

# PKU PENDAMPINGAN MANAJEMEN USAHA INDUSTRI LIMBAH PERCA BATIK UMKM BATIK KEBONPOLO

Rochiyati Murniningsih<sup>1\*</sup>, Muljono<sup>2</sup>, Miftahul Alba Pramana<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manajemen/Fakultas Ekonomika & Bisnis, UMMagelang

<sup>2</sup>Manajemen/Fakultas Ekonomika & Bisnis, UMMagelang

<sup>3</sup>Manajemen/Fakultas Ekonomika & Bisnis, UMMagelang

\*Email: rochiyati.murni@ummgl.ac.id

## Abstrak

### Keywords:

UMKM mitra,  
Participatory Rural  
Apraisal (PRA),  
desain motif dan  
diversifikasi produk

*Kegiatan Program Kemitraan Universitas (PKU) ini merupakan kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra UMKM Batik Kebonpolo Kota Magelang. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan daya saing UMKM batik melalui pengolahan limbah perca kain batik. Tujuan khususnya adalah a) Meningkatkan mutu produk olahan limbah perca kain batik melalui pengembangan desain motif dan diversifikasi produk, b) Memberikan pemahaman dan motivasi pada para pekerja dan pihak mitra dari UMKM agar bisa meningkatkan kualitas dan kuantitas produknya, dan c) Meningkatkan kemampuan mitra dalam pengembangan pasar melalui media on line (e marketing). Tujuan dicapai dengan model pemberdayaan masyarakat partisipatif Participatory Rural Apraisal (PRA). Pertimbangan dipilihnya metode ini adalah bahwa yang menghadapi masalah adalah mitra, oleh karena itu keterlibatan mitra dalam penentuan pemecahan masalah yang dihadapi dan penyelesaiannya sangat diperlukan. Pelaksanaan metode tersebut dibagi menjadi tiga tahap yaitu persiapan, pelaksanaan, dan penyusunan laporan. Tahap persiapan dimulai penyuluhan tentang pengembangan desain motif dan diversifikasi olahan limbah perca kain batik. Tahap berikutnya adalah tahap pelaksanaan meliputi kegiatan pelatihan dan pendampingan kegiatan. Tahap terakhir adalah penyusunan laporan kemajuan, artikel ilmiah untuk keperluan publikasi, dan laporan akhir.*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

Kerajinan batik menjadi bagian dari industri kreatif di Indonesia. Peluang bisnis sektor industri kreatif ini secara komparatif dan kompetitif mampu mengangkat sumberdaya alam atau potensi lokal di Indonesia. Terlebih setelah tahun 2009 lalu UNESCO menetapkan batik sebagai warisan budaya asli Indonesia, seluruh daerah berlomba menciptakan batik sesuai dengan identitas daerah masing-masing. Tak terkecuali di Kota Magelang, mulai tahun 2010

banyak bermunculan pengrajin yang berbasis di kampung-kampung menciptakan desain batik khas Magelang. Pada akhirnya motif batik ciptaannya diberi nama sesuai nama kampung mereka seperti Batik Kebonpolo (bermotif bunga pala), Batik Bayeman (bermotif sayur bayam), Batik Jagoan (bermotif ayam jago), Kemirirejo (bermotif buah kemiri), batik Gelangan (bermotif orang yang memutar membentuk gelang) dan Batik Tidar (bermotif floral dan burung kepodang). Selain itu, beberapa kampung dikembangkan yaitu Mirikerep, Mantiasih,

Patenjurang dan lain sebagainya. Motif khas Kota Magelang mengangkat arsitektur Kota Magelang, yaitu batik bermotif menara air Kota Magelang (Watertoren). Berdasar informasi Disperindag, sampai saat ini terdapat delapan Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang terdiri dari ibu rumah tangga, remaja putus sekolah, serta bapak-bapak.

Masalah yang dihadapi UMKM batik di Kota Magelang hampir seragam yaitu ketidakstabilan kuantitas, kualitas dan kontinuitas produksi. Meskipun pemerintah daerah sudah memberikan pelatihan dan pendampingan namun ketatnya perubahan dinamika pasar menuntut UMKM untuk harus terus berbenah. Perubahan selera pasar, persaingan dengan batik printing, lemahnya pembukuan, kurangnya kerjasama antar pengrajin dan rendahnya pemahaman *e marketing* menjadi tantangan berat bagi UMKM batik Kota Magelang.

Universitas Muhammadiyah Magelang pernah memberikan pelatihan pembukuan sederhana bagi UMKM batik, namun kontinuitas pelaksanaan pembukuan tidak terjadi karena keterbatasan sumberdaya pelaku UMKM. Demikian juga rendahnya kreativitas tenaga kerja menjadikan pemasaran batik semakin berat. Saat ini, beberapa pengelola UMKM berupaya mengembangkan pemasaran dengan pengolahan limbah batik menjadi beberapa souvenir kreatif. Namun demikian terbatasnya sumberdaya yang ada menjadikan langkah ini juga lamban perkembangannya. Adapun mitra sasaran kegiatan pengabdian ini adalah UMKM Batik Kebonpolo Kota Magelang.

### 1.2 Masalah mitra

Perkembangan selera pasar dan ketatnya persaingan industri batik menjadi tantangan berat bagi UMKM Batik. Demikian juga masalah yang dihadapi UMKM Batik Kebonpolo. Secara ringkas permasalahan mitra sebagai berikut:

- a) Terbatasnya pangsa pasar, dimana pasar baru sebatas permintaan dinas dan ketergantungan pada event-event pameran.
- b) Terbatasnya pengetahuan dan kemampuan pengrajin dalam manajemen usaha, khususnya *e marketing*
- c) Ketidakmampuan melayani perubahan selera konsumen karena terbatasnya pengetahuan tentang desain dan inovasi produk (khususnya produk yang berbahan baku limbah perca)

- d) Ketidakkonsistenan administrasi dan pembukuan, karena kurangnya motivasi manajemen usaha
- e) Masih rendahnya diversifikasi produk batik, terutama limbah perca dikarenakan kurangnya motivasi dan rendahnya kreatifitas tenaga kerja maupun mitra UMKM.

### 1.3 Tujuan

Secara umum tujuan dari Program Kemitraan Universitas ini adalah meningkatkan kualitas dan kuantitas produk limbah perca batik. Adapun tujuan khususnya sebagai berikut:

- a. Meningkatkan mutu produk melalui pengembangan desain motif dan diversifikasi produk olahan limbah perca kain batik agar bisa diterima pasar
- b. Memberikan pemahaman dan motivasi pada para pekerja dan pihak mitra dari UMKM agar bisa meningkatkan kualitas dan kuantitas produknya.
- c. Meningkatkan kemampuan mitra dalam pengembangan pasar melalui media on line (*e marketing*)

## 2. METODE

Metode yang digunakan adalah model pemberdayaan masyarakat partisipatif *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Pertimbangan dipilihnya metode ini adalah bahwa yang menghadapi masalah adalah mitra, oleh karena itu keterlibatan mitra dalam penentuan pemecahan masalah yang dihadapi dan penyelesaiannya sangat diperlukan. Adapun tahap dari model PRA sebagai berikut:

- a) Pengenalan masalah/ kebutuhan  
Dalam tahap ini dilakukan identifikasi terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi mitra baik aspek produksi maupun aspek manajemen.
- b) Perumusan masalah dan penetapan prioritas  
Permasalahan yang dihadapi mitra sangat kompleks, namunkarena keterbatasan waktu dan dana pengabdian, maka tim membatasi pada masalah peningkatan mutu produk melalui pengembangan desain motif dan diversifikasi produk olahan limbah perca kain batik, pemahaman dan motivasi pada para pekerja serta meningkatkan kemampuan mitra dalam pengembangan pasar (*e marketing*)
- c) Identifikasi alternatif pemecahan masalah

Diskusi antara tim dan UMKM mitra dilakukan untuk menentukan masalah prioritas yang akan ditangani.

- d) Pemilihan alternatif pemecahan masalah  
Setelah dilakukan pencarian terhadap sejumlah alternatif pemecahan masalah yang dihadapi mitra, selanjutnya dilakukan pemilihan alternatif-alternatif model pemecahan masalah yang optimal. Penentuan ini berdasarkan waktu pelaksanaan, tenaga, dana, dan kemudahan model yang akan digunakan

- e) Penyajian rencana kegiatan

Tahap ini disusun oleh tim pengusul dengan melibatkan mitra agar pelaksanaannya lancar serta sesuai target. Kegiatan ini direncanakan selama 3 (tiga) bulan meliputi sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Gambaran Umum Mitra

Mitra sasaran kegiatan pengabdian ini adalah UMKM Batik Kebonpolo Kota Magelang. Dipilihnya mitra ini karena:

- mitra melibatkan banyak pihak dalam pelaksanaan proses produksinya (penjahit konveksi 2 UMKM, pembuat souvenir kerajinan 2 UMKM, penjahit batik 2 UMKM dan tenaga kerja pembatik sebanyak 6 orang)
- Jumlah unit hasil produksi mencapai 100 potong/ bulan dimana potensi ini masih bisa terus dikembangkan
- Mitra memiliki motivasi tinggi untuk terus mengembangkan kreatifitas dan pengembangan produk. Sampai dengan pengolahan limbah perca batik pun sudah dilakukan. Namun demikian kendala terbatasnya kemampuan tenaga kerja menjadikan perkembangan industri ini lambat.
- Mitra dijadikan panutan oleh pelaku usaha sejenis.

Dalam pengolahan limbah perca batik, UMKM Batik Kebonpolo memiliki satu kelompok minat (terdiri dari 15 pelaku usaha) yang *concern* pada produk berbasis limbah perca. Kelompok ini sebatas kelompok minat, belum berbentuk Kelompok Usaha Bersama (KUB). Meski demikian karena kesamaan minat produk, maka pertemuan-pertemuan rutin diadakan

dengan koordinasi dari UMKM Batik Kebonpolo. Masalah yang dihadapi 15 pelaku UMKM industri perca batik di Kota Magelang tersebut hampir seragam yaitu *ketidakstabilan kuantitas, kualitas, kontinuitas produksi dan kendala pemasaran*. Masalah tersebut semakin berat dengan ketatnya perubahan dinamika pasar yang menuntut UMKM untuk harus terus berinovasi. Selain proses diskusi untuk identifikasi masalah dan alternatif solusi, Tim PKU juga membawa 15 anggota kelompok untuk belajar langsung ke Rumah Kreatif BUMN Solo.

Gambar 1 Kegiatan Pengabdian pada UMKM Perca Batik UMKM Kebonpolo ... please tempelin 4 foto jadi 1 kotak

#### 3.2 Hasil PKU yang Dicapai

Adapun hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

##### 1. Bidang Produksi

Keahlian anggota kelompok sebatas membuat produk-produk sederhana seperti tas kecil, dompet dan sejenisnya. Untuk itu Tim PKU melakukan pelatihan produksi dengan untuk memberikan pelatihan membuat produk yang lebih baik, berkualitas dan memiliki variasi yang sangat banyak. Tim PKU bekerja sama dengan Rumah Kreatif BUMN di Solo memberikan pelatihan produksi. Hasil pelatihan, kelompok usaha sudah memiliki lebih 10 jenis variasi produk kain perca. Jenis produk yang sudah dibuat antara lain adalah: bross, pita, kalung hias, tas kecil, tas besar, dompet, sajadah, sarung bantal, sarung bantal kursi dan taplak meja,.

Gambar 2 Produk Olahan Limbah Perca Batik Kebonpolo (3 foto ya)

Kelompok usaha selama mengikuti pelatihan diversifikasi produk telah menghasilkan

berbagai produk antara lain: sarung bantal kursi, berbagai bentuk dompet, berbagai macam kalung hias dan asesoris fashion, berbagai bentuk tas dan proses pembuatan bedcover. Diharapkan setelah mengikuti pelatihan, diversifikasi barang yang lebih bervariasi. Produk yang selama ini monoton belum memiliki model-model pengelolaan kain perca yang bervariasi (selama ini hanya menghasilkan asesoris saja), saat ini mampu menghasilkan berbagai model mulai membuat sarung bantal kursi dengan berbagai model dan motif serta menghasilkan berbagai model tas dan dompet dan terakhir proses pembuatan bedcover yang memiliki kesulitan lebih tinggi dibanding produk yang lain.

## 2. Bidang Pemasaran

Kegiatan bidang pemasaran dilakukan dengan tujuan hasil produksi yang sudah dibuat anggota akan dapat terdistribusi ke konsumen melalui cara dan metode yang efektif. Tim PKU melakukan pelatihan tentang “*Marketing Mix*”. Dijelaskan tentang tujuan *marketing*, berbagai jenis model *marketing* dan pemilihan model *marketing* yang sesuai dengan kelompok usaha. Selanjutnya tim bekerjasama dengan Rumah Kreatif BUMN Solo dan PLUT Karesidenan Surakarta melakukan pendampingan praktik *marketing* kelompok usaha dengan cara mengikutkan pameran, mencari konsumen dan melakukan penjualan. Model pemasaran yang dipilih adalah perpaduan antara pemasaran tradisional yaitu iklan dari mulut ke mulut, dan pemasaran berbasis teknologi informasi yaitu instagram, blog dan *Facebook*.

**Gambar 3. Proses Pelatihan E- Marketing Produk Limbah Perca Batik (2 gambar jadi satu yaaa)**

Pelatihan pemasaran juga meliputi bagaimana menampilkan katalog produk di *branding* dan *web* untuk pemasaran *online*.

Selanjutnya katalog produk didistribusikan secara manual (*hard copy*) maupun didistribusi *online* sebagai pendukung web. Sebagai UMKM yang memiliki jenis produksi yang unik karena diproduksi berbasis limbah (perca), maka tim melatih bagaimana menentukan desain *merk* sebagai *branding* untuk produk tersebut. Branding menjadi salah satu faktor kekuatan UKM yang memiliki ciri produk unik dan diminati pasar. Diharapkan, melalui *merk* dan *branding*, produk akan menjadi mudah dikenal, susah ditiru dan *marketable*.

## 3. Bidang Manajemen Usaha

Langkah yang dilakukan adalah penyuluhan administrasi dan keuangan yang diberikan oleh tim. Selanjutnya praktik administrasi keuangan untuk mencatat penerimaan dan pengeluaran kas. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan tertib administrasi dan keuangan sehingga kelompok usaha akan menjadi pelaku UMKM yang kuat dari segi manajemen. Model yang diberikan sangat sederhana, masih sebatas aplikasi catatan keuangan berbasis manual mengingat kelompok usaha belum memiliki sumber daya manusia dan fasilitas yang memadai. Untuk itu tim melatih pembuatan formulir-formulir yang sederhana sebagai bahan pelatihan. Setelah melakukan pelatihan maka dilakukan pendampingan praktik pembuatan catatan keuangan usaha. Harapannya dengan administrasi yang baik, catatan keuangan yang tertib dan akurat, maka pelaku usaha bisa melakukan penilaian kinerja UMKM. Disamping itu, tim pelaksana telah memberikan pelatihan dan pendampingan untuk penentuan harga pokok penjualan tiap produk. Penentuan harga pokok produk akan digunakan sebagai penentuan harga jual masing-masing produk. Komponen harga pokok produk meliputi: bahan baku kain perca, bahan penolong, beban atau ongkos kerja penjahit dan yang memotong, beban perlengkapan lain, beban listrik untuk mesin produksi dan amortisasi biaya desain produk. Setelah setiap produk ditentukan harga pokoknya, maka selanjutnya ditentukan harga jual masing-masing produk seperti yang telah diinformasikan dalam katalog produk yang dibuat.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan PKU Pendampingan Manajemen Usaha Industri Limbah Perca UMKM Batik Kebonpolo dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a) Kelompok usaha limbah perca batik UMKM Batik Kebonpolo sudah memiliki pengetahuan diversifikasi produk yang baik, dilihat dari variasi produk maupun teknik pembuatannya.
- b) Praktik *marketing* untuk produk limbah perca batik yang dipilih adalah perpaduan antara pemasaran tradisional yaitu iklan dari mulut ke mulut, dan pemasaran berbasis teknologi informasi yaitu instagram, blog dan *Facebook*. Pengrajin batik juga sudah memiliki beberapa media pemasaran, seperti akun facebook, instagram, blog, kartu nama dan katalog produk.
- c) Mitra pengabdian sudah mengikuti pelatihan model keuangan yang sangat sederhana, masih sebatas aplikasi catatan keuangan berbasis manual. Diharapkan kelompok usaha akan menjadi pelaku UMKM yang kuat dari segi manajemen.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan pada UMMagelang melalui LP3M yang sudah membiayai kegiatan Program Kemitraan Universitas ini. Terimakasih juga disampaikan pada seluruh anggota Kelompok Usaha Limbah Perca Batik Kebonpolo yang berpartisipasi penuh dalam rangkaian kegiatan pengabdian ini. Juga untuk mahasiswa yang sudah membantu pelaksanaan.

#### REFERENSI

- Bhandari, B. B., 2003. Participatory Rural Appraisal. In: Kanagawa, Japan: Institute for Global Environmental Strategies (IGES), p. Module 4
- Doelah, Santosa. 2000. Desain Batik Utama. Solo, Dinar Hadi Press.
- Damanhuri, Enid & Tri Padi, 2013, Diktat Pengolahan Limbah

Endriani, Margarettha, NurHasanah, 2014, Pendampingan Pengembangan Dan Peningkatan Usaha Kerajinan Batik Jambi, Jurnal Pengabdian pada Masyarakat Volume 29

Hasanudin. 2011. Batik Pesisiran; Melacak Pengaruh Etos Dagang Santri pada Ragam Hias Batik, Bandung, Kiblat Buku Utama.

Indrojarwo, Baroto T. 2012, Desain Batik ITS, Surabaya, ITS