

PEMBERDAYAAN KAMPUNG TEMATIK BATIK DURENAN INDAH SEMARANG MELALUI PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING DAN PENYUSUNAN HPP

Siti Arbainah¹⁾, Mohamad Hasanudin²⁾, Lardin Korawijayanti³⁾, Rudi Handoyono⁴⁾,
Tutik Dwi Karyanti⁵⁾, Maria Theresia Heni Widyarti⁶⁾, Arum Febriyanti
Ciptaningtias⁷⁾, Ardian Widiarto⁸⁾, Alvianita Gunawan Putri⁹⁾, Musyafa Al Farizi
10), Kenneth Pinanditho¹¹⁾, Bagas Putra Pradana¹²⁾

¹⁻¹²⁾Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang, Jl. Prof. Soedarto, SH.,
Semarang, 50275
siti.arbainah@polines.ac.id

ABSTRAK: *Kampung Tematik Batik Durenan Indah merupakan salah satu kampung Tematik Kota Semarang yang berada di Kelurahan Mangunharjo. UMKM batik di Kampung Tematik Batik ini mayoritas masih menggunakan sistem pemasaran konvensional dari mulut ke mulut, dengan cakupan yang terbatas. Selanjutnya dalam menentukan harga jual masih menggunakan sistem "kira-kira" dan belum menggunakan dasar perhitungan harga pokok produksi (HPP) yang tepat. Program Studi Akuntansi Manajerial Polines dengan berbasis analisis kebutuhan, berupaya mengatasi permasalahan tersebut melalui pemberdayaan kampung tematik batik Durenan Indah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan digital marketing (membuat dan mengupdate Google Business) dan penghitungan HPP. Dari program ini, UMKM Batik Durenan Indah dapat menambah pengetahuan tentang digital marketing, mampu memanfaatkan Google Business untuk memperluas pemasaran produk, sekaligus dapat menyusun HPP (Harga Pokok Produksi) sebagai dasar penentuan harga jual. Kecuali pemberdayaan pengetahuan, Polines juga meningkatkan pemberdayaan produksi dengan menyerahkan bantuan sesuai kebutuhan yaitu kompor untuk produksi sebanyak 5 buah; paket bahan-bahan membuat 5 paket; dan bantuan bahan-bahan keperluan praktik membuat untuk anak-anak SD sebanyak 15 paket. Melalui pendampingan ini diharapkan dapat menumbuhkan kembali semangat membuat di masyarakat, sehingga batik tetap lestari menjadi salah satu kekayaan budaya dan seni Indonesia, sekaligus menjadi sumber peningkatan pendapatan masyarakat dalam mendukung pemberdayaan ekonomi.*

Kata kunci: *Kampung Tematik, Digital Marketing, Harga Pokok Produksi, UMKM.*

ABSTRACT: *The Durenan Indah Thematic Batik Village is one of the thematic villages of Semarang City, located in Mangunharjo Village. The majority of batik MSMEs in the Tematik Batik Village still use the conventional word of mouth marketing system, with limited coverage. Furthermore, in determining the selling price, we still use an "approximate" system and do not use the correct basis for calculating the cost of production (HPP). The Polines Managerial Accounting Study Program, based on needs analysis, seeks to overcome these problems by empowering the Durenan Indah batik thematic village by providing training and assistance in digital marketing (creating and updating Google Business) and COGS calculations. From this program, Durenan Indah*

Batik MSMEs can increase their knowledge about digital marketing, are able to utilize Google Business to expand product marketing, and can also prepare COGS (Cost of Production) as a basis for determining selling prices. Apart from empowering knowledge, Polines also increased production empowerment by providing assistance as needed, namely 5 stoves for production; 5 packages of batik materials; and 15 packages of materials needed to practice batik for elementary school children. Through this assistance, it is hoped that the enthusiasm for batik can be rekindled in the community, so that batik remains sustainable as one of Indonesia's cultural and artistic treasures, as well as being a source of increasing community income to support economic empowerment.

Keywords: *Thematic Village, Digital Marketing, Cost of Goods Production, MSMEs.*

PENDAHULUAN

Kampung Tematik adalah program inovasi Pemerintah Kota Semarang dalam mengurangi permasalahan dalam memenuhi kebutuhan dasar yang utama antara lain meningkatkan kualitas wilayah rumah tinggal masyarakat dan sarana prasarana permukiman serta meningkatkan potensi perekonomian kreatif (Syarif & Wijaya, 2019). Kampung Tematik menjadi titik utama sasaran pihak Kelurahan untuk melakukan perbaikan antara lain perbaikan daerah lingkungan kumuh, melakukan penghijauan wilayah secara intensif, menjadikan masyarakat setempat aktif dan kreatif serta peningkatan potensi sosial ekonomi masyarakat wilayah tersebut (Martuti et al., 2017).

Salah satu kampung Tematik di wilayah kecamatan Tembalang adalah Kelurahan Mangunharjo dengan nama Kampung Tematik Durenan Indah (Hendro, 2019; Setiawan et al., 2020). Kampung tematik ini dibangun berdasarkan adanya kegiatan yang ada di wilayah RW 06 yaitu UKM "Batik Blekok" dan kegiatan kelompok Batik "Blibis Mas" hasil dari binaan UKM "Batik Blekok" di RW 06. Maksud dibentuknya Kampung Tematik Durenan Indah di RW 06 Kelurahan Mangunharjo Kecamatan Tembalang Kota Semarang adalah meningkatkan pengetahuan atau pendidikan tentang budaya Nusantara khususnya Seni dan Budaya Lokal

Kota Semarang, melestarikan budaya nasional dan lokal yang dapat menjadi ciri khas kota Semarang pada umumnya dan ciri khas unggulan produk Kelurahan Mangunharjo. Pemberdayaan masyarakat ini bertujuan untuk menekan kemiskinan dan pengangguran, mempercantik daerah kumuh, menjunjung kearifan lokal dalam meningkatkan potensi serta pemecahan permasalahan lingkungan, menjadikan wilayah tersebut sebagai daerah pariwisata. Menurut Pramujiarto, selaku ketua UMKM Batik Kampung Tematik Durenan Indah, batik di sini memiliki keunggulan yaitu harga yang bersaing dengan batik-batik yang telah memiliki merek ternama. Hal ini disebabkan, mereka hanya menjual 100 persen batik asli (batik tulis dan batik cap), bukan batik printing, demi menjaga kualitas barang.

Kampung Tematik Durenan Indah sebenarnya telah dikenal oleh masyarakat luas khususnya di Kota Semarang, bahkan kampung ini juga pernah mendapatkan kunjungan dari Kota Makasar, Sulawesi Selatan karena keunikan batik yang diproduksinya. Corak batik gradasi yang tidak banyak dimiliki oleh batik-batik lain menjadi salah satu keunikan yang menjadi daya tarik tersendiri bagi calon konsumen. Namun, akibat dari adanya pandemi, tidak ada lagi kunjungan-kunjungan ataupun pameran-pameran yang menjadi bagian dari pemasaran, sehingga omzet penjualan menurun drastis

bahkan beberapa di antaranya nihil pemasukan. Berdasarkan data dan pola pembelian konsumen, diketahui bahwa konsumen rata-rata yang membeli batik di Kampung Tematik Durenan Indah adalah perempuan berusia 30-50 tahun yang masih aktif bekerja baik di sektor swasta maupun negeri. Segmentasi pasar yang ditargetkan adalah kelas menengah ke atas karena harga yang ditawarkan memang tidak bisa dikatakan murah karena mereka hanya memproduksi batik tulis dan batik cap, yang keduanya membutuhkan proses pengerjaan yang cukup lama dan membutuhkan ketelitian tinggi.

Dilihat dari sisi pesaing tentunya pelaku UMKM Batik Kampung Tematik Batik Durenan Indah memiliki pesaing. Jika dilihat dari kepopulerannya Kampung Batik Semarang yang terletak di Jalan Batik Kelurahan Rejomulyo masih menjadi salah satu destinasi utama para wisatawan berbelanja batik khas Semarang. Selain karena Kampung Batik Semarang telah lama didirikan, publikasi di media massa tentang Kampung Batik pun jauh lebih banyak dibandingkan dengan UMKM Batik Kampung Tematik Durenan Indah Semarang. Bahkan di salah satu portal online, Walikota Semarang menginisiasikan Kampung Batik sebagai tujuan wisata budaya (Safira et al., 2021). Publikasi yang minim membuat banyak orang, terutama warga Kota Semarang yang belum mengetahui bahwa kampung batik tidak hanya yang terletak di Kelurahan Rejomulyo, namun juga di Kelurahan Mangunharjo, sebagaimana terlihat pada gambar berikut ini.



Gambar 1: Lokasi Kampung Tematik Batik Durenan Indah

Berdasarkan survei awal dan informasi dari Ketua UMKM Batik Kampung Tematik Batik Durenan Indah diketahui bahwa permasalahan utama yang dihadapi adalah belum melakukan digitalisasi pemasaran dalam kegiatan usaha. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan tentang manajemen pemasaran sehingga masih melakukan pemasaran secara konvensional. Selanjutnya, dalam menentukan harga jual masih menggunakan sistem “kira-kira” dan belum menggunakan perhitungan yang sesuai. Hal ini membuat keuangan UMKM sulit untuk dikelola dan dikembangkan.

Padahal, pemanfaatan media massa digital sebagai media pemasaran perlu dilakukan sebagai strategi komunikasi pemasaran. Asosiasi Pemasaran Amerika atau AMA (The American Marketing Association) mengatakan bahwa kegiatan pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, harga, promosi, dan distribusi ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu serta tujuan organisasi (Morrisson, 2015).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dikatakan bahwa konsep utama dari pemasaran adalah pertukaran, dimana dalam proses pertukaran diperlukan pula komunikasi agar tercipta kesepakatan antara satu sama lain. Komunikasi pemasaran menggabungkan berbagai kegiatan seperti mengevaluasi peran strategis dari berbagai disiplin komunikasi seperti iklan umum, respon langsung, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat, guna memberikan kejelasan, konsistensi, serta dampak komunikasi yang maksimal (Morrison, 2015). Dalam kaitannya dengan industri perdagangan, Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh para pelaku usaha karena pengguna dapat mengambil foto, video singkat, dan membagikannya ke beberapa platform-platform lain di luar Instagram sehingga daya jangkauan pemasaran lebih luas. Bahkan menurut penelitian Nielsen (2018), 90 persen orang membeli barang atas dasar rekomendasi orang terdekat, dan 72 persen orang akan melakukan pencarian di internet sebelum membeli barang. Dengan demikian, tepat jika Instagram menjadi media komunikasi pemasaran. Apalagi Instagram kini menambahkan fitur Instagram Business yang cocok digunakan oleh para pelaku usaha. Permasalahannya, para pelaku UMKM batik di Kampung Tematik Batik Durenan Indah belum memiliki pengetahuan yang cukup untuk memanfaatkan media digital sebagai media komunikasi pemasaran. Selama ini, proses jual beli hanya mengandalkan pemasaran melalui pameran yang diadakan oleh pemerintah dan status WhatsApp yang hanya bisa dilihat oleh kerabat-kerabat dekat.

Selain aspek pemasaran, permasalahan lain yaitu saat menentukan harga jual belum didasarkan pada perhitungan harga pokok produksi (HPP) yang tepat. Pelaku usaha masih menggunakan sistem kira-kira ketika menentukan harga jual. Pada umumnya pelaku

usaha juga masih mencampuradukkan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Fenomena menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memperoleh laba secara optimal karena ketidakmampuan mereka dalam menghitung harga pokok produksi secara tepat (Yuliyanti & Saputra, 2017). Hal ini antara lain disebabkan oleh kurangnya kemampuan pelaku UMKM dalam penggolongan biaya sehingga terdapat beberapa biaya yang tidak diperhitungkan dalam harga pokok, seperti biaya penyusutan dan tenaga kerja yang berasal dari pemilik sendiri (Nurlela & Rangkuti, 2017). Selama ini perusahaan hanya menetapkan harga jual sesuai dengan harga pasar tanpa menghitung biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses produksi sesuai dengan prosedur akuntansi dan kurang terperinci (Prabowo, 2019). Kesalahan dalam menghitung harga pokok produksi akan menyebabkan kesalahan dalam penentuan harga jual produk. Akibatnya harga jual produk ditetapkan terlalu tinggi atau bahkan terlalu rendah (Prastiti, Saifi, & Z.A., 2016). Harga jual yang terlalu mahal sesungguhnya merupakan citra buruk bagi perusahaan. Bila kondisi ini terjadi dapat mengakibatkan produk yang ditawarkan perusahaan akan sulit bersaing dengan produk sejenis yang ada di pasaran. Sebaliknya jika harga jual produk terlalu rendah, maka akan mengakibatkan laba yang diperoleh perusahaan terlalu rendah. Kondisi ini pada akhirnya akan berujung fatal pada terjadinya kebangkrutan (Bahri & Rahmawaty, 2019; Yuliyanti & Saputra, 2017).

Mencermati kondisi UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi dalam melakukan pemasaran serta tidak menghitung harga pokok produksi sebagai dasar menentukan harga jual maka pelaku usaha UMKM batik Kampung Tematik Durenan Indah membutuhkan solusi pemecahan dengan Program Pelatihan dan Pendampingan tentang memanfaatkan digital marketing dan

penghitungan Harga Pokok Produksi agar mampu meningkatkan omzet penjualan sekaligus memperoleh laba dalam proses bisnis di pasca pandemi ini. Tujuan yang ingin dicapai dalam pelatihan dan pendampingan ini adalah 1)Memberikan pemahaman tentang arti pentingnya pemasaran digital melalui internet dan perhitungan harga pokok produksi bagi keberlanjutan usaha; 2)Memberi bimbingan teknis proses pemasaran digital dan penghitungan harga pokok produksi; 3) Memberi bantuan peralatan produksi sesuai kebutuhan. Adapun target manfaat yang diperoleh pelaku usaha UMKM batik Kampung Tematik Durenan Indah yaitu 1) Menambah pengetahuan tentang digital marketing dan Metode penghitungan HPP; 2) Mampu membuat dan memanfaatkan Google Business untuk memperluas pemasaran produk dan mampu menghitung HPP secara tepat dengan metode yang dikenalkan; 3) Memperoleh bantuan peralatan dan bahan untuk produksi sesuai kebutuhan

METODE

Tahap pelaksanaan pendampingan digital marketing dan penyusunan HPP bagi UMKM batik di Kampung Batik Durenan Indah Semarang ini dimulai dari sosialisasi materi sampai dengan tahap Monitoring dan Evaluasi. Berikut penjelasan dari setiap tahapan yang dilakukan:

1. **Sosialisasi materi**, dilakukan dengan menyampaikan materi terhadap konsep, proses, prosedur dan dokumentasi materi digital marketing dan penyusunan HPP.
2. **Pelatihan dan pendampingan Digital Marketing**, untuk membantu pemasaran UMKM Kampung Tematik Batik Durenan Indah melalui pemanfaatan google business sehingga dapat dikenal secara luas oleh masyarakat, termasuk produk batik yang dihasilkannya.

3. **Pelatihan dan pendampingan penyusunan HPP**, dilakukan dalam bentuk pelatihan sederhana penghitungan HPP dan penyediaan pola penyusunan HPP dalam bentuk File Microsoft Excel sehingga mudah untuk diimplementasikan oleh UMKM.
4. **Penyerahan barang bantuan**, hal ini dilaksanakan sesuai kebutuhan barang yang telah disepakati dengan mitra.
5. **Monitoring dan Evaluasi (Monev)** dilakukan selama masa setelah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan untuk melihat respon dan tanggapan mitra terkait kegiatan yang sudah dilaksanakan maupun bantuan barang yang telah diterimakan.

Program pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan memiliki target sebagai solusi yang digunakan dalam memecahkan permasalahan UMKM batik Kampung Batik Durenan Indah. Tabel 1 menunjukkan keterkaitan tersebut.

Tabel 1: Permasalahan , Solusi Dan Target Luaran Yang Disepakati Antara Mitra Dengan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat

Permasalahan	Solusi	Target Luaran
UMKM di Kampung Tematik Batik Durenan Indah Semarang mayoritas masih menggunakan sistem pemasaran konvensional, dari mulut ke mulut, dan	Pelatihan dan pendampingan digital marketing melalui pemanfaatan Google Business.	Menambah pengetahuan tentang digital marketing dan mampu memanfaatkan Google Business untuk memperluas pemasaran produk.

cakupan yang terbatas.		
UMKM di Kampung Tematik Batik Durenan Indah Semarang dalam menentukan harga jual masih menggunakan sistem “kirakira” belum menggunakan dasar perhitungan harga pokok produksi (HPP) yang tepat.	Pelatihan dan pendampingan penyusunan HPP bagi UMKM.	Para mitra dapat menyusun HPP (Harga Pokok Produksi) sebagai dasar penentuan harga jual menggunakan pola penyusunan HPP yang disediakan dalam bentuk File Microsoft Excel.
Perlu penambahan peralatan produksi, sebagai upaya peningkatan variasi produksi	Kompors; bahan-bahan keperluan membuat .	Mitra mendapatkan bantuan 5

Sumber: Data Primer, 2023

PEMBAHASAN

UMKM Batik Kampung Tematik Batik Durenan Indah yang berlokasi di Kelurahan Mangunharjo Kecamatan Tembalang Kota Semarang ini menjadi mitra sasaran dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat Unggulan Prodi Akuntansi Manajerial tahun 2023, yang mengambil bentuk kegiatan Pelatihan dan pendampingan digital marketing dan penghitungan HPP. Kegiatan berlangsung tanggal 1

Oktober 2023 di Sanggar Batik Durenan Indah yang diikuti oleh 14 UMKM Batik Durenan Indah Semarang, rincian dapat lihat Tabel 2. UMKM batik ini seluruhnya berada di wilayah RW6 Perum Polri Durenan Indah Mangunharjo Tembalang. Pemateri Digital Marketing yaitu Bagas Putra Pradana, S.Tr. Ak., M.I.M., sedangkan pemateri Penghitungan HPP adalah Dra. Lardin Korawijayanti, MM dan Ardian Widiarto, SE., M.Si., Ak., yang semuanya sebagai anggota Tim dan Dosen Prodi Akuntansi Manajerial Polines. Program ini kecuali berisi kegiatan yang telah disiapkan oleh Polines sesuai rencana, juga dilaksanakan pelatihan membuat batik oleh pakar-pakar batik Kampung Tematik Batik Durenan Indah kepada para masyarakat. Hal ini merupakan salah satu cara untuk menumbuhkan rasa cinta batik di masyarakat sekaligus mencari bibit-bibit unggul pengrajin batik yang memiliki potensi.

Tabel 2. Daftar UMKM Peserta Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing dan Penghitungan HPP

NO	NAMA PERUSAHAAN	NAMA PEMILIK
1	Candra Puspa	Miranti Moegiyono
2	Cattleya Batik	Kurnia Zam
3	Hera's batik	Harwati
4	Batik Blekok	Amin Restuningsih
5	LaVita Batik	Istiari Handayani
6	Batik Lanis	Tri Nurwulan
7	Batik Acyuta	F.A.Niken Endraswari
8	Batik Syifaa	Sudarwanti

9	Batik Apewe	Tutik Indriyani
10	Batik Azzan	Sugiyati
11	Azzam Kreasi	Siti Yuliaty
12	Batik Kembang Wijaya Kusuma	Muchamad Amin
13	Batik Jatimulyo	Mimin.K
14	Yanti Rajut	Suyanti

Sumber: UMKM Batik Durenan Indah Semarang

Dokumentasi kegiatan dalam bentuk video diunggah pada channel youtube <https://youtu.be/QCGfogFSeXQ> dan Instagram Polines dengan tampilan pada Gambar 2 dengan alamat link: <https://www.instagram.com/p/Cx-UMWjycRI/?igshid=NmQ4MjZlMjE5YQ==>



Gambar 2. Publikasi Kegiatan Melalui Media Sosial IG Polines

Adapun sebagian dokumentasi dalam bentuk foto ditampilkan dalam Gambar 3 berikut ini:



Gambar 3. Sambutan Kepala Kelurahan Mangunharjo Semarang didampingi Ketua Kelompok Usaha UMKM Batik Durenan Indah Semarang; Tim PMUP AM, dan Semangat Masyarakat dalam Pelatihan Batik

Dalam Program Pengabdian Masyarakat ini kecuali memberikan pendampingan Pemasaran Digital dengan Pembuatan Google Business dan Penyusunan HPP juga diberikan bantuan barang sebagai peningkatan produksi dan upaya pelestarian batik pada Kampung Tematik Batik Durenan Indah Semarang. Berita Acara Penyerahan Barang telah ditandatangani kedua belah pihak, Polines (Ketua Tim: Siti Arbainah) dan Kampung tematik Batik Durenan Indah (Ketua Paguyuban UMKM: Pramudjiarto). Secara rinci hasil dari kegiatan ini dapat dijelaskan:

1. Mitra memperoleh pengetahuan dan ketrampilan tentang Digital Marketing khususnya dalam pembuatan Google Business dan Penghitungan Harga Pokok Produksi untuk industri mikro batik.
2. UMKM Mitra memiliki link Google Business yang dapat

meningkatkan pengenalan usaha kepada masyarakat luas. Berikut alamat link Google Business dari UMKM Batik Durenan Indah antara lain:

Link Google Business Batik Blekok Semarang

<https://g.co/kgs/1T2f4T1>

Link Google Business Sanggar Batik Durenan Indah

<https://g.co/kgs/hmygSyB>

Link Google Business Hera's Batik

<https://g.co/kgs/UTVSD47>

Link Google Business Batik Kembang Wijaya Kusuma

<https://g.co/kgs/6kzpjZ>

3. Mitra memperoleh bantuan peralatan produksi sesuai kebutuhan mitra yang diajukan saat berdiskusi awal, secara lengkap bantuan berupa lima buah kompor Gas bahan stenlis dan 5 paket bahan pembuatan batik, serta 15 paket bahan pelatihan membatih.

Program ini kecuali memberikan manfaat kepada mitra sekaligus juga memberikan manfaat bagi Politeknik Negeri Semarang (Polines) yaitu dapat dikenal di masyarakat sekaligus dapat berpartisipasi dalam mempercepat penguatan industri mikro dan peningkatan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan serta ulasan tentang hasil maka menunjukkan bahwa UMKM batik di Kampung Tematik Batik Durenan Indah Semarang saat ini telah memiliki poduk yang bervariasi. Tidak hanya memproduksi kain batik, tetapi juga memproduksi kerajinan/asesoris bernuansa batik, seperti masker, syal, tas, dompet sepatu dan lain-lain. Sebagian besar pengrajin batik/ pelaku usaha batik pada Batik Durenan Indah adalah ibu-ibu. Kondisi ini menunjukkan bahwa UMKM batik Durenan Indah merupakan kelompok yang semangat dan memiliki potensi usaha yang akan berkembang. Diharapkan dengan bekal pelatihan dan pendampingan tentang Google bisnis dan

Penghitungan HPP maka pelaku usaha Batik Durenan Indah tersebut dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan menerapkan knowledge dan skill penghitungan HPP dalam mendukung proses bisnisnya.

Dari kegiatan monitoring yang dilakukan melalui komunikasi dengan Pak Pramujiarto maupun dengan salah satu pengrajin yaitu Ibu Aminintyas, diketahui bahwa bantuan peralatan yang diberikan tahun 2023 telah dimanfaatkan secara baik oleh mitra. Kompor digunakan untuk membuat batik cap dan ngukus ecoprint. Demikian pula bantuan bahan telah digunakan untuk produksi khususnya dalam pembuatan taplak meja. Hal ini membuktikan bahwa pelaksanaan Pengabdian Masyarakat telah memberikan dampak positif kepada mitra. Oleh karena itu dalam jangka panjang sangat relevan untuk dilanjutkan dengan rencana strategis pengabdian ataupun penelitian tahapan berikutnya. Proses penyusunan perencanaan strategis dapat dilakukan melalui tiga tahap yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis dan tahap pengambilan keputusan (Rangkuti, 2005:21).

UMKM Batik Durenan Indah merupakan UMKM yang potensial dan perlu pendampingan untuk kemajuan usahanya. Banyak penelitian yang menyebutkan bahwa UMKM atau juga dapat disebut dengan Industri Mikro Kecil Menengah (IMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan (Ulfi, Hidayat & Budiarmo, 2012:1). Pemberdayaan UMKM saat ini mendapat perhatian khusus oleh pemerintah, termasuk pemerintah Kota Semarang. Peningkatan industri mikro ditempuh dengan peningkatan program pemberdayaan ekonomi keluarga melalui peningkatan industri rumah tangga dari kelurahan (Arbainah,

2020: 143). Dari kondisi ini maka UMKM Batik Durenan Indah Semarang masih layak menjadi mitra pengabdian maupun tempat penelitian di masa-masa yang akan datang, sekaligus dapat menjadi media pengkayaan pembelajaran penerapan mata kuliah Manajemen strategik. Manajemen strategik sebagai seni dan sains dalam memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya (Fred dan Forest, 2016:3) ini membutuhkan organisasi yang sedang berkembang sebagai media praktiknya

SIMPULAN

Kampung Tematik Batik Durenan Indah Semarang merupakan salah satu kampung tematik yang terletak di Kelurahan Mangunharjo. Saat ini terdapat 14 UMKM batik, yang pada tahun 2023 ini menjadi mitra Program Pengabdian Masyarakat Unggulan Prodi Akuntansi Manajerial. Melalui program pengabdian kepada masyarakat mitra memperoleh pelatihan dan pendampingan tentang Digital Marketing dan Penghitungan Harga Pokok Produksi untuk UMKM Batik, sekaligus menerima bantuan bahan-bahan membatik berupa kain mori, pewarna, serta lima buah kompor gas untuk mendukung proses produksi batik khususnya batik ecoprint yang saat ini sedang berkembang. Dari hasil pendampingan pembuatan google bisnis, saat ini sebagian UMKM telah memiliki alamat google bisnis sehingga dapat dikenal oleh masyarakat secara luas. Setelah mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat, mitra sasaran program sebaiknya memanfaatkan dan menerapkan ilmu yang telah diterima secara kontinyu dan tidak segan bertanya apabila ada kesulitan atau belum dapat diselesaikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Polines yang telah mendanai kegiatan ini; Kampung

tematik Batik Durenan Indah Semarang yang telah berkenan menjadi mitra

REFERENSI

Amalia, alfi, Wahyu Hidayat, Agung Budiatmo, 2012 Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang di Kota Semarang, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang. Vol. 1 No.1 Tahun 2012

Arbainah, Siti, dkk , 2020, *Strategi Pengembangan Usaha Industri Mikro Pengolahan Bandeng Presto 27 Semarang*, Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Polines Vol. 3 (2020) Halaman 143-152

Bahri, R., & Rahmawaty, R. (2019). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Produk (Studi Empiris Pada Umkm Dendeng Sapi Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 4(2), 344-358.

David, Fred R dan David, Forest R. 2016, Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing, Penerbit Salemba 4, Jakarta.

Hendro, E. P., & Nirmala, D. (2019). Penguatan organisasi pokdarwis sebagai ujung tombak pengembangan wisata kampung pelangi kota semarang. *Jurnal "Harmoni"*, 3, 40-46.

Kleis Nielsen, R., & Ganter, S. A. (2018). Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms. *New media & society*, 20(4), 1600-1617.

Martuti, N. K. T., Setyowati, D. L., Irsadi, A., & Heriyanti, A. P.

- (2021, December). Pengembangan Kampung Tematik Berbasis Potensi Lokal Dalam Mendukung Koservasi Wilayah Pesisir Kelurahan Tugurejo. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 2, No. 1, pp. SNPPM2021L-14).
- Morrison, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Nurlela, N., & Rangkuti, C. (2017). ANALISIS PERBANDINGAN METODE PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA CV. SATU ANGIN PERSADA. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 69-72.
- Prastiti, A. E. D., Saifi, M., & Zahro, Z. A. (2016). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Activity Based Costing System (Sistem ABC) Studi Kasus Pada CV. Indah Cemerlang Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol, 39.
- Rangkuti, Freddy, 2005, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Safira, C., Febriana, K. A., & Fanani, F. (2021). Peningkatan Kemampuan Instagram Business sebagai Marketing Komunikasi bagi UMKM Batik Kampung Tematik Durenan Indah Semarang. *SENRIABDI*, 1028-1041.
- Setiawan, A. R. (2020). Pembelajaran Tematik Berorientasi Literasi Sainifik. *Jurnal Basicedu*, 4(1), 51-69.
- Syarifa, N. H., & Wijaya, A. (2019). Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Pemberdayaan melalui Program Kampung Tematik (Studi Kasus di Kampung Batik Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang). *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, 8(1), 515-531.
- Yuliyanti, Y., & Saputra, R. S. (2017). Analisis Harga Pokok Produksi Roti Berdasarkan Metode Full Costing dan Variable Costing. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 2(2), 229-236.