

## IMPLEMENTASI PENGUATAN USAHA EKONOMI KREATIF BENGKEL BATIK KOTA MALANG

Sama' Iradat Tito<sup>1\*</sup>, M. Fahrudin Andriyansyah<sup>2</sup>, Zuhkhriyan Zakaria<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam Malang

<sup>2</sup>Fakultas Hukum, Universitas Islam Malang

<sup>3</sup>Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Malang

\*korespondensi email: sama\_iradat\_tito@unisma.ac.id

### ABSTRAK

*Batik telah berkembang pesat seiring berjalannya waktu dan turut eksis di kancah internasional. Perkembangan tersebut ditandai dengan semakin banyaknya peminat batik. Sumber daya dan alat membatik seringkali menjadi permasalahan bagi pengrajin batik untuk memenuhi permintaan pasar, seperti yang terjadi di Bengkel Batik, Kota Malang. Adapun tujuan dari pengabdian ini yakni mengembangkan sumber daya untuk meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan usaha dan meningkatkan pemasaran melalui media sosial. Metode kegiatan pelaksanaan ini yakni pelatihan dan workshop, dilakukan melalui 4 tahapan yakni koordinasi, penyediaan alat, pelatihan dan workshop serta evaluasi. Pengabdian ini dilakukan bersama pengrajin batik di Bengkel Batik. Hasil yang telah di peroleh yakni pengrajin memahami bagaimana pengelolaan usaha yang baik terutama dalam hal manajemen keuangan dan telah mampu untuk melakukan pembukuan sederhana. Selain itu, pengrajin juga dapat melakukan pemasaran produk sendiri melalui fitur-fitur di berbagai platform media sosial.*

**Kata Kunci:** batik; ekonomi kreatif; penguatan usaha

### PENDAHULUAN

Praktik ekonomi kreatif di Indonesia sebagai salah satu upaya peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat semakin tahun semakin berkembang seiring dengan adanya Inpres No.6 tahun 2009. Menurut Ruth & Hutabarat (2015) konsep ekonomi kreatif perlu dikembangkan karena mampu memberikan *Multiple-Effect* dalam ekonomi. Salah satu dari bentuk praktik ekonomi kreatif di Indonesia yakni kerajinan batik.

Kerajinan batik merupakan warisan budaya yang penting untuk dilestarikan (Syamsuddin, 2021). Karena batik memiliki kekhasan maupun keunikan yang membedakan bangsa Indonesia dengan bangsa lain (Iskandar, 2016). Dikenal dan digunakan oleh banyak orang menandakan bahwa batik memiliki peminat yang banyak sehingga perlu di produksi dengan jumlah yang tidak sedikit. Bengkel Batik di Kota Malang merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang turut berperan dalam menghasilkan produk batik untuk memenuhi permintaan pasar. Sama halnya dengan industri lain, Bengkel Batik juga memiliki masalah-masalah yang perlu di tanggulangi dengan tepat.

Menurut Departemen Perdagangan RI (2008) permasalahan UMKM digolongkan dalam lima aspek, aspek-aspek tersebut merupakan model pengembangan ekonomi kreatif yakni terdiri dari sumber daya, industri, pemasaran, pembiayaan, teknologi dan

infrastruktur. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin di Bengkel Batik yakni sumber daya khususnya dalam melakukan pengelolaan usaha sehingga perlu dilakukan pelatihan tentang keterampilan membatik, produksi hingga mengelola keuangan. Bengkel batik juga memiliki kendala dalam pembiayaan khususnya dalam modal untuk alat produksi, sehingga memerlukan bantuan berupa pengadaan alat untuk membatik yang memadai. Pengelolaan usaha yang mencakup manajemen keuangan juga merupakan permasalahan dari berbagai UMKM bahkan telah menjadi permasalahan nasional, seperti yang dikemukakan oleh Wibowo (2014) salah satu penyebab kurangnya kesejahteraan masyarakat di Indonesia yaitu karena tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia yang masih rendah. Sehingga permasalahan terkait literasi dan manajemen keuangan harus segera diatasi.

Permasalahan lainnya yakni dalam bidang pemasaran sehingga berdampak pada kuantitas orang yang mengetahui tentang adanya produk dan jasa yang di sediakan di Bengkel Batik sangat rendah sehingga di perlukan workshop tentang pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan pemasaran produk Bengkel Batik. Menurut Seber (2019) pemasaran melalui media sosial adalah salah satu pilihan yang dapat dilakukan merek untuk menyebarkan informasi tentang produk mereka dan memperkuat hubungan mereka dengan konsumen. Selain itu, pemasaran melalui media sosial memiliki peran penting yakni untuk membangun merk suatu usaha (Shukla&Sharma, 2018).

Adanya berbagai permasalahan yang dimiliki oleh Bengkel Batik menandakan bahwa pelaksanaan pelatihan sangat penting untuk dilakukan untuk meningkatkan sumber daya manusia kreatif. Sumber daya manusia kreatif merupakan sumber daya manusia yang selalu mengasah kepekaan dan kesiapan untuk proaktif dalam menghadapi perubahan-perubahan yang ditemukan dalam dunia nyata (Suryana, 2013). Meningkatkan sumber daya untuk meningkatkan kreatifitas tentu memiliki dampak besar bagi perusahaan, seperti yang dijelaskan oleh Hasibuan (2009) yakni pengembangan bertujuan dan bermanfaat bagi perusahaan, karyawan, konsumen atau masyarakat yang mengkonsumsi barang/jasa yang dihasilkan perusahaan.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang merupakan kegiatan dosen ini dilakukan dengan metode pelatihan dan workshop secara luring (tatap muka) dan pelaku usaha Bengkel Batik sebagai peserta pelatihan. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 10 Desember 2022 di Kedungkandang, Kota Malang. Pelatihan dan workshop dilakukan karena menimbang permasalahan-permasalahan yang di miliki oleh mitra yakni Bengkel Batik. Khususnya di bagian pengelolaan usaha, modal serta pemasaran.

Bengkel Batik Kota Malang didirikan pada tahun 2019 yang dijadikan sebagai wadah para pembatik untuk menyalurkan minat dan bakat sehingga dapat berkreasi, berkarya serta mengembangkan keahlian di bidang membatik. Bengkel batik Kota Malang merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga proses pengembangannya sangat membutuhkan kebijakan-kebijakan dari pemerintah agar tidak terlindas oleh industri-industri besar. UMKM tersebut bergerak di bidang produksi dan jasa batik khas Malang. Tidak hanya menyediakan produk jadi, namun bengkel batik juga menawarkan jasa pembuatan batik proses by proses hingga pendampingan dalam proses membatik.

Adapun langkah-langkah pelaksanaan kegiatan ini yakni koordinasi dengan mitra dan observasi terkait permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan koordinasi terkait pelaksanaan pelatihan, selanjutnya yakni melaksanakan pelatihan dan pendampingan produksi batik, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan pembukuan sederhana dan terakhir melaksanakan workshop terkait pemasaran melalui media sosial serta melakukan evaluasi.

Kegiatan pelatihan di hadiri oleh pemateri professional yakni Rini Agustina sebagai pemateri manajemen keuangan digital, Bai Aturohani dan Lintang Januari sebagai pemateri pemasaran melalui media sosial. Pemberian materi dilaksanakan untuk menambah pengetahuan peserta pelatihan kemudian diberi pelatihan berupa praktik baik terkait manajemen keuangan digital untuk membuat pembukuan sederhana dan pemasaran melalui berbagai media sosial, sehingga peserta pelatihan langsung dapat mempraktekkan materi yang disampaikan. Setelah kegiatan pelatihan, dilakukan evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman yang diperoleh oleh peserta pelatihan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan untuk mengembangkan sumber daya khususnya kemampuan pengelolaan usaha dan pemasaran produk melalui media sosial. Pengelolaan usaha yang selama ini dilakukan oleh pegiat batik di Bengkel Batik masih belum maksimal terutama dalam bagian manajemen keuangan dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran masih belum maksimal. Adanya kegiatan pelatihan dan workshop menjadi solusi dari permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin batik di Bengkel Batik.

Kegiatan ini diawali dengan koordinasi dengan tim pembatik untuk mencari kesepakatan dengan tim pembatik dalam melaksanakan pelatihan. Selanjutnya dilakukan pelatihan dan pendampingan untuk produksi batik menggunakan kompor listrik dan menggunakan plangrangan dan midangan serta meja yang sesuai untuk batik. Pengadaan alat dilakukan oleh tim pengabdian karena Bengkel Batik memiliki kukurangan fasilitas yang memadai seperti alat-alat yang telah di sebutkan sebelumnya. Pendampingan pembuatan dan produksi batik dapat dilihat di Gambar 1.



**Gambar 1.** Pengadaan alat yang diperlukan untuk membuat batik

Langkah selanjutnya adalah melaksanakan pelatihan pembukuan sederhana untuk melatih para pembatik agar lebih menata manajemen pengelolaan dan pengaturan modal dan keuangan. Iramani (2013) mendeskripsikan literasi keuangan sebagai penguasaan seseorang atas berbagai hal tentang dunia keuangan alat keuangan dan keterampilan keuangan, termasuk manajemen keuangan yang merupakan hal penting untuk dikuasai oleh banyak orang tidak terkecuali pelaku usaha UMKM. Pemateri dari pelatihan ini yakni Rini Agustina. Pelaksaan pelatihan dapat dilihat di Gambar 2. Pemateri memberikan teori terkait bagaimana mencatat keuangan atau melakukan pembukuan sederhana melalui sebuah aplikasi yang telah memenuhi standar. Manajemen keuangan melalui sebuah aplikasi tentu memudahkan pelaku usaha untuk selalui memantau perkembangan-,perkembangan usaha yang dijalankan terutama masalah keuangan, sehingga dapat dilihat berapa dana masuk dan dana keluar serta keuntungan dan kerugian yang di peroleh.

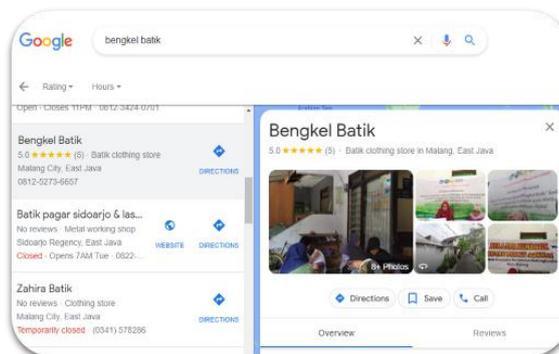


**Gambar 2.** Pelatihan usaha ekonomi kreatif bengkel batik melalui manajemen keuangan digital

Selain pelatihan pengelolaan pembukuan sederhana juga dilakukan workshop pengelolaan web untuk media pemasaran secara online, salah satunya melalui Google Bussines. Google Bisnis merupakan aplikasi gratis yang dapat digunakan untuk membantu agar bisnis para pelaku UMKM dapat ditemukan di berbagai produk Google, seperti di Maps dan penelusuran (Ridwan *et al*, 2019). Juga dilakukan pembuatan media sosial lainnya seperti facebook dan Instagram untuk sarana promosi dan pemasaran yang disampaikan oleh Bai Aturohani dan Lintang Januari yang dapat dilihat pada Gambar 3. Penyampaian materi dalam workshop diikuti dengan praktek sehingga peserta pelatihan dapat membuat akun secara langsung sesuai yang disampaikan oleh pemateri, seperti pembuatan akun google my bussines seperti yang termuat di Gambar 4.



**Gambar 3.** Workshop usaha ekonomi kreatif bengkel batik melalui pemasaran pada media sosial



**Gambar 4.** Screenshot akun *google bussines* bengkel batik sebagai *output* workshop

Pelatihan dan workshop disampaikan secara teoritis dan praktis. Setelah pemateri memberikan materi kepada peserta pelatihan dan dapat langsung di terapkan di tempat sehingga sangat seluruh peserta pelatihan dapat langsung memahami materi-materi yang telah disampaikan. Setelah kegiatan pelatihan, dilakukan evaluasi terkait pemahaman

peserta pelatihan terhadap materi-materi pelatihan berupa pengisian angket. Respon peserta menggambarkan tingkat pemahaman selama kegiatan pelatihan berlangsung.

Selama kegiatan berlangsung terdapat masalah lain yang terekam yakni pegiat batik di Bengkel Batik memiliki kekurangan sumber daya terutama yang berusia muda. Solusi yang dapat ditawarkan yakni agar pemerintah lebih mendukung UMKM terutama dalam pemasaran melalui media sosial, karena media sosial tidak hanya berperan untuk menarik pembeli namun juga dapat menarik minat para pemuda untuk menggeluti industri batik. Sehingga industri batik terus di minati oleh generasi-generasi selanjutnya.

## KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan dan workshop terkait penguatan usaha ekonomi kreatif Bengkel Batik melalui pengadaan alat, pemasaran melalui media sosial dan manajemen keuangan digital telah dilaksanakan dan berjalan dengan baik. Sehingga tujuan dari kegiatan ini dapat tercapai yakni adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan pembatik terkait pengelolaan usaha yang mencakup manajemen keuangan dan telah mampu membuat pembukuan sederhana dan melakukan pemasaran melalui fitur-fitur dalam berbagai platform media sosial seperti facebook, instagram, tiktok dan telah mampu membuat akun Google My Business agar lebih mudah di akses banyak orang.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Malang yang telah mendukung kegiatan ini dan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi beserta Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Departemen Perdagangan RI. (2008). *Pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Dinas Perdagangan Republik Indonesia.
- Hasibuan, Malahayu S.P. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Iramani, K. N. (2013). *Study Financial Management Behavior pada Masyarakat Surabaya*. *Journal of Business & Banking*, 69-80.
- Iskandar. (2016). *Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia Di Era Globalisasi*. Jurnal GEMA. ISSN : 0215-3092
- Ridwan, Iwan Muhammad. Dkk. (2019). *Penerapan Digital Marketing sebagai Peningkatan Pemasaran pada UKM Warung Angkringan "WAGE" Bandung*. JURNAL ABDIMAS BSI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Vol. 2 No. 1 Februari 2019, Hal. 137-142. E-ISSN : 2614- 6711.
- Ruth, L. B., & Hutabarat, F. W. M. (2015). *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif*. Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan, Volume 7 No.1. Hal 12–20. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Seber, V. (2019). *The Effect of Interaction Via Social Media and Past Online Shopping Experience on Repurchase Intention Through Trust in Tokopedia Application Users in Surabaya*. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, vol. 1, no. 2, pp. 71–92.
- Shukla, A and Sharma, S. K. (2018). *Evaluating consumers' adoption of mobile technology for grocery shopping: an application of technology acceptance model*. *Vision*, vol. 22, no. 2, pp. 185–198.

- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syamsuddin, F & Amir, S. (2021). *Pembuatan Batik sebagai Upaya Pelestarian Budaya dan Peningkatan Pendapatan Masyarakat*. Jurnal Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat, 2(1).
- Wibowo . (2014) . *Manajemen Kinerja* . Edisi Keempat . Jakarta : Rajawali Pers