

PELATIHAN DAN PEMBUATAN SISTEM PENJUALAN PADA KELOMPOK PENGRAJIN BATIK TANJUNG BUMI MADURA

Yeni Kustiyahningsih¹⁾, Fifin Ayu Mufaroha²⁾, Eza Rahmnita³⁾, Yudha Putera Negara⁴⁾, Rofi Liyanan⁵⁾, Aziz Al Rozak⁶⁾, Emilia Kamila⁷⁾, Theresia Nazela⁸⁾, Zakkiya Fitri Nur Sa'adah⁹⁾

^{1,3,4,5,6,7)}Fakultas Teknik Prodi Sistem Informasi, Universitas Trunojoyo Madura,

^{2,8,9)}Fakultas Teknik Prodi Teknik Informatika, Universitas Trunojoyo Madura,
ykustiyahningsih@trunojoyo.ac.id

Abstract

The center of the batik village for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Telaga Biru Village, Tanjung Bumi, Bangkalan, Madura, is one of the business actors that has the potential to be developed. The UMKM center for batik craftsmen in Telaga Biru Village, RT. 002, RW. 002 is a village of handmade batik Madura which is well known both in Indonesia and abroad. This business has been going on for generations from their parents or grandparents. There are 2 batik craftsmen from Telaga Biru Tanjung Biru village who will become partners in community service activities (PKM), namely Rusna Batik and Mesrawi Batik. The priority problems faced by small business partners in the village of hand-drawn batik artisans in Telaga Biru Village are 1) The low level of sales, especially during the Covid-19 condition, has now started to recover but has not returned to what it was before Covid-19, 2) The low ability of the craftsmen in utilizing technology so that they have not been able to take advantage of market opportunities through online media or marketplaces. Solutions and output targets for the implementation of the PKM program are as follows 1). Increase sales by developing an Android-based sales application, 2). Provide training and assistance to optimize market opportunities through online media marketplaces, business profiles, and YouTube channels. The purpose of the service is to increase the production results of Tanjung Bumi batik craftsmen and improve human resource capabilities in the field of marketplace technology and online media. The implementation method used to achieve the output target is training, mentoring, facilitation and online media.

Keywords: UMKM, Marketplace, sales, batik.

Abstrak

Sentra kampung batik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Telaga Biru Tanjung Bumi Bangkalan Madura merupakan salah satu pelaku usaha yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Sentra UMKM pengrajin batik Desa Telaga Biru RT. 002, RW. 002 merupakan kampung pengrajin batik tulis madura yang sudah terkenal baik di Indonesia maupun di luar negeri. Usaha ini sudah berlangsung secara turun menurun dari orang tua, ataupun nenek-kakeknya. Terdapat 2 pengrajin batik tulis desa Telaga Biru Tanjung Biru yang akan menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yaitu Rusna Batik, dan Mesrawi Batik. Permasalahan prioritas yang di hadapi mitra usaha kecil kampung pengrajin batik tulis Desa Telaga Biru adalah 1) Rendahnya tingkat penjualan, terutama saat kondisi covid-19, saat ini sudah mulai pulih akan tetapi masih belum kembali seperti sebelum Covid-19, 2) Rendahnya kemampuan para pengrajin dalam memanfaatkan teknologi sehingga belum mampu memanfaatkan peluang pasar melalui media online atau marketplace. Solusi dan target luaran kegiatan pelaksanaan program PKM adalah sebagai berikut 1). Meningkatkan penjualan dengan membuat aplikasi penjualan berbasis android, 2). Memberikan pelatihan dan pendampingan untuk mengoptimalkan peluang pasar melalui media online marketplace, profile usaha, dan youtube channel. Tujuan pengabdian adalah untuk meningkatkan hasil produksi pengrajin batik tulis Tanjung bumi dan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam bidang teknologi marketplace dan media online. Metode pelaksanaan yang digunakan untuk mencapai target luaran adalah pelatihan, pendampingan, Fasilitasi dan media online.

Kata kunci: UMKM, Marketplace, penjualan, batik.

PENDAHULUAN

Desa Telaga Biru berada di Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan. Luas wilayah ini 199,244 Ha. Desa ini merupakan dataran rendah dengan suhu rata-rata 30° Celcius dan diatas permukaan laut sekitar 2 meter (Akuntansi et al., 2020). Batik tanjung bumi mempunyai ciri khas motif burung, corak merah dan cerah serta mewakili karakter penduduk pesisir pulau Madura (Amri, 2020). Kerajinan industry rumah tangga di Madura lebih mempertahankan motif alam karena banyak pengrajin sebagai ibu rumah tangga, sehingga tetap melestarikan ketrampilan dengan mempertahankan tema alam (abdul, 2021). Desa telaga biru terkenal dengan Motif tasekmalayu, Serat Kayu, motif Rongterong, Ramo, Perkaper, dan sebagainya (Sugiri, 2020). Batik Gentongan juga merupakan batik tradisional yang sangat terkenal dengan lama prosesnya dan mempunyai nilai seni yang tinggi. (Wibowo, 2018). Terdapat 2 pengrajin batik tulis desa Telaga Biru Tanjung Bumi yang akan menjadi mitra dalam kegiatan ini yaitu Rusna Batik, dan Mesrawi Batik.

Permasalahan prioritas yang di hadapi mitra usaha kecil kampung pengrajin batik tulis Desa Telaga Biru adalah 1) Rendahnya tingkat penjualan, terutama saat kondisi covid-19, saat ini sudah mulai pulih akan tetapi masih belum kembali seperti sebelum Covid-19, 2) Rendahnya kemampuan para pengrajin dalam memanfaatkan teknologi sehingga belum mampu memanfaatkan peluang pasar melalui media online atau *marketplace* (Arifitama, 2022) (Aulianita, 2013).

Belum mampu memanfaatkan peluang pasar melalui penggunaan dan pemanfaatan media online atau *marketplace*, pengrajin batik masih belum terbiasa menggunakan media penjualan secara online, sebenarnya sudah mempunyai smart HP tapi tidak bisa menggunakan secara optimal untuk membuat market palce seperti Shopee, Tokopedia, BliBli, Belanjacom, JD.ID, Lazada, Bhineka, OLX, Elevania, dan Bukalapak. Padahal dengan menggunakan media tersebut tingkat penjualan juga dapat meningkat, sehingga omset akan bertambah (Sunardi, 2021). Belum mempunyai media promosi online, ada yang sudah menggunakan WhatsApp, akan tetapi mereka belum mengetahui bahwa media online ini juga ada Instagram (IG), FaceBook, membuat profil usaha dan pemanfaatan Youtube channel untuk mengenalkan batik di Madura (Kustiyahningsih, 2021, 2016). Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, akan dilakukan pengabdian masyarakat pada sentra kampung batik telaga biru Tanjung Bumi dengan memberikan pelatihan dan pendampingan, Fasilitasi media online, dan pembuatan aplikasi penjualan batik madura berbasis android. Tujuan kegiatan ini adalah 1). Meningkatkan penjualan dengan membuat aplikasi penjualan berbasis android, 2). Memberikan pelatihan dan pendampingan untuk mengoptimalkan peluang pasar melalui media *online marketplace*, profile usaha, dan youtube channel.

METODE

Tahapan kegiatan pengabdian Masyarakat adalah:

- a. Survey dan wawancara ke pengrajin Batik Telaga Biru Tanjung Bumi bangkalan Madura
- b. Pembuatan Modul Pelatihan dan Pendampingan pemasaran Online, menggunakan Instagram, Membuat Video profile usaha dan upload Video di Youtube channel.
- c. Pembuatan desain dan implementasi sistem informasi penjualan berbasis android
- d. Memberikan pelatihan dan pendampingan pengrajin UMKM batik mengenai pembuatan market place dan pemasaran online
- e. Koordinasi dan melibatkan mahasiswa dalam kegiatan pengabdian Masyarakat, yaitu Membantu membuat modul pelatihan dan pendampingan *marketplace*, Mahasiswa membantu pembuatan video pelatihan, buku, pelatihan, upload

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian Masyarakat di sentra UMKM batik tulis tanjung Bumi adalah

1. Koordinasi dengan kedua mitra mengenai pelaksanaan, tujuan kegiatan, dan sasaran kegiatan. Partisipasi Mitra adalah memberikan informasi berkaitan dengan kemampuan SDM, fasilitas tempat pelatihan, sarana dan prasarana, proses bisnis UMKM, peralatan komputer dan smart phone yang ada. Dalam proses perumusan

permasalahan, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program hingga tahap evaluasi kegiatan, UMKM tetap dilibatkan. Tahap ini terdapat pada Gambar 1. Survey dan diskusi dengan Mitra:

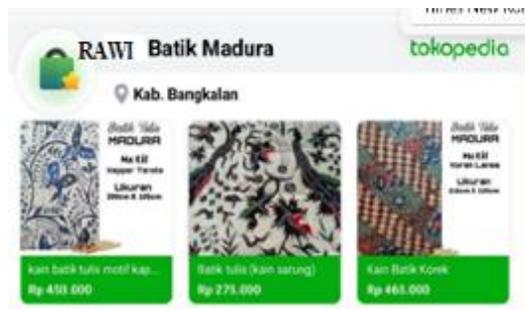


Gambar 1. Survey dan diskusi dengan Mitra

2. Pembuatan modul *Market place Shopee*, terdiri dari pendaftaran lewat website dan HP, cara daftar sebagai penjual, cara upload produk batik dan memberikan harga serta diskon, pemanfaatan fitur TOP PICKS, sebagaimana Modul Pelatihan untuk Daftar Shopee. Instagram Feeds berisikan *update* terbaru tentang pembagian foto dan video dari pengguna lain yang diikuti oleh akun pengguna. Pengguna juga dapat membagikan foto dan video yang ingin diunggah. Saat ini, Instagram Stories selain banyak digunakan untuk memposting postingan pribadi, Instagram Stories juga digunakan untuk mempromosikan produk yang hendak dijual. IGTV merupakan salah satu fitur Instagram yang memungkinkan pengguna dalam mengunggah video dengan durasi yang sangat panjang (sekitar 10-60 menit). IGTV juga digunakan untuk menyimpan *live streaming*, cuplikan film, dan video lainnya. Direct Message merupakan fitur Instagram yang memungkinkan pengguna ber kirim pesan antar satu sama lainnya. Direct Message juga memuat berbagai fitur lainnya seperti *video call*, telepon, penyematan foto, rekaman suara, video dan menanggapi

reaksi suka pada pesan yang dikirimkan serta berbagai fitur lainnya. Peralihan Jenis Akun yang merupakan Akun pengguna umumnya merupakan akun personal yang hanya memiliki fitur terbatas dalam pengelolaan akun. Kini, Instagram menghadirkan fitur peralihan akun personal menjadi akun professional. Akun professional memiliki berbagai fitur yang sangat berguna khususnya bagi para *influencer* dan pelaku bisnis usaha di Instagram. Akun professional dapat melakukan peninjauan interaksi pengguna terhadap akun yang dipakai. Akun professional juga dapat memilah kategori pesan pada fitur Direct Message.

3. Mendaftarkan Mitra UMKM dan mengelola *official account* dimedia sosial. Proses pemasaran yang dilakukan melalui *official account* di media sosial. Menawarkan produk katalog produk lewat pasar daring. **Katalog Produk** batik berisi kain dengan berbagai motif batik dengan jenis batik gantungan yang paling mahal sampai 45 juta, batik tulis antara 200 ribu sampai satu juta, batik cap dengan kisaran harga antara 50 ribu sampai 300 ribu. Contoh pendaftaran Batik RAWI pada Tokopedia.

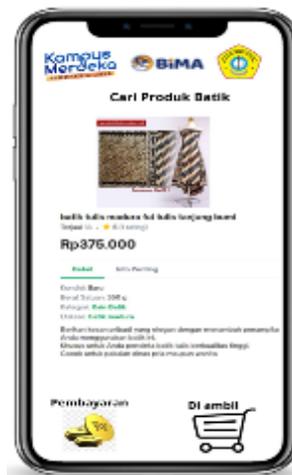


Gambar 2. Market Place RAWI Batik Madura

4. Membuat Fitur untuk Pembelian Batik.

Fitur ini memberikan tugas kepada pembeli untuk memasukkan

data berupa nama pembeli, nomer Handphone, alamat rumah dan email pembeli. Database akan menyimpan semua transaksi yang terjadi antara pembeli dan pemilik toko batik. Pembeli juga bisa mencari produk batik tanpa harus membeli barang. Setelah semuanya sesuai dengan pilihannya baru dimasukkan pada keranjang belanja. Pembeli juga dapat melakukan pencarian jenis produk Batik tertentu. Tampilan menu aplikasi pembelian dan pencarian data batik disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Pembelian dan pencarian batik

5. Pelatihan penggunaan aplikasi sistem UMKM Batik.

Mitra menyiapkan tempat pelatihan, menyiapkan peserta pelatihan, share materi ke peserta pelatihan dan mengikuti pelatihan. Sosialisasi dan kegiatan diskusi / tanya jawab untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam mengoperasikan aplikasi UMKM. Rata-rata kemampuan pengrajin dalam bidang teknologi masih sangat kurang, sehingga pelatihan ini dilakukan secara bertahap, mulai dari install androidnya dari google play store, menjalankan mulai awal, mengisi data sebagai pemilik, dan sebagai pembeli, mengisi data promosi batik, pemesanan dan penjualan. Materi Pelatihan: Pelatihan diawali dengan

penjelasan tentang cara download dan install aplikasi beserta cara penggunaannya baik untuk penjual maupun pembeli. Tim pengabdian juga menjelaskan semua fitur yang ada di aplikasi JualOnBatik, penggunaan dan pengisian data aplikasi.



Gambar 4. Pelatihan Mitra UMKM

6. Pendampingan dan monitoring penerapan teknologi sebagai tindak lanjut keberlanjutan kegiatan. Pendampingan dan monitoring dilakukan dua minggu setelah pelatihan, kegiatan ini dilakukan dengan datang langsung ke tempat mitra, menanyakan kesulitan dan kendala dari aplikasi. Program trial error dulu selama dua minggu sampai satu bulan, jika masih ada yang kurang akan diperbaiki oleh tim pengabdian. Hasil monitoring juga dijadikan evaluasi tingkat keberhasilan implementasi program.

Partisipasi Mitra: Mengikuti arahan dari tim pengabdian untuk melakukan install aplikasi, dan melakukan pemanfaatan aplikasi secara keseluruhan sesuai kebutuhan pembeli atau penjual.



Gambar 5. Pendampingan Mitra UMKM

SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan oleh Tim adalah :

1. Memberikan dampak pada permintaan produk batik di UMKM Batik Rawi dan RUSNA, sehingga kegiatan produksi mengalami kenaikan.
2. Kesejahteraan pengrajin meningkat karena adanya peningkatan penjualan
3. Penjualan secara online sangat berguna pada saat ini karena Masyarakat dapat mengetahui langsung semua produk yang di tawarkan
4. Peningkatan kemampuan SDM pembatik dalam penguasaan teknologi dan media online untuk mengelola penjualan dan pemasaran secara online

5. Mahasiswa secara langsung dapat belajar kepada UMKM mengenai manajemen penjualan, proses produksi batik dan membentuk jiwa kepemimpinan serta tanggung jawab dalam permasalahan yang ada di Masyarakat.
6. Meningkatkan wawasan mahasiswa dalam melakukan sosialisasi dengan Masyarakat dengan berbagai kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas Trunojoyo Madura atas pendanaanya dengan skema Pengabdian Masyarakat, UMKM Batik Tanjung Bumi, RAWI Batik Tulis dan RUSNA Batik Tulis atas partisipasi dan bantuannya sehingga pelaksanaan pengabdian ini berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Akuntansi, J., Hardilawati, W. L., & Riau, U. M. (2020). *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*. 10(1).
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 123–130. https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid-19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76–86. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>

- Wibowo, E. W. (2018). Kajian Analisis Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Dengan Menggunakan Metode Balance Scorecard. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(2), 25. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i2.188>
- Abdul MR. Sistem Informasi Penjualan Batik berbasis web pada Batik Putra Faris Pekalongan. *Indones J Engineering*. 2021;2(6):65–72.
- Arifitama B, Syahputra A. Analisis Data Mining Pada Klasterisasi UMKM Dengan Menggunakan Algoritma K-Means. 2022;02.
- Aulianita R, Santoso B. SISTEM INFORMASI PENJUALAN BATIK BERBASIS WEB PADA Pilar Nusa Mandiri Vol . IX No . 1 Maret 2013. *Pilar Nusa Mandiri*. 2013;IX(1):69–78.
- Sunardi, Sofian D. Sistem Informasi Penjualan Batik Berbasis Web. *Indones J Eng*. 2021;2(1):65–72.
- Kustiyahningsih Y, Purnama J, Rahmanita E, Anamisa DR. Selection SMEs of Batik Bangkalan Using Fuzzy Interval Type-2 Method based on Group Support System. *ICRACOS 2021 - 2021 3rd Int Conf Res Acad Community Serv Sustain Innov Res Community Serv Better Qual Life Towar Soc* 5. 2021;191–6.
- Kustiyahningsih Y, Anamisa DR, Mufarroha FA. Decision support system for mapping SMEs batik Bangkalan facing industry 4.0 using SMART method. *J Phys Conf Ser*. 2021;1869(1):0–7.
- Kustiyahningsih Y, Rahmanita E, Purnama J. Integration balanced scoredcard and fuzzy analytic network process (FANP) for measuring performance of small

Yeni Kustiyahningsih,dkk. Pelatihan Dan Pembuatan Sistem Penjualan Pada...

medium enterprise (SME). J
Theor Appl Inf Technol.
2016;94(2):343–52.