

DIGITALISASI BISNIS PRODUK BAJUMPER (BATIK JUMPUTAN PERJUANGAN) BERBASIS KEARIFAN LOKAL SEBAGAI UPAYA PEMBANGUNAN KEMANDIRIAN INDUSTRI KREATIF DESA PERJUANGAN, KECAMATAN SEI BALAI, KABUPATEN BATU BARA

**Aurora Elise Putriku, Sri Mutmainah, Rotua Sahat
Pardamean Simanullang, Lucky Satria Pratama**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Medan
luckysatriapratama@unimed.ac.id

Abstract

This community service program aimed to address the digital and managerial limitations faced by BAJUMPER (Batik Jumputan Perjuangan) craftsmen in Perjuangan Village, Sei Balai District, Batu Bara Regency, North Sumatra. The program applied a participatory approach through training, mentoring, and technology implementation covering three main areas: production quality improvement, digital marketing, and financial management. Results showed that provision of modern sewing machines reduced production time by 40% and enabled product diversification. Digital marketing training led to the creation of Instagram (bj_perjuangan) and Shopee accounts that expanded market reach beyond the district and province. Financial management training using SAK-EMKM standards and QRIS payment system improved transaction transparency. Within two months post-program, partner income increased by 10–15%. This program demonstrates that an integrated digitalization approach can transform traditional village-based creative industries into competitive local brands with sustainable economic impact.

Keywords: digitalization, creative industry, community empowerment.

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengatasi keterbatasan digital dan manajerial yang dihadapi pengrajin BAJUMPER (Batik Jumputan Perjuangan) di Desa Perjuangan, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara. Program dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif berupa pelatihan, pendampingan, dan penerapan teknologi yang mencakup tiga bidang utama: peningkatan kualitas produksi, pemasaran digital, dan manajemen keuangan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemberian mesin jahit modern mampu mengurangi waktu produksi hingga 40% dan membuka peluang diversifikasi produk. Pelatihan pemasaran digital menghasilkan akun Instagram (bj_perjuangan) dan Shopee yang memperluas jangkauan pasar hingga luar kabupaten dan provinsi. Pelatihan manajemen keuangan berbasis SAK-EMKM dan sistem pembayaran QRIS meningkatkan transparansi transaksi. Dalam dua bulan pascaprogram, pendapatan mitra meningkat 10–15%. Program ini membuktikan bahwa pendekatan digitalisasi terpadu mampu mentransformasi industri kreatif berbasis desa menjadi merek lokal yang kompetitif dengan dampak ekonomi berkelanjutan.

Keywords: digitalisasi, industri kreatif, pemberdayaan masyarakat.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar

pada berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Aktivitas bisnis yang semula berlangsung secara

konvensional kini mengalami disrupsi seiring hadirnya platform digital yang memungkinkan transaksi jual beli secara daring (Dewi et al., 2022). Transformasi ini membuka peluang besar bagi pelaku UMKM di perdesaan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, sekaligus memperkuat daya saing produk lokal di tengah persaingan global.

Desa Perjuangan, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi industri kreatif yang signifikan. Produk unggulan dari desa ini adalah batik jumputan yang dikenal dengan nama BAJUMPER (Batik Jumputan Perjuangan). Produk ini dibuat dengan teknik ikat celup menggunakan tali untuk membentuk simpul, jahitan, dan kerutan pada kain tanpa menggunakan lilin. Keunikan proses produksi dan kualitas hasil yang baik menjadikan BAJUMPER diminati oleh masyarakat sekitar. Namun demikian, jangkauan penjualan masih terbatas di lingkup lokal desa dan kecamatan, sehingga menghambat pertumbuhan usaha secara keseluruhan.

Permasalahan yang dihadapi BAJUMPER bersifat multidimensi, meliputi keterbatasan variasi produk, kelemahan dalam manajemen keuangan, rendahnya literasi digital, serta belum adanya strategi pemasaran yang terstruktur. Kondisi ini sejalan dengan temuan berbagai penelitian yang menyatakan bahwa UMKM di Indonesia umumnya terkendala dalam hal modal, teknik produksi, pemasaran, manajemen, dan teknologi (Ulya et al., 2023). Di sisi lain, kehadiran platform digital seperti media sosial dan e-commerce terbukti menjadi solusi yang menjanjikan bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan

pertumbuhan bisnis (Abdillah & Sholihah, 2023).

Dalam konteks pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDGs-1 tentang pengentasan kemiskinan, pengembangan ekonomi desa melalui pemberdayaan UMKM menjadi sangat strategis. Desa adalah unit terkecil dalam struktur pemerintahan tempat berbagai kegiatan ekonomi dasar masyarakat berlangsung (Tumin & Madjid, 2022). Dengan berkembangnya ekonomi desa, diharapkan terjadi efek berganda yang mendorong pertumbuhan daerah dan nasional secara berkelanjutan.

Bertolak dari kondisi tersebut, tim dosen Universitas Negeri Medan (UNIMED) melaksanakan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berupa digitalisasi bisnis produk BAJUMPER berbasis kearifan lokal. Program ini dirancang secara sistematis mencakup peningkatan kualitas produksi, penguatan manajemen keuangan, dan optimalisasi strategi pemasaran digital. Tujuan jangka panjang program adalah menjadikan BAJUMPER sebagai ikon industri kreatif desa yang kompetitif dan mandiri secara ekonomi.

METODE

Program pengabdian ini dilaksanakan pada 28 Juni 2025 di Desa Perjuangan, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batu Bara, dengan jangka waktu pelaksanaan keseluruhan selama 120 jam. Mitra program adalah Kelompok Pengrajin BAJUMPER yang beranggotakan para pelaku usaha batik jumputan di desa tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan partisipatif berbasis kebutuhan mitra (*participatory needs-based approach*), di mana setiap tahapan dirancang

berdasarkan hasil identifikasi permasalahan bersama mitra.

Metode pelaksanaan terdiri dari sepuluh tahapan yang saling berkesinambungan: (1) observasi awal kondisi mitra untuk meninjau permasalahan secara umum; (2) observasi lanjutan guna mendalami pokok-pokok permasalahan; (3) Focus Group Discussion (FGD) antara tim PKM dan dosen pendamping untuk merumuskan solusi tepat guna; (4) persiapan materi pelatihan dan pendampingan; (5) sosialisasi program kepada seluruh pengrajin BAJUMPER; (6) pelaksanaan pelatihan manajemen usaha dan strategi pemasaran digital; (7) penerapan teknologi secara langsung oleh mitra; (8) pendampingan berkelanjutan dalam implementasi pemasaran digital dan pembukuan; (9) evaluasi keseluruhan program; serta (10) penyelesaian luaran kegiatan.

Pelatihan mencakup tiga bidang utama. Pertama, bidang produksi, meliputi pengoperasian mesin jahit modern untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produk. Kedua, bidang manajemen keuangan, meliputi pembukuan berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas Kecil, Mikro dan Menengah (SAK-EMKM) dan penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat pembayaran non-tunai. Ketiga, bidang pemasaran digital, meliputi pembuatan dan pengelolaan akun media sosial (Instagram) serta akun e-commerce (Shopee) termasuk teknik pembuatan konten visual dan live streaming. Partisipasi aktif mitra meliputi keterlibatan dalam seluruh sesi pelatihan, pemberian umpan balik, serta pelaporan perkembangan usaha selama program berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Identifikasi Permasalahan Kelompok Pengrajin BAJUMPER

Kategori	Permasalahan
Pencatatan Keuangan	Sistem pencatatan keuangan dilakukan secara manual dan sederhana, hanya mencakup pengeluaran, pendapatan, dan biaya dasar tanpa rincian laba bersih yang akurat.
Pemasaran Digital	Mitra belum mengoptimalkan platform digital seperti media sosial dan e-commerce untuk promosi dan penjualan produk akibat keterbatasan pengetahuan teknologi.
Diversifikasi Produk	Produk BAJUMPER belum memiliki variasi desain dan pengemasan yang menarik sehingga mengurangi daya saing di pasar yang kompetitif.
Inovasi Produk	Kurangnya pelatihan dan wawasan pasar mengakibatkan mitra sulit menciptakan produk baru yang sesuai dengan tren konsumen masa kini.
Pendapatan Terbatas	Keterbatasan pasar dan efisiensi operasional menyebabkan pendapatan mitra masih rendah sehingga belum mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang signifikan.

Permasalahan yang paling kritis adalah rendahnya literasi digital dan keterbatasan strategi pemasaran. Selama ini pemasaran BAJUMPER masih mengandalkan metode mulut ke mulut dan penjualan langsung di toko offline, sehingga pangsa pasar tetap terbatas di

sekitar desa dan kecamatan. Kondisi ini diperkuat oleh temuan Abdillah dan Sholihah (2023) yang menyatakan bahwa pemanfaatan digital marketing merupakan kunci bagi UMKM untuk mendukung pencapaian SDGs dan memperluas aksesibilitas pasar. Di samping itu, kelemahan dalam pencatatan keuangan menyebabkan mitra tidak memiliki gambaran yang akurat mengenai laba bersih dan kondisi keuangan usaha, yang pada akhirnya menghambat pengambilan keputusan bisnis yang tepat.

Pelaksanaan dan Hasil Kegiatan

Program pengabdian dilaksanakan secara terintegrasi mencakup aspek produksi, manajemen keuangan, dan pemasaran digital. Tabel 2 merangkum capaian dari setiap aspek kegiatan yang telah dilaksanakan.

Tabel 2. Capaian Kegiatan Program Pengabdian BAJUMPER

Aspek Kegiatan	Capaian
Peningkatan Kualitas Produksi	Pemberian mesin jahit modern multifungsi beserta pelatihan pengoperasiannya. Kapasitas produksi meningkat dan waktu produksi berkurang hingga 40%. Muncul diversifikasi produk baru: rok batik, kemeja, blus, dress, outer, dan tas etnik.
Digitalisasi Pemasaran	Pembuatan akun Instagram (bj_perjuangan) dan Shopee sebagai sarana promosi dan penjualan. Pelatihan pembuatan konten visual,

Aspek Kegiatan	Capaian
	penggunaan hashtag, penjadwalan unggahan, dan teknik live streaming di platform e-commerce.
Manajemen Keuangan	Pelatihan pembukuan berbasis SAK-EMKM dan penerapan sistem pembayaran non-tunai melalui QRIS untuk mempermudah pencatatan transaksi dan meningkatkan transparansi keuangan.
Dampak Ekonomi-Sosial	Peningkatan pendapatan mitra sebesar 10–15% dalam dua bulan pasca program. Produk BAJUMPER mulai menembus pasar luar kabupaten dan provinsi. Keterlibatan pemuda desa dalam promosi daring meningkat.

Peningkatan Kualitas Produksi

Salah satu intervensi utama program adalah pemberian mesin jahit modern multifungsi kepada kelompok pengrajin disertai pelatihan pengoperasiannya. Sebelum program berjalan, seluruh proses menjahit dilakukan secara manual dengan peralatan sederhana yang menghasilkan produk kurang rapi dan memakan waktu produksi yang panjang. Dengan hadirnya mesin jahit baru yang dilengkapi fitur jahitan zig-zag,

pengrajin kini mampu menghasilkan berbagai varian produk turunan seperti rok batik, kemeja pria, blus wanita, dress, outer, hingga tas etnik dengan kualitas jahitan yang lebih halus dan presisi sesuai standar industri fashion. Waktu produksi berhasil dipersingkat hingga 40%, yang sekaligus membuka peluang diversifikasi produk yang sebelumnya tidak memungkinkan secara manual. Hal ini berdampak langsung pada perluasan segmentasi pasar, khususnya kalangan muda dan komunitas pecinta produk etnik modern.

Digitalisasi Pemasaran

Pelatihan dan pendampingan intensif di bidang pemasaran digital dilakukan melalui pembuatan akun bisnis Instagram dengan nama pengguna bj_perjuangan dan akun toko di platform Shopee. Kurikulum pelatihan mencakup teknik pembuatan konten visual yang menarik, penggunaan tagar yang relevan, strategi penjadwalan unggahan, analisis performa konten, serta teknik live streaming untuk promosi produk. Pendekatan ini sejalan dengan rekomendasi Syarifah et al. (2023) yang menekankan pentingnya pelatihan QRIS dan pemasaran digital secara terpadu bagi UMKM agar dapat beradaptasi di era digitalisasi. Digitalisasi pemasaran tidak hanya memperluas jangkauan pasar hingga luar kabupaten, tetapi juga meningkatkan profesionalisme dan daya saing BAJUMPER dalam persaingan produk fashion etnik lokal. Saat ini, BAJUMPER tidak lagi dipandang sekadar sebagai produk kerajinan desa, melainkan telah berkembang menjadi merek lokal yang menjanjikan.

Penguatan Keuangan	Manajemen
Sebelum program berjalan, sistem pencatatan	keuangan

BAJUMPER dilakukan secara manual dan sederhana, hanya mencakup catatan pengeluaran, pendapatan, dan biaya dasar, tanpa menghasilkan laporan laba bersih yang akurat. Kondisi ini diperparah dengan seringnya terjadi kesalahan manusia (human error) akibat kelalaian pencatatan. Melalui program ini, mitra mendapatkan pelatihan pembukuan berbasis SAK-EMKM yang mencakup penyusunan laporan keuangan lengkap. Selain itu, diterapkan pula sistem pembayaran non-tunai menggunakan QRIS yang memudahkan pelacakan transaksi secara otomatis, mengurangi risiko peredaran uang palsu, serta mendukung transparansi keuangan (Sihaloho et al., 2020). Penerapan QRIS juga memungkinkan transaksi antar-bank secara lebih efisien, sehingga mendorong inklusi keuangan bagi pelaku usaha di desa (Yulianti & Handayani, 2021).

Dampak Ekonomi dan Sosial

Program ini memberikan dampak yang nyata baik dari sisi ekonomi maupun sosial. Dari sisi ekonomi, terjadi peningkatan pendapatan mitra sebesar 10–15% dalam dua bulan pascaprogram sebagai hasil dari kombinasi pemasaran digital yang lebih luas dan efisiensi produksi yang lebih baik. Produk BAJUMPER kini mampu menjangkau pasar luar kabupaten bahkan luar provinsi dan mulai mendapat perhatian dari komunitas pecinta batik modern di media sosial. Dampak ini mencerminkan potensi besar digitalisasi dalam mendorong pertumbuhan UMKM sebagaimana diungkapkan oleh Ayu et al. (2023) yang menekankan bahwa pembayaran digital dan pemasaran berbasis teknologi berkontribusi signifikan terhadap perkembangan ekonomi lokal.

Dari sisi sosial, program ini meningkatkan rasa percaya diri dan partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan ekonomi produktif. Para pengrajin, yang sebagian besar adalah ibu rumah tangga dan perempuan usia produktif, kini memiliki keterampilan baru dalam bidang digital marketing, manajemen keuangan, dan pengoperasian mesin jahit. Keterlibatan mahasiswa dalam program ini juga menciptakan sinergi antara dunia akademik dan masyarakat, sekaligus memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu di luar kampus. Lebih jauh, program ini memicu efek berganda di masyarakat, seperti munculnya permintaan tenaga kerja tambahan, keterlibatan pemuda desa dalam promosi daring, dan tumbuhnya semangat kolektif untuk menjadikan BAJUMPER sebagai ikon industri kreatif desa.

SIMPULAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat berupa digitalisasi bisnis produk BAJUMPER berbasis kearifan lokal berhasil memberikan dampak transformatif bagi Kelompok Pengrajin BAJUMPER di Desa Perjuangan, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batu Bara. Melalui pendekatan terpadu yang mencakup peningkatan kualitas produksi, penguatan manajemen keuangan, dan optimalisasi pemasaran digital, mitra berhasil bertransisi dari sistem usaha tradisional menuju model bisnis kreatif berbasis digital.

Capaian utama program meliputi: (1) peningkatan kapasitas produksi dengan pengurangan waktu produksi hingga 40% melalui penggunaan mesin jahit modern; (2) terbentuknya akun media sosial Instagram dan toko e-commerce Shopee sebagai sarana pemasaran digital; (3)

penerapan pembukuan SAK-EMKM dan sistem pembayaran QRIS yang meningkatkan transparansi keuangan; serta (4) peningkatan pendapatan mitra sebesar 10–15% dalam dua bulan pascaprogram. Secara sosial, program ini memperkuat kapasitas SDM perempuan pelaku UMKM dan mendorong tumbuhnya semangat kolektif untuk mengembangkan BAJUMPER sebagai ikon industri kreatif lokal yang berkelanjutan. Model pemberdayaan ini dapat dijadikan rujukan untuk penerapan serupa pada UMKM di wilayah lain dengan karakteristik yang setara

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Medan yang telah membiayai program ini melalui Dana PNBPU Universitas Negeri Medan Tahun Anggaran 2025 sesuai Surat Keputusan Rektor Nomor 0194/UN33/KPT/2025. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh anggota Kelompok Pengrajin BAJUMPER Desa Perjuangan atas partisipasi aktif dan keterbukaan dalam setiap tahapan program.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. A., & Sholihah, D. D. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM Guna Mendukung Tercapainya SDGS. *JNB: Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(1), 1–12.
- Ayu, A., Qonita, S., Mira, S., Rio, S., dkk. (2023). Implementasi Penggunaan Pembayaran Uang Digital Menggunakan QRIS Sebagai Upaya Realisasi Konsep Paperless Pada Pelaku Usaha di

- Kabupaten Asahan. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(6), 1–10.
- Dewi, G. A., Wulandari, A. A. A. I., & Permana, D. G. Y. (2022). Adaptasi Perilaku Konsumen Atas Digitalisasi Pasar Tradisional di Kota Denpasar. *Jurnal Bening Prodi Manajemen Universitas Riau Kepulauan Batam*, 9(2), 190–194.
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297.
- Syarifah, T., Wahyuni, D., Masyitah, E., Sajidah, Q., dkk. (2023). Pelatihan dan Pendampingan UMKM Melalui QRIS dan Pemasaran Digital Pada Usaha Dodol Pulut Indah Lestari di Desa Tanjung Alam Kabupaten Asahan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 1–9.
- Tumin, & Madjid, M. N. (2022). Pengembangan dan Pemberdayaan Melalui Pembuatan Batik Jumputan Berbasis Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–10.
- Ulya, H. N., Indrian, F., Nurhayati, I. T., & Rahayu, L. D. (2023). Penerapan Digital Marketing Dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–8.
- Yuliati, T., & Handayani, T. (2021). Pendampingan Penggunaan Aplikasi Digital QRIS Sebagai Alat Pembayaran Pada UMKM.