkan untuk mendorong dasar kreativitas serta inovasi nyata mereka dalam berwirausaha dan meningkatkan kinerja usaha mereka sebagai pelaku usaha secara langsung.

Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pemilik UMKM mengenal lebih luas mengenai pengetahuan berwirausaha, salah satunya adalah bagaimana cara memasarkan jasa atau produk yang mereka perjualbelikan dengan baik, dan memiliki karakter tangguh dalam menjalani usaha serta menghadapi berbagai hambatan yang ada sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha mereka dan membantu bangsa dalam meningkatkan perekonomian saat ini sampai di masa mendatang.

Untuk menghadapi permasalahan yang dialami oleh mitra, kami selaku Tim PKM Universitas Tarumanagara berkontribusi secara langsung sebagai narasumber yang melakukan kegiatan pendampingan UMKM. Kegiatan ini dianggap efektif dan dapat membentuk aspek moril seseorang dan membuat emosi wirausahawan wanita menjadi lebih kuat secara tidak langsung (Afridayani & Mu'arif, 2021). Sedangkan kegiatan *focus group discussion* juga dianggap merupakan metode yang dapat membantu partisipan dalam merefleksikan pemikiran mereka (Lai, dkk., 2020).

Target luaran kegiatan ini adalah berupa penyaluran pengetahuan mengenai kewirausahaan dan strategi dalam memasarkan jasa atau produk UMKM, dan berbagai pengenalan potensi usaha.

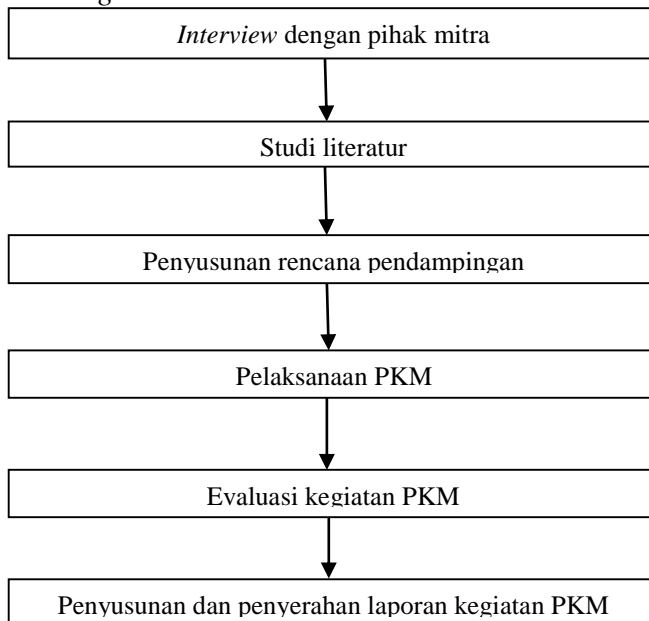
2. METODE PELAKSANAAN PKM

Untuk menjalankan kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan baik, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Universitas Tarumanagara perlu melakukan sejumlah metodologi secara bertahap supaya program yang direncanakan dapat terselesaikan dengan maksimal. Berdasarkan dengan permasalahan yang tengah dihadapi oleh mitra, maka kami, Tim PKM Universitas Tarumanagara, memberikan tawaran solusi berupa diadakannya pendampingan kewirausahaan dan *focus group discussion* (FGD) dengan pemilik UMKM wanita yang bergerak di pembuatan batik di Kabupaten Belitung.

Seminar kewirausahaan dilakukan untuk menyampaikan pengetahuan secara teoritis, sedangkan untuk FGD dilakukan dengan tujuan menghasilkan pemetaan potensi, mengetahui strategi pengembangan usaha, dan menemukan langkah-langkah yang perlu diimplementasikan sesuai dengan keadaan pasar sekarang. FGD dianggap dapat menemukan berbagai pengetahuan baru, pola pikir, pendapat, motivasi, bahkan masalah serta harapan berkaitan dengan masalah yang tengah dihadapi antar wirausahawan dengan cepat dan tepat.

Gambar 1.

Alur kegiatan PKM



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Batik merupakan produk yang memiliki nilai tradisional dan kelokalan yang disukai banyak orang termasuk para turis. Namun, pada saat ini di Kabupaten Belitung, UMKM batik masih kurang dikenal keberadaannya. Sedangkan menurut data Badan Pusat Statistik (2021), 64,5% dari total pelaku UMKM di Indonesia dikelola langsung oleh kaum wanita. Karena hal tersebut, pihak mitra harus dapat mengenali dahulu bagaimana proses kewirausahaan berjalan. Dengan adanya proses pengenalan kewirausahaan yang diberikan oleh Tim PKM Universitas Tarumanagara dalam bentuk seminar dan pendampingan, diharapkan dapat membantu mitra untuk melakukan peningkatan dalam melakukan pemasaran terhadap produknya secara baik hingga dapat mencapai target konsumen. Selain itu, diharapkan juga mitra memperoleh kelayakitan dari seorang konsumen yang kedepannya melakukan pembelian kembali pada produk yang mereka hasilkan.

Melihat keadaan saat ini, hasil produk dari mitra yang berupa Batik Kelekek yang dilakukan secara tradisional dan produk juga belum mempunyai label tersendiri, dan kemasan yang menarik. Selain itu, pengemasan juga menggunakan plastik biasa. Dengan hal itu, salah satu dari saran strategi pendampingan untuk melakukan perkembangan pada usaha ini adalah membuat sebuah identitas berupa label dan kemasan produk. Pernyataan ini didukung juga pada penelitian Irruba (2015) bahwa *labeling* dapat membantu suatu produk untuk dikenal.

Gambar 2.

Label yang dihasilkan Tim PKM Universitas Tarumanagara



Gambar 3.

Kemasan yang dihasilkan Tim PKM Universitas Tarumanagara



Analisis SWOT

Melalui analisis SWOT, kami melakukan penilaian terhadap posisi internal dan eksternal dari Batik Kelekak, salah satu UMKM Wanita di Tanjungpandan. Hasil Analisis kami mengidentifikasi faktor-faktor utama sebagai berikut:

Tabel 1.

Analisis SWOT

<i>Strenghts</i>	<i>Weaknesses</i>
1. Bahan baku yang digunakan merupakan bahan dengan kualitas baik.	1. Keterbatasan kapasitas produksi untuk memenuhi kebutuhan atau permintaan konsumen.
2. Produksi memperhatikan jumlah kebutuhan atau permintaan konsumen.	2. Teknologi untuk produksi masih tergolong menggunakan alat tradisional.
3. Tenaga kerja memiliki keterampilan yang baik.	3. Keterbatasan modal untuk perkembangan usaha.
4. Produk bisa dijual dengan harga mahal, tergantung dengan motif batik	4. Kondisi pemasaran yang belum ideal.
	5. Pengemasan produk yang masih

yang dibuat atau dijual.	kurang menarik.
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ol style="list-style-type: none">1. Mudah diperolehnya bahan baku.2. Sangat luasnya potensi pasar domestik ataupun mancanegara.3. Semakin meningkatnya tingkat permintaan batik.4. Pasar ekspor yang kini mulai terbuka.5. Adanya dukungan berupa pembinaan dan pengembangan dari pihak pemerintah.	<ol style="list-style-type: none">1. Peningkatan kompetitor atau jumlah usaha batik.2. Makin berkembangnya usaha batik <i>eco print</i>.3. Teknologi yang terbatas untuk mendukung proses produksi berakibat produk belum memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pasar.

Dengan dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan Tim Universitas Tarumanagara ini, seperti yang dapat diketahui bersama bahwasanya produk hasil dari mitra yaitu Batik Kelekak mempunyai kualitas baik dan memiliki daya jual yang tinggi juga. Namun, ternyata untuk pengenalan pada sisi kewirausahaan masih termasuk kurang atau terbatas. Selama ini mitra hanya sekadar menjual produknya, padahal sudah menjadi keharusan bahwa saat ini para produsen harus bertindak sebagai pengusaha yang harus siap bersaing dengan berbagai kompetitor dan memiliki strategi dalam mengembangkan usahanya dengan harapan dapat membantu mitra untuk melakukan peningkatan kinerja usaha miliknya.

4. KESIMPULAN

Dengan berjalannya kegiatan pengabdian kali ini, diharapkan pemahaman mengenai ilmu kewirausahaan yang dimiliki Tim PKM dapat tersalurkan kepada mitra dengan baik. Hal tersebut meliputi memahami bagaimana berjalannya sebuah proses berwirausaha yang terbagi menjadi ilmu kewirausahaan dari awal dan ide untuk melakukan perkembangan pada bisnis. Proses pendampingan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian terhadap para mitra ini memiliki manfaat untuk diberikannya beberapa masukan yang sekiranya akan diperlukan untuk melakukan perkembangan pada usaha Batik Kelekak tersebut. Dalam wujud lanjutan dari membantu perkembangan usaha berikutnya, tim PKM memberikan contoh label dan kemasan untuk Batik Kelekak dengan harapan kedepannya produk tersebut dikenal secara lebih luas dan memiliki ciri khas.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Terima kasih kepada LPPM Universitas Tarumanagara dan UMKM Wanita Batik Kelekak Tanjungpandan selaku mitra yang telah memberikan Tim PKM Universitas Tarumanagara fasilitas guna mendukung berjalannya proses kegiatan pengabdian. Kata terima kasih pun tak luput dihantarkan untuk pihak-pihak secara menyeluruh yang memiliki keterlibatan dalam mendukung terlaksananya kegiatan PKM ini.

REFERENSI

- Irrubai, M. L. (2015). Strategi labeling, packaging dan marketing produk hasil industri rumah tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram*, 13, 15-30.
- Malik, A., & Mulyono, S. E. (2017). Pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal melalui pemberdayaan masyarakat. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(1), 87-101.
- Nurrahmi, M., Saepudin, R., Zain, B. (2018). Strategi pemasaran madu hutan di kota Bengkulu.

Jurnal Sain Peternakan Indonesia, 13(2), 157-171.

Rapii, M. (2019). Mengukur potensi wirausaha pada program pelatihan kewirausahaan mahasiswa pendidikan ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 126-135.

Setiawan, A., Sulaeman, R., & Arlita, T. (2016). Strategi pengembangan usaha lebah madu Kelompok Tani Setia Jaya di Desa Rambah Jaya Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Online Mahasiswa Faperta*, 3(3).

Winahyu, N., Amirudin, F., & Azizah, I. N. (2021). Analisis pemasaran lebah madu klanceng (*trigona sp.*) di Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Agribest*, 5(1), 25-33.

Yuwomo, I., Salim, A. T. A., Romandoni, N., Putra, R. G., Rezika, W. Y., Putra, G. A. & Sari, P. A. (2021). Implementasi iptek di sektor bisnis rintisan (*start-up*) secara daring pada komoditas madu lebah kelanceng di wilayah Pacitan. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(4).