

PENERAPAN TEKNOLOGI KEWIRAUSAHAAN PADA KELOMPOK BATIK SEKAR CANTRIK TEMANGGUNG

Sandi Supaya¹, Makmun Riyanto¹, Mardinawati², Ahmad Wafa Mansur²

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang

²Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang

Jl. Prof. Soedarto, SH., No.1, Semarang, 50275

Kata kunci:

Batik, strategi pemasaran, pengelolaan usaha

Abstrak

Mitra pada Program Pengabdian Masyarakat ini adalah KUB Sekar Cantrik Temanggung. Tujuan dari program pengabdian adalah untuk meningkatkan jumlah dan kualitas produk batik tulis, meningkatkan omset penjualan, meningkatkan pendapatan Kelompok Batik Sekar Cantrik, serta menambah ketrampilan dalam mengimplementasikan perencanaan strategi pemasaran. Permasalahan pada mitra adalah bahwa kompor batik elektrik yang dimiliki hanya satu unit yang menghasilkan panas yang sudah tidak stabil. Proses nglorot terhambat karena harus meminjam alat dari kelompok PKK desa setempat. Hasil kain yang telah didesain dengan cara mengeblat masih kurang maksimal, karena proses ngeblat hanya dilakukan dilantai. Mitra belum mempunyai strategi pemasaran, pengelolaan usaha masih sederhana. Metode pendekatan yang akan digunakan adalah praktik menggunakan meja desain gambar, praktik menggunakan kompor batik elektrik dan kompor besar, serta menyusun strategi pemasaran. Solusi permasalahan adalah dibuat desain meja kaca, pengadaan kompor batik elektrik dan kompor besar, pelatihan dan implementasi strategi pemasaran. Hasil dari kegiatan adalah meningkatnya kualitas hasil batik, jumlah produksi batik tulis naik sebesar 10%, omzet penjualan naik rata-rata sebesar 10% serta menghasilkan dokumen strategi pemasaran.

Corresponding Author:

Sandi Supaya,

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang, Jl. Prof. Soedarto, SH., No.1, Semarang, 50275

E-mail: sandi552017@gmail.com

PENDAHULUAN

Desa Gesing Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung dikenal dengan penghasil kopi robusta terbesar di Kecamatan Kandangan, 80% masyarakatnya sebagai petani kopi dan beberapa orang bergabung dalam kelompok sekaligus sebagai pengolah kopi. Kopi mempunyai masa panen setahun sekali yaitu sekitar bulan Juli – Agustus.

Disela-sela mengelola kopi tersebut, masih terdapat beberapa masyarakat yang mengembangkan usaha kerajinan lainnya, yang dibuat dalam kelompok usaha (KUB).

Salah satu usaha kerajinan yang dibentuk dalam KUB tersebut adalah KUB kerajinan batik. Tujuan dibentuknya kelompok bagi masyarakat di desa tersebut untuk menambah pendapatan keluarga selain dari usaha pengelolaan kopi.

Mitra dalam program pengabdian kepada masyarakat ini adalah kelompok pengrajin batik yang berada di Dusun Sodong, Desa Gesing, Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung. Kelompok batik ini diberi nama KUB Sekar Cantrik, dibentuk pada tahun 2017. KUB Sekar Cantrik diketuai oleh Ibu Rifai. Jumlah anggota sebanyak 9 orang ibu rumah tangga.

KUB memproduksi batik tulis dan batik cap. Proses produksi batik tulis, diawali dengan membuat desain pada kain mori dengan cara mengeblat, kemudian dilanjutkan proses mencanting dan pewarnaan, serta proses lorot. Proses desain pada kain, kelompok ini mengerjakan di lantai, dikarenakan belum memiliki meja khusus untuk mengeblat. Pada proses nglorot kelompok harus menunggu pinjaman kompor dari perabot yang dimiliki oleh PKK desa setempat.

Hasil kain batik dipasarkan melalui kenalan atau dalam kegiatan pameran yang diadakan oleh pemerintah daerah setempat. Sebagian besar penjualan berdasarkan pesanan, sehingga pada saat memproduksi batik, sudah mengikuti permintaan pesanan, baik warna atau motif yang diinginkan. Beberapa pesanan diterima dari perangkat Desa Gesing, yang digunakan sebagai seragam perangkat desa setempat. Terkadang banyak tamu ke Desa Gesing dari luar kota dengan tujuan untuk study banding kopi. Beberapa tamu yang berkunjung, oleh perangkat desa diajak berbelanja atau melihat hasil kerajinan batik, sebagai oleh-oleh. Namun pemasaran belum begitu luas, masih terbatas pada pesanan kenalan, acara pameran biasanya dititipkan pada kelompok yang ikut pameran dan tamu yang datang untuk studi banding kopi. Sejak masa pandemi covid 19 ini belum banyak kegiatan pameran yang diselenggarakan di kota Temanggung dan sekitarnya. KUB hanya mengandalkan tamu yang berkunjung datang ke lokasi, kemudian melihat hasil produk yang di pajang di rumahnya. Rata-rata omset penjualan hasil batik adalah sebesar Rp 2.000.000./bulan

Berdasarkan analisis situasi di atas, maka permasalahan yang ada pada KUB Sekar Cantrik adalah: kompor batik elektrik yang dimiliki hanya satu unit yang menghasilkan panas yang sudah tidak stabil. Proses nglorot terhambat karena harus meminjam alat dari kelompok PKK desa setempat. Hasil kain yang telah didesain dengan cara mengeblat masih kurang maksimal, karena proses ngeblat hanya dilakukan dilantai. KUB belum

mempunyai strategi pemasaran, pengelolaan usaha masih sederhana. Adapun tujuannya adalah KUB dapat meningkatkan kualitas hasil batik tulis dan menyusun strategi pemasaran dan pengelolaan usaha pada kelompok batik.

METODE

Berdasarkan solusi permasalahan di atas, maka metode pendekatan yang digunakan adalah Praktek menggunakan meja kaca untuk mendesain kain mori dengan cara ngeblat, menggunakan gambar pada kertas kalkir. Kertas karkir yang sudah didesain diletakkan di atas meja kaca, kain mori diletakan diatasnya, kemudian lampu yang berada di bawah kaca dinyalakan, agar gambar tampak jelas dan mudah untuk dijiplak pada kain mori. Praktek menyanting menggunakan kompor batik elektrik yang telah disiapkan oleh Tim pengabdian. Dalam rangka meningkatkan kualitas membatik dengan canting, Tim telah mengundang tenaga pelatih untuk memberikan teknik-teknik menyanting yang benar dan rapi. Pada praktek ini peserta menyanting dari hasil kain yang telah didesain menggunakan meja. Praktek ngeblat pada kain dan menyanting tersebut menggunakan alat meja kaca dan kompor batik elektrik yang telah disiapkan oleh Tim.

Pelatihan dan praktek menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang telah disiapkan oleh Tim. Dengan diimplementasikan strategi pemasaran tersebut, diharapkan kelompok pengrajin dapat meningkatkan penjualan melalui target pasar yang baru. Untuk memperluas penjualan produk batik, bisa dilakukan dengan mengikuti perkembangan teknologi informasi khususnya pada kegiatan pemasaran, yaitu melalui sebuah website toko online di mana pembeli bisa berasal dari banyak daerah (Susanto.2019).

Selain praktek strategi pemasaran, KUB Sekar Cantrik akan diberi pelatihan dan praktek mengelola usaha agar kegiatan dalam mengelola usaha batik dapat berjalan dengan baik.

Tim program pengabdian masyarakat akan mendampingi mitra selama program berlangsung. Pendampingan dilakukan pada proses pekerjaan membuat batik tulis, menggunakan meja gambar, implementasi strategi pemasaran, dan teknik pengelolaan usaha.

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada bulan Juni sampai bulan Juli 2022. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melibatkan Mitra Kelompok Batik Sekar Cantrik Desa Gesing Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung. Kegiatan berbentuk pelatihan dan praktek pada bidang produksi, manajemen dan pemasaran.

Kegiatan pada tahap awal berupa koordinasi dengan Mitra yang dilaksanakan di rumah ketua kelompok. Hasil koordinasi adalah menentukan tempat dan waktu kegiatan, beserta menyiapkan bahan dan memesan peralatan batik yang akan dihibahkan kepada kelompok batik.

Kegiatan tahap bertempat di Balai Desa Gesing Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung. Acara diikuti oleh anggota Kelompok Batik Cantrik Desa Gesing. Kegiatan ini diawali dengan menyerahkan kompor batik elektrik sebanyak 2 (dua) unit dan kompor nglorot sebanyak 1 (satu) unit, serta meja gambar 1 unit. Sebagai bahan praktek dibagikan bahan kain mori sebanyak 4 (empat) potong dan malam/lilin.

Setelah peserta menerima kain, dilanjutkan dengan praktek menggambar pada kain menggunakan meja kaca. Cara mendesain kain mori dengan ngeblat, menggunakan gambar dari desain yang sudah dibuat pada kertas kalkir. Kertas kalkir yang sudah didesain diletakkan di atas meja kaca, kain mori diletakan di atasnya, kemudian lampu yang berada di bawah kaca dinyalakan, agar gambar tampak jelas dan mudah untuk dijiplak pada kain mori. Harapannya hasil desain pada kain mori mempunyai kualitas lebih sempurna.

Untuk meningkatkan ketrampilan membatik pada acara tersebut, Tim telah mendatangkan pelatih untuk mendampingi praktek membatik. Pelatih telah memberikan teknik cara membatik agar menghasilkan kualitas batik yang bagus dan rapi, sampai pada tahap pewarnaan.

Peserta melakukan praktek menyanting menggunakan kompor batik elektrik yang sudah disiapkan oleh Tim. Hasil kain mori yang sudah didesain dengan cara diblat menggunakan meja kaca tersebut, langsung dipakai praktek menyanting dengan didampingi oleh pelatih

Praktek mengaplikasikan strategi pemasaran yang telah disiapkan oleh Tim. Dengan diimplementasikan strategi pemasaran tersebut, diharapkan kelompok pengrajin dapat meningkatkan penjualan melalui target pasar yang baru. Untuk memperluas penjualan produk batik, bisa dilakukan dengan mengikuti perkembangan teknologi

informasi khususnya pada kegiatan pemasaran, yaitu melalui sebuah website toko online di mana pembeli bisa berasal dari banyak daerah (Susanto.2019). Pemasaran yang sedang dikembangkan pada semua sektor, adalah pemasaran online melalui bantuan teknologi internet yang dapat meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran media sosial penting, karena setiap jenis media sosial memiliki karakter yang berbeda, setidaknya karakter yang berkaitan dengan jenis audiens, ukuran, serta konten (Permana, 2019). Ada tujuh strategi pemasaran produk UKM di tengah pandemi covid-19 yang dapat dilakukan (Mohadi, 2021): 1). Jangan Hanya Berjualan, Tunjukkan Dukungan Pada Pelanggan; 2) Gunakan Topik dan Kata Kunci untuk Penargetan yang Tepat; 3) Strategi Pemasaran Melalui Aplikasi dan Konten Online; 4) Pastikan Keamanan Produk Anda Diperlihatkan saat Promosi Penjualan; 5) Manfaatkan Berbagai Media; 6) Targetkan Pelanggan Setia; 7) Buat Strategi Pemasaran Produk yang Relevan

Selain praktek strategi pemasaran, Mitra diberi pelatihan dan praktek mengelola usaha agar kegiatan dalam mengelola usaha batik dapat berjalan dengan baik.

Hasil kegiatan antara lain membuat desain gambar pada kain mori menggunakan meja gambar, pelatihan dan praktek menyanting menggunakan kompor batik elektrik, praktek melorot serta pelatihan dan praktek menyusun strategi pemasaran. Setelah mengikuti pelatihan dan praktek membatik maka kualitas hasil produk kain batik menjadi lebih rapi, sehingga berharap harga jual akan menjadi lebih tinggi. Kelompok pengrajin telah menerapkan model penjualan menggunakan whatsApp, dan Instagram yang selama ini sudah digunakan. Dari hasil model pemasaran baru telah terdapat peningkatan penjualan sebanyak 20%, sehingga dapat meningkatkan pendapatan bagi kelompok.

Serah terima alat, dokumentasi pelatihan dan praktek terdapat pada gambar berikut.



Gambar 1: Praktek ngeblat di meja kaca

Sumber: Dokumentasi kegiatan



Gambar 2: Serah terima alat ke Mitra

Sumber: Dokumentasi kegiatan



Gambar 3: Pedampingan pemasaran

Sumber : Dokumentasi kegiatan



Gambar 4: Praktek menyating
Sumber : Dokumentasi kegiatan



Gambar 5: Proses pewarnaan dengan menyolet
Sumber : Dokumentasi kegiatan



Gambar 6: Gambar produk batik tulis motif kopi dan aglonema
Sumber : Dokumentasi kegiatan

SIMPULAN

Kelompok batik Sekar Cantrik mampu mendesain gambar motif batik pada kain mori menggunakan meja gambar, dengan cara menjiplak (ngeblat). Ketrampilan

menyanting pada kain mori yang sudah digambar meningkat, dengan hasil kain batik yang lebih rapi. Dampak dari peningkatan ketrampilan tersebut maka dapat meningkatkan jumlah produksi sebesar 10%. Kelompok pengrajin mampu menyusun strategi pemasaran, serta mampu menambah media pemasaran online menggunakan Instagram dan whatsapp. Melalui model pemasaran tersebut penjualan dapat meningkat sebesar 10% setiap bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kasmi , Adi Nurdian Candra. 2017. Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. Lampung: Jurnal Aktual STIE Trisna Negara Volume 15 (2) p. 109-11
- [2] Mohadi, Rijal Fahmi. 2021. 7 Strategi Pemasaran Produk di Tengah Wabah Corona. Mekari-Jurnal Entrepreneur. <https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-pemasaran-produk-di-saat-masa-pandemi-wabah-covid-19/>
- [3] Permana, Andrian. 2019. Pemasaran Melalui Media Sosial Solusi Pemasara Digital Bisnis Anda. <https://seoanaksholeh.com/pemasaran-melalui-media-sosial/>
- [4] Susanto, Wahyu Eko; Siti Makrifatul Arifah. 2019. Rancang Bangun E-Commerce Batik Tulis Berbasis Website Dengan Metode Rapid Application Development. Jogyakarta: Bianglala Informatika Vol. 7 No. 1. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/Bianglala/article/view/6188/3405> p.85-91