

PEMBERDAYAAN PENGRAJIN BATIK “PAGUYUBAN UKM WANITA BERKARYA” DI DESA PILANG MASARAN SRAGEN MELALUI DIGITALISASI MARKETING

Moh. Danang Bahtiar¹, Rediyanto Putra², Paramitha Nerisafitra³, Suci Rohayati¹

¹Prodi Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri Surabaya

²Prodi Akuntansi, Universitas Negeri Surabaya

³Prodi Teknik Informatika, Universitas Negeri Surabaya

Kata kunci:

Gender Equility
Digital Marketing
Usaha Kecil Menengah
(UKM)

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini dilakukan untuk membantu menyelesaikan masalah terbesar yang dihadapi oleh Paguyuban UKM Wanita Berkarya yaitu mengenai pemasaran produk. Sebagian besar anggota UKM tersebut masih melakukan pemasaran produknya secara tradisional yaitu dengan menjual secara langsung di toko – toko atau outlet sehingga produk mereka kurang dikenal oleh pasar secara luas. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan solusi sebagai berikut: 1) Melakukan pelatihan strategi marketing dengan menggunakan platform digital sebagai upaya mengoptimalkan penjualan hasil produksi batik, 2) Mengembangkan media website sebagai market place produk batik. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri (1) survey lapangan (mitra); (2) Koordinasi dengan ketua dan pengurus paguyuban; (3) Sosialisasi program; (4) Pelaksanaan program; dan (5) Evaluasi kegiatan dan penyusunan laporan kegiatan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini telah terlaksana dengan baik dan lancar baik. Hasil evaluasi kegiatan melalui angket kepuasan peserta menunjukkan bahwa seluruh memberikan respon yang positif terhadap kegiatan ini karena memberikan manfaat dalam meningkatkan kemampuan untuk menggunakan platform digital marketing menggunakan Toko Online Batik Wanita Berkarya yang telah dikembangkan oleh tim PkM sebagai media promosi dan penjualan produk batik yang dihasilkan.

Corresponding Author:

Moh. Danang Bahtiar

Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri Surabaya, Jl. Ketintang Surabaya Jawa Timur, 60231

E-mail: mohbahtiar@unesa.ac.id

PENDAHULUAN

Kontribusi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terhadap pendapatan negara mencapai 61,1% pada tahun 2021. Faktanya, mayoritas UMKM, 64,5% atau 37

juta jiwa di Indonesia, adalah perempuan yang mengelola, oleh karena itu peran perempuan pengusaha dalam sektor ini sangat besar. mendukung perekonomian Indonesia sangatlah penting. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 menunjukkan 64,5% UMKM dikelola oleh perempuan. Namun para pengusaha perempuan ini masih menghadapi sejumlah tantangan yang menyulitkan mereka untuk mengembangkan usahanya. Samira Shihab, pendiri Stellar Women, mengatakan tantangan yang dihadapi banyak pengusaha perempuan mulai dari permodalan, akses terhadap pengembangan keterampilan, manajemen bisnis, pemasaran hingga stigma sosial yang dapat menghambat pertumbuhan bisnis mereka.

Pemerintah menyadari potensi UMKM, sehingga dalam beberapa tahun terakhir telah dikeluarkan kebijakan untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro dan kecil agar dapat menjadi usaha menengah. Namun banyak UKM yang masih menghadapi berbagai kendala, termasuk permasalahan pemasaran produk yang dapat berdampak pada menurunnya permintaan produk dan kelangsungan usaha.

Paguyuban UKM Wanita Berkarya merupakan sebuah organisasi yang didirikan pada tahun 2019 dengan beranggotakan 120 pengusaha wanita yang berasal dari dua desa yaitu desa Pilang dan desa Kliwonan Kabupaten Sragen. Semua anggota paguyuban ini adalah perempuan yang bergerak dalam bidang usaha kerajinan batik. Berdasarkan observasi awal dengan melakukan wawancara kepada ketua paguyuban UKM Wanita Berkarya diperoleh data bahwa masalah terbesar yang dihadapi oleh UKM tersebut adalah pemasaran produk. Sebagian besar anggota UKM tersebut masih melakukan pemasaran produknya secara tradisional yaitu dengan menjual secara langsung di toko – toko atau outlet sehingga produk mereka kurang dikenal oleh pasar secara luas. Penggunaan platform digital dalam penjualan produk masih belum dimanfaatkan secara optimal oleh para anggota UKM, Sebagian anggota UKM selama ini mencoba untuk memasarkan produk dengan melakukan penjualan online melalui shoope, toko pedia, Lazada dan media sosial seperti Instagram dan facebook akan tetapi hasilnya kurang optimal karena produk yang dijual disana terlalu banyak sehingga tidak fokus pada produk hasil UKM Wanita Berkarya sehingga produk mereka tidak bisa menjadi star seller.

Pemasaran telah mencapai titik dalam evolusinya di mana adaptasi terhadap tren digital sangatlah penting. Kemunculan teknologi digital telah mengubah total kehidupan manusia dan menambah dimensi baru dalam perilaku konsumen. Menanggapi perubahan

yang sedang berlangsung dalam dinamika sosiokultural, pendapat ini menjelaskan tentang budaya konsumen digital dan manfaat budaya konsumen digital bagi proses akulturasi digital. Interaksi manusia dengan komunitas global dan lokal menemukan jalur baru dengan munculnya teknologi Web 2.0 dan penggunaan media sosial (Hajli, 2014).

Saat ini kita telah memasuki era Marketing 4.0. Kenyamanan dan konektivitas yang ditawarkan oleh media sosial, teknologi seluler, dan bentuk teknologi dan aplikasi digital lainnya mendorong asimilasi, integrasi, atau akulturasi eksternal dari komunitas pengguna itu sendiri (Rakhman dan Trihantoyo, 2020). Beberapa orang berpendapat bahwa konsumen postmodern di era neo-liberal sering menunjukkan perilaku paradoks (Maiti dan Bidinger, 1981) dan bahwa penggunaan teknologi digital terus meningkatkan keterlibatan mereka dalam kelompok-kelompok yang memiliki pandangan dan keyakinan yang sama, tanpa memandang jarak geografis (Husna dkk., 2021). Keadaan ini memaksa para pengusaha untuk memikirkan bagaimana cara mengembangkan usahanya serta strategi pemasaran sistematis yang belum pernah terpikirkan sebelumnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penting untuk melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas anggota UKM Wanita Berkarya terutama dalam mengoptimalkan platform digitalisasi marketing berupa website sebagai market place dan media informasi publik untuk mempromosikan produk-produk yang dihasilkan oleh UKM pengrajin batik paguyuban wanita berkarya sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat atau calon konsumen secara luas.

METODE

Waktu dan Tempat

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilakukan dengan pemberian pelatihan dan pendampingan kepada Guru MGMP Akuntansi SMK Provinsi Jawa Timur. Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk penyajian materi dan pendampingan untuk mengembangkan media pembelajaran akuntansi berbasis ICT dengan menggunakan software *lectora inspire*. Kegiatan Evaluasi dilakukan pada akhir kegiatan dilakukan dengan membagikan angket respon serta mengumpulkan tugas dari para peserta. Kegiatan PKM ini diikuti oleh Guru Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) MGMP Akuntansi Jawa Timur sebanyak 40 orang guru. Lokasi kegiatan PKM bertempat di SMK Negeri 1 Ponorogo.

Prosedur pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilakukan dengan

menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan meliputi (1) survei lapangan (kemitraan); (2) Berkoordinasi dengan mitra; (3) Sosialisasi program; (4) Implementasi Program; dan (5) Mengevaluasi kegiatan dan menyusun laporan kegiatan.



Gambar 1. Alur Kegiatan PKM

Sumber: Suhartini, dkk., 2021

1. Survei Lapangan

Metode pertama yang digunakan adalah survei lapangan. Metode survei ini dilakukan dengan cara mendatangi langsung lokasi mitra melakukan aktivitasnya. Tujuannya adalah untuk lebih memahami permasalahan atau kendala yang dihadapi mitra sehingga selanjutnya dapat membuat program yang disesuaikan dengan kondisinya.

2. Koordinasi

Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan perizinan kepada pihak – pihak terkait agar kegiatan PKM dapat terlaksana dengan lancar serta mendapatkan dukungan yang positif dari seluruh pihak.

3. Sosialisasi Program

Sosialisasi program dimaksudkan untuk menginformasikan perencanaan rangkaian kegiatan pelaksanaan yang akan dilakukan. Pada kegiatan ini sosialisasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti whatsapp, Instagram, facebook dll.

4. Pelaksanaan Program

Tahap ini merupakan bentuk implementasi dari program yang telah direncanakan yaitu dengan melaksanakan pelatihan strategi marketing sebagai upaya memaksimalkan penjualan hasil produksi UKM Pengrajin Batik “Paguyuban Wanita Berkarya” serta mengembangkan dan melakukan pelatihan pembuatan Website dan E-Commerce untuk memasarkan hasil produksi anggota UKM tersebut.

5. Evaluasi Program

Langkah terakhir dalam kegiatan PKM ini adalah melakukan evaluasi program. Evaluasi program dapat dilakukan dengan metode diskusi. Cara ini digunakan untuk berbagi hal-hal yang belum dipahami mitra pada program sebelumnya. Mitra dapat mengajukan pertanyaan untuk meningkatkan tingkat pemahaman dan penguasaannya. Kegiatan evaluasi juga dilakukan dengan memberikan angket umpan balik kepada peserta untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan PKM.

HASIL KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini telah dilakukan pada tanggal 28-29 Juli 2023 bertempat di Aula Gedung Serbaguna Desa Pilang Masaran Sragen - Jawa Tengah. Bentuk kegiatan PkM yang dilakukan adalah mengadakan kegiatan pelatihan digitalisasi marketing dan pengelolaan keuangan untuk UKM. Sasaran peserta kegiatan pelatihan ini adalah anggota UKM Wanita Berkarya yang memiliki usaha sebagai pengrajin batik. Kegiatan ini diikuti oleh sebanyak 30 orang peserta dan semuanya adalah wanita yang memiliki usaha sebagai pengrajin batik.



Gambar 2. Pamflet Kegiatan PKM

Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2023

Sesuai dengan tema yang diambil dalam kegiatan PkM ini yaitu GESI (Gender Equity and Social Inclusion) kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memberdayakan pengrajin batik yang tergabung dalam Paguyuban UKM Wanita Berkarya sehingga mampu mengoptimalkan penjualan hasil produksi batiknya melalui penggunaan platform digital sebagai media promosi dan penjualan.

Sebagai bentuk transfer teknologi yang diberikan kepada Paguyuban UKM Wanita Berkarya, maka tim PkM telah mengembangkan sebuah platform digital berupa website sebagai media marketing dan E-Commerce yang diberi nama “Toko Online Batik UKM Wanita Berkarya”.



Gambar 3. Website Toko Online Batik UKM

Sumber: Data dikembangkan penulis, 2023

Website ini didesain oleh tim pengembang yang terdiri dari anggota tim PkM secara khusus sehingga dapat digunakan sebagai media promosi sekaligus E-Commerce atau toko online untuk penjualan hasil produksi batik anggota UKM Wanita Berkarya. Alamat website toko online UKM Wanita Berkarya dapat diakses pada alamat <https://batikwanitaberkarya.com/>. Melalui pengembangan media digital berupa website ini diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan yang saat ini dihadapi oleh para perajin batik khususnya terkait promosi produk sehingga dapat meningkatkan penjualan produk batiknya. Karena penggunaan platform digital akan semakin cepat dan mudah diakses oleh masyarakat luas, baik domestik maupun internasional, dalam waktu yang sangat singkat.

Kegiatan pelatihan yang diberikan kepada anggota UKM Wanita Berkarya ini dalam bentuk workshop mengenai pentingnya penggunaan platform media digital seperti website sebagai market place produk batik mereka. Materi ini disampaikan oleh anggota tim PkM yaitu Ibu Paramitha Nerisafitra, S.ST., M.Kom. selaku pakar ahli pengembangan media digital. Selain memperoleh materi peserta juga langsung dilatih untuk praktik mencoba menggunakan platform digital berupa website Toko Online UKM Wanita Berkarya sehingga mereka dapat mengetahui dengan lebih jelas mengenai manfaat dari penggunaan media digital ini. Peserta diberikan pelatihan untuk mampu mengelola website tersebut untuk posting produk batik mereka yang dapat berupa kain, baju pria, baju wanita maupun aksesoris batik. Selain itu mereka juga diberikan pelatihan bagaimana dapat mengelola website tersebut jika terdapat pesanan dari pelanggan, hingga proses pembayaran sampai dengan pengiriman barang tersebut kepada pelanggan.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing

Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2023

Pada tahap akhir kegiatan seluruh peserta pelatihan diberikan link untuk mengisi angket/kuesioner mengenai respon dan tanggapan mereka mengenai kegiatan pelatihan yang telah diberikan. Hal ini juga merupakan bentuk kegiatan evaluasi terkait pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) tersebut. Evaluasi ini dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan yang telah diberikan apakah sesuai dengan kebutuhan, materi workshop apakah dapat dipahami dan diterapkan dengan mudah oleh peserta, dan sistematika materi pelatihan apakah sudah disampaikan dengan urut dan jelas.

PEMBAHASAN

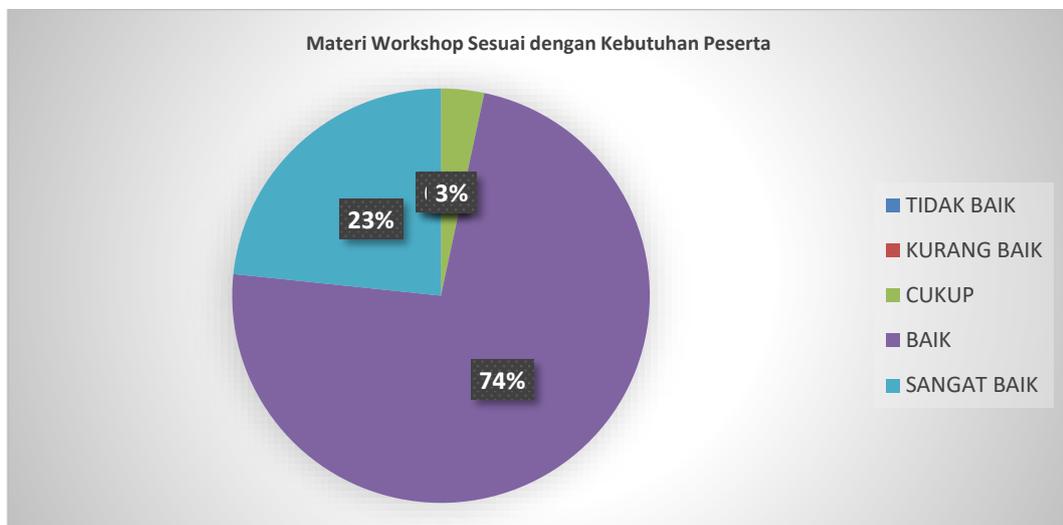
Hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan pelatihan menunjukkan bahwa seluruh peserta pelatihan memberikan tanggapan yang baik dan positif. Hal ini dapat dilihat dari hasil angket evaluasi dari seluruh peserta pelatihan.



Gambar 5. Pengisian Angket Evaluasi Kegiatan

Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2023

Hasil respon peserta dapat dilihat pada gambar berikut:

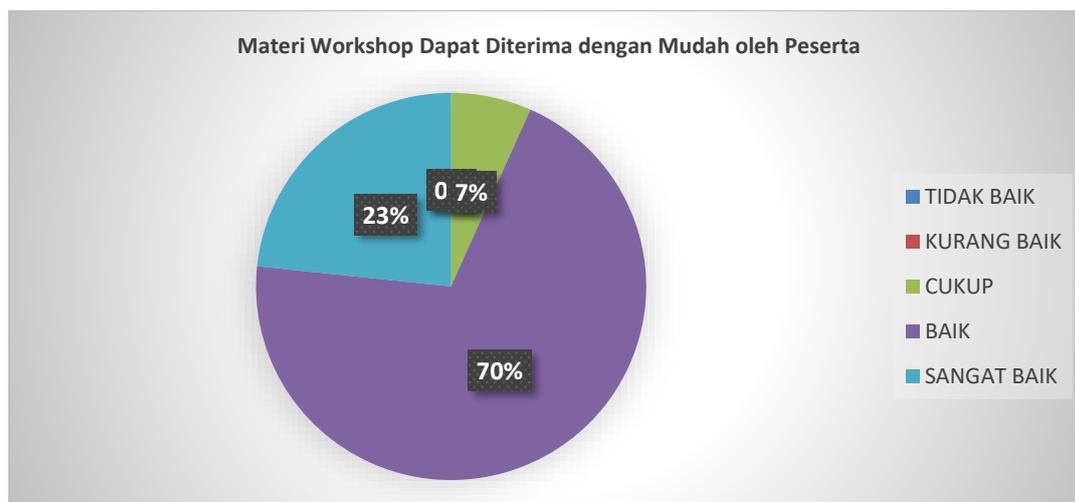


Gambar 6. Respon Peserta Terhadap Materi Pelatihan

Sumber: Data Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan gambar 6 diatas, sebanyak 23% peserta memberi tanggapan “Baik Sekali”, 74% peserta memberi tanggapan “Baik”, dan 3% peserta memberi tanggapan “Cukup” terkait kesesuaian pelatihan yang diberikan dengan kebutuhan peserta. Menurut hasil persentase tersebut, dapat diberikan kesimpulan bahwa mayoritas peserta

memberikan respon yang positif terhadap kegiatan pelatihan yang diberikan karena sesuai dengan kebutuhan mereka.



Gambar 7. Respon Peserta Terhadap Pemahaman Materi

Sumber: Data Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan gambar 7 diatas dapat diketahui respon peserta terhadap pemahaman materi pelatihan yang disampaikan dan penerapannya yaitu sebanyak 23% peserta memberi tanggapan “Baik Sekali”, 70% peserta memberi tanggapan “Baik”, dan 7% peserta memberi tanggapan “Cukup”. Menurut hasil persentase tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas peserta memberikan respon yang positif karena mereka dapat memahamai dan mampu menerapkan dengan baik materi pelatihan yang diberikan.

SIMPULAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini memiliki tujuan untuk memberikan pembekalan dalam meningkatkan kemampuan wirausaha UKM Wanita Berkarya terutama dalam mengoptimalkan platform digitalisasi marketing sebagai market place dan media promosi produk yang dihasilkan oleh UKM Wanita Berkarya sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat secara luas. Kegiatan ini telah terlaksana dengan baik. Hasil evaluasi kegiatan melalui angket kepuasan peserta menunjukkan bahwa peserta antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan ini mulai awal hingga akhir kegiatan serta memberikan respon yang positif karena kegiatan ini memberikan manfaat dalam meningkatkan kemampuan mereka untuk menggunakan platform digital marketing sebagai media promosi dan penjualan produk batik yang dihasilkan. Tindak lanjut kegiatan PkM ini dapat dilakukan dengan memberikan pendampingan secara intensif bagi para anggota UKM Wanita Berkarya untuk mampu menjalankan atau mengoperasikan

platform digital marketing yang telah dikembangkan yaitu website Toko Online Batik Wanita Berkarya sehingga nantinya mampu membantu mereka dalam mempromosikan produk batik yang dihasilkan sehingga nantinya dapat meningkatkan volume penjualan produk mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hajli, Nick. (2014). A Study of the impact of Social media on Consumers. *International Journal of Market Research*, 56(3), 387-404. Doi: 10.2501/IJMR-2014-025
- [2] Husna, A. N., Zahra, A. A., Rosyidi, M. I., Qomariyah, L., Kurniaty, Y., Muhammad Eka Purbaya, F. A. A., Perdana, A. I., Triaji, A., Romadlon, F., Yuhanita, N. N., Kurniati, A., Alifah, A. N., Farenanda Kusuma Wardani, H., Akhmad Liana Amrul Haq, M. N., Febriyanti, Febrianti, I. D., Faizah, R., Salsabila, S., Puspitasari, E. D., ... Muflikhah, R. S. (2021). *Memberdayakan Masyarakat Digital*.
- [3] Maiti, & Bidinger. (1981). "Model Pembelajaran Probing-Prompting". *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- [4] Rakhman, M. L., & Trihantoyo, S. (2020). Meningkatkan Keterserapan Lulusan Program Keahlian Multimedia Di Smk Negeri 12 Surabaya. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan Volume*, 08(03), 199–212.
- [5] Suhartini, S., Sudianto, A., Gunawan, I., Permana, B. A. C., Ahmadi, H., Fathurrahman, I., & Nurhidayati, N. (2021). Pembinaan kewirausahaan berbasis teknologi untuk mengembangkan jiwa Technopreneurship. *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 1-7.