

PENGEMBANGAN UKM BATIK KEMBANG AYU UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING

Siti Mundari¹⁾, Erma Yuliaty²⁾

¹ Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
email: mundari@untag-sby.ac.id

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
email: erma@untag-sby.ac.id

Abstrak

Batik merupakan warisan budaya masa lampau dan diakui Unesco sebagai warisan dunia. Kita bangsa Indonesia harus bangga dan harus menjaga Karya Agung nenek moyang itu agar tetap terjaga eksistensinya. UMKM batik yang berusaha di bidang perbatikan, yang sehubungan dengan hal tersebut perlu dukungan dari berbagai pihak adalah UMKM Batik Kembang Ayu yang memproduksi batik tulis dengan corak khas Surabaya yaitu **ikan Suro dan Boyo, bunga mangrove**, dan **semanggi**. Permasalahan yang dihadapi UMKM ini adalah peralatan membatik masih seadanya karena terbatasnya modal dan berharap adanya pelatihan desain batik agar kreatif untuk menciptakan inovasi motif-motif baru yang modern supaya bisa bersaing dengan produk batik yang sudah ada di pasaran. Disamping itu UMKM ini juga belum mengelola usahanya secara tertib administrasi. Hal itu dibuktikan dengan belum mengerti cara melakukan penghitungan terhadap harga pokok produksi dan pembuatan pembukuan sederhana, laporan kemajuan usaha serta belum punya rencana dasar pemasaran yang efektif. Untuk itu Tim PKM Untag Surabaya mengusulkan pengadaan peralatan membatik, mengadakan pelatihan desain batik, pembinaan manajemen usaha agar dapat membuat penghitungan harga pokok produksi, membuat pembukuan sederhana, membuat laporan rugi laba dan agar bisa memasarkan produknya secara efektif. Hasil yang dicapai dalam program ini yaitu terealisasinya pengadaan peralatan membatik, pelatihan desain batik jenis kontemporer dan pembinaan manajemen usaha. Dengan terealisasinya program tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Batik Suroboyo, Pengembangan UMKM, Daya Saing

Abstract

Batik is Indonesia cultural heritage which approved by UNESCO as a world heritage. As Indonesian citizens, we must be proud and taking part to conserved our heritage so that it does not extinct. One of Indonesia Small Micro Enterprise (UKM) of Batik which currently in developing stage and needs an attention is UKM Batik Kembang Ayu. They produced batik with typical Surabaya patterns, namely Suro and Boyo fish, mangrove flowers, and clover. This UKM faced many problems like the equipment tools for making batik are still minimal due to the limited fund and they hopes there will be batik design training which can improve their design skill then create new modern motifs innovation so they can compete with another batik products in the market nowadays. Moreover, this UKM also had not implemented the business management properly, as simply as not calculating the production cost, only made a simple business income statement then they did not have an effective marketing strategy. This reasons why Tim PKM Untag Surabaya did procurement proposal for batik equipment tools, conducted batik design training, built a business management properly so they can calculate the production cost then make a proper profit and loss report. By improving all the aspects of business they can be able to sell batik products effectively in wide market. The results achieved in this program are the realization of batik equipment tools procurement, training in contemporary batik designs and business management development. By the realization of this program, it is expected to improve batik competitiveness in the market and increase the sales of UKM Batik KembangAyu.

Keywords: Batik Suroboyo, UMKM development, Competitiveness

1. PENDAHULUAN

Batik merupakan Karya Agung nenek moyang Bangsa Indonesia jaman dahulu yang telah membuat Negara Indonesia mempunyai karakteristik khusus dibanding negara lain. Menurut Suyanto (2002:2) batik adalah hiasan pada kain yang dihasilkan melalui proses tutup celup dengan lilin dan kemudian diproses dengan cara tertentu. Batik Indonesia yang keberadaannya sudah ada beberapa dasawarsa lalu, telah menghasilkan berbagai macam tipe Batik yang unik pada setiap daerahnya. Karena itu sebagai masyarakat Indonesia kita harus menjaga eksistensinya. Menurut Sewan Susanto (1980:1) seni batik merupakan penyaluran kreasi yang mempunyai arti tersendiri, yang kadang dihubungkan dengan tradisi kepercayaan dan sumber-sumber kehidupan yang berkembang di masyarakat. Seni batik mempunyai karakter dan ciri khas masing-masing daerah sehingga memudahkan untuk dapat di kenali asalnya batik tersebut dengan cara mengenali corak dan motifnya. Untuk itu keberadaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang memproduksi batik khas Surabaya harus didukung agar pelestarian batik di Indonesia tetap berlangsung termasuk batik di kota Surabaya. UMKM batik yang saat ini sedang berkembang dan perlu mendapat perhatian adalah Batik Kembang Ayu yang didirikan oleh Ibu Siswati tahun 2014 di daerah Medokan Sawah Timur Surabaya. Definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut (Tulus T.H. Tambunan, 2009). UMKM Batik Kembang Ayu ini termasuk usaha mikro, dengan kriteria salah satunya yaitu unit usahayang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.

UMKM Kembang Ayu milik Ibu Siswati mengkhususkan diri pada batik tulis dengan corak batik khas Surabaya dengan menggunakan icon "**Ikan Suro dan Boyo, Bunga Mangrove, dan Semanggi**". Permasalahan yang dihadapi UKM ini adalah peralatan membatik masih seadanya karena terbatasnya modal yang dimiliki dan berharap adanya pelatihan desain batik agar kreatif untuk menciptakan inovasi motif-motif baru yang modern supaya bisa bersaing dengan produk batik yang sudah ada di pasaran. Disamping itu UKM ini juga belum mengelola usahanya dengan baik terbukti belum berupaya untuk mengetahui seberapa besar harga pokok produksi produk yang dihasilkannya. Menurut Horngren (2008:45) harga pokok produksi (cost of goods manufactured) adalah biaya barang yang dibeli untuk diproses sampai selesai, baik sebelum maupun selama periode akuntansi berjalan. Menurut Carter (2009:40) harga pokok produksi terdiri dari tiga elemen biaya, yaitu: bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik. Mulyadi (2007: 41) mengidentifikasi manfaat dari penentuan harga pokok produksi secara garis besar adalah menentukan harga jual produk, memantau realisasi biaya produksi, menghitung laba rugi periodik, menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca. Selain itu UMKM ini belum menerapkan pembukuan dengan benar, keuangan pribadi masih dicampur dengan keuangan usaha, oleh karena itu perlu pelatihan pembuatan pembukuan sederhana, laporan laba rugi usaha agar UMKM mengetahui apakah usahanya mendapatkan keuntungan atau mengalami kerugian serta belum punya strategi pemasaran yang efektif. Menurut Assauri (2013:15) strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan

dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Adanya pandemi Covid 19 betul-betul sangat memukul keberadaan UMKM, termasuk usaha batik milik Ibu Siswati yang mengalami penurunan penjualan. Oleh karena itu diperlukan rencana mendasar yang tepat agar penjualan meningkat seperti sedia kala.

2. METODE

Kegiatan Program Pengabdian ini dilakukan dengan cara langsung berinteraksi dengan UMKM dantahapan kegiatan yang dilaksanakan untuk menyelesaikan permasalahan mitra, sebagai berikut:

- a. Merealisasikan pengadaan alat membatik
- b. Mengadakan pelatihan design batik dan sekaligus praktek pembuatan batik kontemporer.
- c. Mengadakan pembinaan manajemen usaha yang meliputi pelatihan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP), pembuatan pembukuan sederhana, menghitung rugi laba dan pemasaran

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Tim PKM Untag Surabaya dalam melaksanakan program pengabdian ini adalah:

- a. Merealisasikan pengadaan alat membatik bagi Mitra yaitu UMKM Batik Kembang Ayu yang meliputi :
 - 1) Panci besar untuk melorot sebanyak 1 buah (Diameter 45 cm)
 - 2) Timba tutupan sebanyak 5 buah
 - 3) Bak bayi untuk mewarnai sebanyak 2 buah
 - 4) Jagrak untuk menjemur kain setelah dibatik 1 buah besar dan satu kecil
 - 5) Karpet untuk alas mewarnai ukuran 2m x 2,5m
 - 6) Kompor Hock untuk ngelorot 1 buah

Berikut foto pengadaan alat-alat sesuai dengan kebutuhan Mitra



Gambar 1. Alat-alat membatik

Pengadaan alat ini dimaksudkan agar mitra mempunyai alat membatik yang memadai dan dapat meningkatkan produksinya jika permintaan meningkat.

- b. Mengadakan pelatihan design batik dan sekaligus praktek pembuatan batik kontemporer.

Pelatihandesain batik sekaligus praktek pembuatan batik kontemporer telah dilaksanakan dengan mendatangkan pelatih yang berasal dari Banyu Urip Wetan Tengah Buntu 1/5 Surabaya yaitu Ibu Nanik. Dengan pelatihan ini diharapkan UMKM dapat lebih inovatif dan kreatif dalam menciptakan motif-motif baru supaya bisa bersaing dengan produk-produk batik yang ada di pasaran.

Berikut adalah Foto-foto pelatihan dan pembuatan batik kontemporer oleh ibu Nanik.



Gambar 2. Pelatihan desain batik



Gambar 3. Praktik membatik

c. Mengadakan pembinaan manajemen usaha yang meliputi :

1) Pelatihan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP).

Pada dasarnya menghitung harga pokok produksi adalah memasukkan semua biaya yang harus dikeluarkan karena memproduksi produk tersebut. Biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan pembuatan suatu produk batik adalah :

1. Biaya bahan baku
2. Biaya bahan baku pembantu
3. Biaya tenaga kerja langsung
4. Biaya tenaga kerja tidak langsung
5. Biaya alat yang dipergunakan untuk proses produksi
 - Canting
 - Jagrak
 - Panci Pelumer Malam
 - Bak bayi
 - Kompor
 - Panci Blirik
6. Biaya tempat produksi
7. Biaya overhead (biaya listrik dan air)

Setelah semua biaya dihitung kemudian dibagi dengan jumlah produksi, maka akan bisa dihitung Harga Pokok Produksi (HPP). Dengan diketahuinya HPP dan proyeksi keuntungan maka akan bisa ditentukan harga penjualan.

2) Pelatihan membuat pembukuan sederhana

Penanganan terhadap pengelolaan usaha yang baik terhadap UMKM Batik Kembang Ayu perlu dilakukan agar usaha mereka dapat dikembangkan dengan baik, untuk itu diperlukan pencatatan terhadap operasional usaha. Selama ini UMKM Kembang Ayu juga sudah melakukan pencatatan usahanya tetapi masih sangat sederhana dan belum memahami tentang tujuan dari pencatatan transaksi. UMKM perlu mengerti bahwa pencatatan transaksi keuangan dan operasional usaha dapat menjadi dasar laporan akuntansi dan keuangan sehingga usaha dapat diketahui perkembangannya. Dengan pelatihan ini diharapkan UMKM Kembang Ayu bisa membuat pencatatan transaksi keuangan yang memang dibutuhkan agar transaksi yang masuk dan transaksi keluar sangat mudah untuk dipantau. Berikut foto pelatihan manajemen usaha.



Gambar 4. Pelatihan manajemen usaha

3) Pelatihan menghitung rugi laba

Cara yang dapat dilakukan untuk menghitung laba/rugi adalah dengan mengurangi penjualan bersih dikurangi biaya produksinya. Atau dapat digunakan Rumus Laba Kotor berikut ini:

$$\text{Laba Kotor} = \text{Penjualan Bersih} - \text{Biaya Produksi}$$

Penjualan bersih diperoleh dari seluruh penjualan dikurangi barang yang

dikembalikan oleh konsumen, dan potongan penjualan yang diberikan oleh UMKM serta biaya transportasi. Sedangkan untuk menghitung Laba bersih bisa digunakan rumus :

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Kotor} - \text{Beban Usaha}$$

Beban usaha mencakup semua biaya yang dikeluarkan baik biaya operasional ataupun non operasional terhadap upaya penjualan. Contoh biaya operasional adalah biaya yang digunakan untuk mengenalkan produk, administrasi. Biaya non operasional contohnya adalah biaya bunga dan pajak. Jika dalam usaha dikenakan Pajak Penghasilan Badan (PPHb), maka Cara Menghitung Laba bersih :

$$\text{Laba Bersih} = \text{Penghasilan Sebelum Pajak} - \text{Beban Pajak}$$

4) Pembinaan manajemen pemasaran

Pembinaan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan strategi Marketing Mix yang meliputi Produk, Harga, Promosi, dan Tempat.

a. Pembinaan berkenaan dengan Produk

Menurut Kotler (2005: 18) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Pembinaan berkenaan dengan Produk adalah memberikan pengertian tentang fenomena pasar batik yang ada sekarang yaitu persaingan yang sangat ketat dari berbagai UMKM yang ada. Apabila perusahaan tidak mempunyai modal besar maka sebaiknya dia memasuki pasar menengah bawah saja, karena pasar menengah bawah tidak membutuhkan bahan baku yang mahal, teknologi yang canggih, serta persediaan yang banyak. Setelah diberikan pengertian, UMKM Kembang Ayu telah menyadari akan keadaan mereka

sehingga mereka tahu bahwa pasar yang harus mereka masuki adalah pasar kelas menengah bawah.

b. Pembinaan berkenaan dengan Harga
Menurut Kotler dan Armstrong (2008:278), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat

Karena sasaran konsumen yang dituju adalah pasar kelas menengah bawah maka sebaiknya harga mengikuti harga produk pesaing di lapangan.

c. Pembinaan terhadap kegiatan Promosi

Agar produk yang dibuat oleh UMKM Kembang Ayu diminati konsumen, maka perlu dilakukan terobosan dengan cara promosi. Selama ini promosi dilakukan UMKM Kembang Ayu dengan cara, antara lain:

1. Promosi yang dilakukan adalah dengan mengikuti pameran yang diadakan oleh Pemkot dan Pemprov.
2. Memberi potongan kepada pembeli yang membeli lebih dari 1 potong.
3. Mengikuti kegiatan bazar yang dilakukan oleh Pemkot dan Pemprov perlu dilakukan secara intensif agar menemukan pasar baru.

Pembinaan yang dilakukan adalah dengan promosi secara gencar lewat media sosial yang ada. Dengan cara tersebut yaitu lewat media sosial secara intensif untuk menggaet pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

d. Pembinaan berkenaan dengan tempat Selama ini produk UMKM Kembang Ayu dijual dengan cara:

- Dijajakan sendiri ke teman-teman komunitas pengajian, arisan dan UKM Pemkot Surabaya ketika ada pertemuan.
- Produk dititipkan untuk dijual di Sentra UKM Merr yang difasilitasi oleh Pemkot Surabaya

- Produk dititipkan untuk dijual di Sentra UKM Kedungdoro yang difasilitasi oleh Pemprov Jatim
- Produk juga dititipkan teman yang berjualan di Koperasi Setia Bhakti Wanita.

Adanya pandemi Covid 19 yang terjadi sejak Maret 2020 betul-betul menekan UMKM untuk bertahan, termasuk UMKM milik Ibu Siswati, oleh karena itu tempat penjualan produk dengan cara produk dititipkan sudah tidak efektif lagi karena adanya batasan keluar rumah dan karantina. Strategi yang sebaiknya dilakukan untuk meningkatkan penjualan agar pulih kembali adalah produk tetap ditempatkan di rumah dan dijual secara online dengan memanfaatkan seoptimal mungkin media sosial yang ada.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan Tim PKM Untag Surabaya yaitu pengembangan UMKM Batik Kembang Ayu semua terealisasi sesuai dengan rencana yang meliputi pengadaan peralatan membatik, pelatihan desain batik dan sekaligus praktik membatik dan pembinaan usaha. Dengan terealisasinya program tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan meningkatkan penjualan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada Bpk Rektor Untag Surabaya dan LPPM Untag Surabaya, serta pihak-pihak yang telah kami libatkan dalam membantu program pengabdian ini baik secara moril maupun materiil sehingga dapat menghasilkan luaran berupa artikel ilmiah ini.

6. REFERENSI

[1] Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta

[2] Carter, William K. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi Empat Belas. Salemba Empat, Jakarta.

[3]. Horngren, Charles, et. Al. 2008. *Akuntansi Biaya : Pendekatan Manajerial*. Erlangga, Jakarta

[4]. Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta

[5] Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008 *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Erlangga. Jakarta

[6] Mulyadi, 2007. *Akuntansi Biaya*. BPFE-UGM, Yogyakarta

[7]. Sewan Susanto. 1980. *Seni Kerajinan Batik Indonesia*. Balai Penelitian Batik dan Kerajinan. Jakarta

[8] Suyanto. 2002. *Sejarah Batik Yogyakarta*. Rumah Merapi. Yogyakarta

[9] Tulus T.H. Tambunan. 2009. *UMKM di Indonesia*. Ghalia Indonesia. Bogor

•