

Pemberdayaan Pengusaha Batik sebagai Penggerak Perekonomian di Desa Pabean Udik Kabupaten Indramayu

Ratna Hindria Dyah Pita Sari¹, Erna Hernawati², Masripah³, Praptiningsih⁴
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta¹²³⁴
E-mail: ratnahindria@upnvj.ac.id¹, erna.hernawati@upnvj.ac.id²,
masripah@upnvj.ac.id³, praptiningsih@upnvj.ac.id⁴

ABSTRAK

Para pengusaha batik di Desa Pabean Udik tidak optimal dalam mengembangkan usahanya karena permasalahan terkait produksi dan pemasaran. Para pengusaha belum mengerti sistem perhitungan biaya modal secara tepat serta belum membuat laporan keuangan yang sesuai kaidah akuntansi. Hal tersebut menyebabkan harga jual yang ditentukan kerap mengalami kekeliruan dalam penentuan harga jual produk yang berdampak kepada jumlah keuntungan yang didapatkan. Selain itu, para pengusaha batik tidak memperhatikan teknik pemasaran produk, bahkan tidak memiliki konsep khusus dalam pengemasan produknya. Berdasarkan kunjungan awal tim abdimas, diperoleh fakta bahwa para pengusaha batik hanya menggunakan kantong plastik dalam pengemasan produknya. Namun, hal tersebut rupanya disebabkan karena para pengusaha batik baru saja bangkit sejak usaha mereka mengalami penurunan akibat adanya pandemi Covid-19. Sehingga mereka memfokuskan modal usahanya untuk bahan baku produk, bukan untuk pengemasannya. Para pengusaha juga tidak melakukan promosi maupun penjualan secara daring untuk mengundang pembeli. Mereka hanya memasarkan dari mulut ke mulut dan mempertahankan pelanggannya saja. Dengan adanya permasalahan tersebut, dibutuhkan pendekatan persuasif serta pelatihan yang mudah dipahami oleh para pengusaha batik dengan segala keterbatasan yang mereka miliki supaya pengabdian yang dijalankan memberikan kemajuan bagi sistem pengelolaan usaha bagi para pengusaha batik di Desa Pabean Udik. Metode pelaksanaan abdimas ini terdiri atas survei, wawancara, dan observasi. Pemberdayaan ekonomi dilakukan dengan pelatihan kepada para pengusaha batik di Desa Pabean Udik terkait akuntansi dasar, pengenalan bahan baku berkualitas, desain produk yang menarik dan menjual, serta digitalisasi bisnis dengan pelatihan penggunaan *marketplace*. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pengusaha batik dapat menerapkan ilmu yang didapat dan bermanfaat untuk pelaksanaan operasional usahanya.

Kata kunci : pemberdayaan ekonomi, pengusaha batik, Desa Pabean Udik

ABSTRACT

The batik entrepreneurs in Pabean Udik Village are not optimal in developing their business because of problems related to production and marketing. Entrepreneurs do not understand the exact capital cost calculation system and have not made financial reports that are in accordance with accounting rules. This causes the determined selling price to often experience errors in determining the cost of goods sold (COGS) which has an impact on the amount of gross profit. In addition, batik entrepreneurs do not pay attention to product marketing techniques, and do not even have a special concept in packaging their products. Based on the initial visit of the community dedication team, the fact that the craftsmen only use plastic bags in packaging their products. However, this seems to be due to the fact that batik entrepreneurs have just risen since their business has decreased due to the Covid-19 pandemic. So they focus their business capital on product raw materials, not for packaging. Entrepreneurs also do not conduct online promotions or sales to invite buyers. They only market by word of mouth and maintain their customers. With these problems, a persuasive approach and training are needed that are easily understood by batik entrepreneurs with all their limitations so that the services they carry out provide progress for the business management system for batik entrepreneurs in Pabean Udik Village. The method of implementing this service consists of surveys, interviews, and observations. Economic empowerment is carried out by training batik entrepreneurs in Pabean Udik Village regarding basic accounting, introduction of quality raw

materials, attractive product design and selling, as well as business digitization with training on the use of marketplaces. With this training, it is hoped that batik entrepreneurs can apply the knowledge gained and be useful for the implementation of their business operations.

Keyword : economic empowerment, batik entrepreneurs, Pabean Udik Village

1. PENDAHULUAN

Kementerian Perindustrian meluncurkan program *Making Indonesia 4.0* yang berisi arah perkembangan usaha dan industri di Indonesia di masa mendatang guna menyambut gelombang revolusi industri 4.0 (Rohmawan et al., 2022). Berbagai pihak dibutuhkan untuk mensukseskan program tersebut, seperti institusi pemerintah, asosiasi industri, pelaku usaha, penyedia teknologi, lembaga pendidikan, dan lembaga riset. Pelaku usaha dalam hal ini merujuk kepada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memiliki peranan besar dalam mendukung pertumbuhan perekonomian Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dari pernyataan Kemenkop UKM RI yang menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi bangsa yang ditinjau dari Produk Domestik Bruto (PDB) sebagian besar atas kontribusi dari UMKM.

UMKM yang tersebar di Indonesia memiliki jenis yang beragam, salah satunya di bidang pembuatan batik. Di Indonesia, batik memiliki motif dan corak yang beragam sesuai dengan daerah asalnya. Tidak hanya jenis motifnya yang sangat beragam, motif batik juga memiliki filosofi dan makna yang tidak sama satu dengan lainnya (Trixie, 2020). Seiring berjalannya waktu, akhirnya kain batik menjadi salah satu merek dagang berbusana formal, serta menjadi suatu potensi industri (Qurrata et al., 2016).

Desa Pabean Udik merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi industri batik khas Indramayu. Desa yang berlokasi di Indramayu ini memiliki luas

wilayah 5,45932 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 17.362 jiwa. Pekerjaan utama masyarakat di desa ini umumnya nelayan, petani, dan petambak. Namun, hasil survei awal tim abdimas menemukan fakta bahwa para istri atau perempuan di desa tersebut mengawali usaha batik dengan latar belakang membantu sang suami dalam menopang perekonomian keluarga. Namun, perputaran usaha batik ini tidak berjalan lancar karena kurangnya ilmu pengetahuan terkait produksi dan pemasaran. Beberapa kendala yang dihadapi yakni pelaku usaha belum memperhatikan kualitas kain yang digunakan, belum memahami harga pokok penjualan (HPP), bahkan belum membuat laporan keuangan. Hal-hal tersebut menyebabkan penjualan mereka tidak terkalkulasi dengan baik dan sulit untuk melakukan evaluasi kinerja usaha maupun pencarian modal usaha. Di samping itu, pendapatan yang diharapkan pun masih jauh dari target karena strategi pemasarannya kurang baik.

Berdasarkan uraian di atas, sebagai sivitas akademika yang berkewajiban untuk dapat melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi berupa pengabdian kepada masyarakat, penulis merasa perlu untuk turut aktif ikut serta dalam mengembangkan potensi usaha yang telah dirintis oleh mitra dengan mengadakan berbagai program selama tiga tahun ke depan.

2. PERMASALAHAN

Para pengusaha batik di Desa Pabean Udik tidak optimal dalam

mengembangkan usahanya karena permasalahan terkait produksi dan pemasaran. Para pengusaha batik belum mengerti sistem perhitungan biaya modal secara tepat serta belum membuat laporan keuangan yang sesuai kaidah akuntansi. Hal tersebut menyebabkan harga jual yang ditentukan kerap mengalami kekeliruan dalam penentuan harga jual produk yang berdampak kepada jumlah keuntungan yang didapatkan.

Selain itu, para pengusaha batik tidak memperhatikan teknik pemasaran produk, bahkan tidak memiliki konsep khusus dalam pengemasan produknya. Berdasarkan kunjungan awal tim abdimas, diperoleh fakta bahwa para pengusaha batik hanya menggunakan kantong plastik dalam pengemasan produknya. Namun, hal tersebut rupanya disebabkan karena para pengusaha batik baru saja bangkit sejak usaha mereka mengalami penurunan akibat adanya pandemi Covid-19, sehingga mereka memfokuskan modal usahanya untuk bahan baku produk, bukan untuk pengemasannya. Para pengusaha batik juga tidak melakukan promosi maupun penjualan secara daring untuk mengundang pembeli. Mereka hanya memasarkan dari mulut ke mulut dan mempertahankan pelanggannya saja.

Permasalahan dan kendala tersebut menciptakan tantangan tersendiri bagi tim abdimas karena harus mengajarkan teori dan penerapan pencatatan keuangan yang tepat dalam waktu yang singkat. Di samping itu, para pengusaha batik di Desa Pabean Udik mayoritas berusia lanjut dan tidak ada penerus dari usaha mereka, sehingga cukup sulit bagi tim abdimas untuk memberikan pengajaran berupa hal-hal yang identik dengan teknologi masa kini, terutama dalam hal pemasaran secara daring. Mereka pun tidak memiliki sarana yang memadai untuk promosi secara daring, bahkan ada yang tidak menguasai kemampuan membaca dan menulis.

Dengan adanya permasalahan tersebut, dibutuhkan pendekatan persuasif serta pelatihan yang mudah dipahami oleh para pengusaha batik dengan segala keterbatasan yang mereka miliki supaya pengabdian yang dijalankan memberikan kemajuan bagi sistem pengelolaan usaha bagi para pengusaha batik di Desa Pabean Udik.

3. METODOLOGI

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer. Sumber data diperoleh dengan cara memberikan kuesioner yang disebar sebelum melakukan pendampingan, serta dari wawancara langsung dengan para pengusaha batik di Desa Pabean Udik. Metode pelaksanaan abdimas ini terdiri atas: survei, wawancara, dan observasi. Pendampingan dilaksanakan di aula Kantor Kuwu Desa Pabean Udik Kecamatan Indramayu (Gambar 1), sedangkan wawancara dan observasi langsung dilakukan saat kunjungan ke tempat para pengusaha batik (Gambar 2).



Gambar 1. Pelatihan di Kantor Kuwu Desa Pabean Udik



Gambar 2. Tempat Pengrajin Vivi Batik

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pembentukan Komunitas

Dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, pada pasal 1 dijelaskan bahwa Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Program pemberdayaan desa merupakan suatu aspek penting dalam membangun desa yang maju dan berkembang karena pada hakikatnya program pemberdayaan bertujuan untuk membentuk kemandirian masyarakat maupun individu. Terbentuknya masyarakat yang mandiri akan terlihat dari bagaimana masyarakat memecahkan solusi sebuah permasalahan dan mengoptimalkan kemampuan yang dimiliki (Prawirasworo et al., 2013).

Pengusaha batik di Desa Pabean Udik belum tergabung dalam satu komunitas. Mereka masih menjalankan usahanya secara masing-masing, sehingga banyak ditemukan kesenjangan harga jual antara pembeli serta kurangnya interaksi terkait usaha batik antara para pengusaha batik. Dengan demikian, pembentukan

komunitas untuk para pengusaha batik di Desa Pabean Udik menjadi salah satu langkah dalam mewujudkan pemberdayaan masyarakat Desa.

Pembentukan komunitas pengusaha batik memberikan hasil positif dimana terselenggaranya kegiatan positif yang meningkatkan kapabilitas individu. Komunitas tersebut menyelenggarakan berbagai pelatihan rutin seperti pelatihan akuntansi dasar, pengenalan bahan baku berkualitas, pelatihan desain produk yang menarik dan menjual, serta digitalisasi bisnis dengan pelatihan penggunaan *marketplace*. Selain peningkatan *skill* dan inovasi individu, pembentukan komunitas pengusaha batik di Desa Pabean Udik juga menciptakan solidaritas dan terjalinnya ikatan yang erat antar anggotanya. Adanya strukturisasi dalam komunitas membuat sesama pengusaha termotivasi untuk memajukan usaha batik.

4.2 Pelatihan Akuntansi Dasar kepada UMKM Industri Batik di Desa Pabean Udik

Para pengusaha mesti mengetahui akuntansi dasar dalam mengelola laporan keuangan yang mendukung berjalannya operasional usahanya. Pelaksanaan pelatihan akuntansi dasar ini terbagi menjadi dua sesi kegiatan, yaitu: sesi penyampaian materi akuntansi dan keuangan dasar oleh pembicara. Selanjutnya sesi kedua adalah sesi diskusi sekaligus praktek akuntansi dasar dengan bahan ajar yang telah disiapkan sesuai kebutuhan.

Pada sesi pertama, terdapat tiga materi yang dipaparkan, yakni pencatatan dan pembukuan, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta pembahasan mengenai pelaporan pajak usaha. Penyusunan materi disesuaikan dengan skala usaha serta kecakapan para pelaku usaha terkait akuntansi dan keuangan dasar. Selanjutnya sesi kedua berlangsung dengan simulasi praktek dari materi-materi yang telah dipaparkan pada sesi

pertama. Pada sesi ini setiap pelaku usaha melakukan simulasi dengan dipandu oleh tim pengabdian masyarakat UPN Veteran Jakarta.

Kegiatan pelatihan akuntansi ini sangat bermanfaat bagi para pelaku usaha batik di Desa Pabean Udik karena sebelumnya usaha batik di Desa Pabean Udik tidak membuat laporan keuangan serta pencatatan yang terstruktur, sehingga ilmu yang didapat dari pelatihan akuntansi dasar ini mereka terapkan untuk usaha mereka. Selain itu, materi pelaporan pajak usaha menimbulkan kesadaran para pemilik usaha batik di Desa Pabean Udik untuk melapor dan membayar pajak.

4.3 Pengenalan Bahan Baku dan Produk Batik Berkualitas

Bahan baku merupakan faktor produksi yang dibutuhkan dalam setiap proses produksi, semakin besar jumlah bahan baku yang dimiliki, maka semakin besar pula kemungkinan jumlah produk yang dihasilkan, sehingga kemungkinan pendapatan yang diterima semakin besar dari hasil penjualan produksinya (Nayaka & Kartika, 2018). Namun, di samping memperhatikan kuantitasnya, para pengusaha juga harus memperhatikan kualitas dari bahan baku tersebut.

Para pengusaha batik di Desa Pabean Udik belum terlalu memperhatikan kualitas kain yang digunakan dalam pembuatan batik dari pengusaha kompetitor diluar Desa Pabean Udik. Berdasarkan survei awal tim abdimas, beberapa pengusaha masih menggunakan kain dengan tekstur yang cukup kasar ketika dipegang. Padahal, kain (Gambar 3) yang dijual merupakan bahan dasar untuk pembuatan pakaian. Harga murah bukan menjadi pertimbangan saja bagi konsumen, tetapi bahan pakaian yang nyaman saat digunakan juga menjadi pertimbangan penting.



Gambar 3. Kain Batik

Pelatihan yang penulis lakukan memberikan pengenalan kepada pengusaha terkait cara memilih kain yang berkualitas baik sebagai bahan bakunya. Penulis juga memberi contoh bagaimana produk batik beserta bahannya yang laris di pasaran. Dalam pelatihan, para pengusaha diberi kesempatan untuk melihat dan memegang secara langsung tekstur dari produk batik dengan kualitas yang baik tersebut. Dengan begitu, diharapkan setelah adanya pelatihan ini, para pengusaha dapat menggunakan bahan baku dengan kualitas yang lebih baik lagi agar produk batiknya dapat bersaing dengan produk-produk batik (Gambar 4) di Pabean Udik bahkan hingga ke kota-kota lainnya.



Gambar 4. Batik Pabean Udik

4.4 Pengenalan Desain Kemasan Produk

Pengenalan desain kemasan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada para pelaku usaha batik dalam menyiapkan kemasan yang baik dan menarik, sehingga bisa meningkatkan nilai produk yang dijual. Pengenalan desain kemasan produk ini menggunakan aplikasi desain grafis Canva, di mana tersedia ribuan *template* yang dapat langsung digunakan secara gratis dan mudah. Pengenalan desain kemasan menggunakan *template* Canva ini memberikan gambaran kepada para pengusaha batik mengenai desain yang populer dan disukai oleh konsumen saat ini.

Tidak hanya terkait soal desain, para pengusaha batik di Desa Pabean Udik juga diberikan pengetahuan mengenai bahan kemasan yang bagus dan sesuai untuk menjaga produk selama penyimpanan ataupun selama proses pengantaran barang kepada konsumen. Sesi pengenalan kemasan produk ini berjalan dengan baik dan adanya diskusi yang interaktif. Para pelaku usaha batik yang sebelumnya hanya menggunakan plastik bening sebagai kemasan produk, tergerak untuk mempertimbangkan kemasan produknya agar dapat meningkatkan minat dan loyalitas pembeli terhadap produk batik mereka.

4.5 Penggunaan Marketplace sebagai Media Pemasaran Produk

Marketplace merupakan wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Apriadi & Saputra, 2017). Media ini sangat membantu para pengusaha untuk mempromosikan hasil produksi kepada para konsumen secara *online*. Sehingga pemasaran akan semakin luas dan dapat meningkatkan permintaan produksi yang dapat memberikan dampak yang baik bagi pendapatan para pengusaha. Namun, para

pengusaha batik di Desa Pabean Udik belum terlalu mengerti dalam penggunaan teknologi. Oleh karena itu, para pengusaha kurang mengerti bagaimana bisa memasarkan produknya di media maya agar konsumen tertarik dan mau membeli batik mereka.

Para pengusaha batik di Desa Pabean Udik dalam melakukan pemasaran masih dengan cara mulut ke mulut dan mempertahankan pelanggan yang telah berlangganan sebelumnya. Dengan demikian, tim abdimas ingin membantu para pengusaha batik di Desa Pabean Udik dapat memasarkan hasil produksi mereka secara daring menggunakan *marketplace* yang tersedia. Tim abdimas akan membantu para pengusaha dalam membuka akun di shopee sebagai media jualan *online* dan mengajari cara penggunaannya. Dengan harapan usaha para pengusaha batik akan semakin luas dikenal oleh masyarakat dan semakin berkembang.

5. KESIMPULAN

Desa Pabean Udik memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangan usaha batik. Namun, tidak sedikit permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan potensi tersebut, seperti keterbatasan dalam kemampuan perhitungan harga jual dan pemasaran. Untuk mengatasi berbagai permasalahan yang ada, tim abdimas hadir untuk memberikan berbagai pelatihan berupa pembentukan komunitas pengusaha batik, pelatihan akuntansi dasar, pengenalan bahan baku yang berkualitas, pelatihan desain kemasan produk, serta penggunaan *marketplace* sebagai media pemasaran produk. Dengan berbagai pelatihan tersebut diharapkan para pengusaha batik di Desa Pabean Udik tidak lagi mengalami kekeliruan dalam penentuan harga jual serta proses pemasarannya, sehingga usaha mereka akan semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi*, 1(2), 131–136. <https://doi.org/10.3969/j.issn.2095-4344.2016.12.002>
- Nayaka, K. W., & Kartika, I. N. (2018). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja Dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan Pengusaha Industri Sanggah Di Kecamatan Mengwi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(8), 1927–1956. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i08.p01>
- Prawirasworo, B., Yuniningsih, & Maesaroh. (2013). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Di Kelurahan Mangunharjo Melalui Program Pnpm Mandiri. *Journal of Public Policy and Management Review*, 2(3), 11–20.
- Qurrata, V., Yusida, E., Sudjatmiko, & Prastiwi, L. (2016). Kajian Status Sosial-Ekonomi Masyarakat Pesisir Indramayu, Jawa Barat: Studi Kasus Masyarakat Desa Majakerta, Balongan, dan Limbingan. *Prosiding Seminar Nasional Ikar ke-9*.
- Rohmawan, K., Nurminingsih, & Ahmadun. (2022). Pelatihan Marketing Online Bagi Usaha Mikro , Kecil dan Menengah di Kelurahan Bambu Apus , Kecamatan Cipayung , Jakarta Timur. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)*, 6(1), 10–15. <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/PAMAS/article/view/1058/1044>
- Trixie, A. A. (2020). Filosofi Motif Batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia. *Folio*, 1(1), 1–9. <https://journal.uc.ac.id/index.php/FOLIO/article/view/1380/1148>
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa. https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2014_6.pdf