

IMPLEMENTASI TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK PENGEMBANGAN USAHA BATIK TULIS LASEM

A. Aviv Mahmudi ¹⁾, Riskin Hidayat ²⁾
Prodi Manajemen, STIE YPPI Rembang ^{1), 2)}
Viva.althaf@gmail.com ¹⁾ riesk_qien@yahoo.co.id ²⁾

Abstrak

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang luar biasa bagi semua sektor tidak terkecuali sektor UMKM. Batik Tulis Lasem merupakan salah satu produk unggulan daerah Kabupaten Rembang yang terkenda dampak dari pandemic covid 19. Mitra Pegabdian masyarakat dalm kegiatan ini adalah UMKM Batik Tulis Lasem. Pelaku UMKM masih melakukan pemasaran secara konvensional, belum dapat memaksimalkan teknologi informasi. pengelolaan manajemen usaha dan administrasi keuangan masih dilakukan secara sederhana, belum terdapat pembagian tugas yang jelas, pengelolaan keuangan belum baik, belum adanya pencatatan transaksi usaha dengan baik. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk, memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada mitra mengenai pentingnya teknologi informasi pemasaran *online* dan *digital marketing* bagi usaha mitra; mengajarkan praktik teknologi informasi pemasaran *online* dan *digital marketing* dengan memanfaatkan jejaring sosial kepada mitra/pelaku UMKM, serta memberikan pengetahuan dan peningkatan pemahaman manajemen usaha dan keuangan. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah anggota UMKM Batik Tulis Lasem, Lasem, Rembang menyadari pentingnya pengelolaan usaha khususnya dalam pemanfaatan Teknologi Informasi. Peningkatkan kemampuan manajemen usaha, pemanfaatan media sosial, *digital marketing*, dan *market place* untuk meningkatkan pangsa pasar. UMKM juga memiliki kemampuan untuk mengelola catatan laporan keuangan berbasis android serta membuat desain digital marketing dengan canva.

Kata kunci: Batiik Tulis, Teknologi Informasi, *Digital Marketing*, Covid 19.

IMPLEMENTATION OF INFORMATION TECHNOLOGY FOR BUSINESS DEVELOPMENT BATIK TULIS LASEM

Abstract

The COVID-19 pandemic has had a tremendous impact on all sectors, including the MSME sector. Batik Tulis Lasem is one of the superior products of the Rembang Regency area which has been hampered by the impact of the COVID-19 pandemic. Community Service Partners in this activity are the MSME Batik Tulis Lasem. MSME actors are still doing marketing conventionally, they have not been able to maximize information technology. Management of Business Management and Financial Administration is still carried out in a simple manner, there is no clear division of tasks, financial management is not good, there is no proper recording of business transactions. This community service activity aims to provide knowledge and understanding to partners regarding the importance of online marketing and digital marketing information technology for partner businesses; teach the practice of online marketing information technology and digital marketing by utilizing social networks to MSME partners/actors, as well as providing knowledge and increasing understanding of business and financial management. The result of this community service activity is that members of the UMKM Batik Tulis Lasem, Lasem, Rembang realize the importance of business management, especially in the use of Information Technology. Improve business management capabilities, use social media, digital marketing, and Market Place to increase market share. MSMEs also have the ability to manage Android-based financial report records and create digital marketing designs with Canva.

Keywords: Batik Tulis, Information Technology, *Digital Marketing*, Covid 19.

A. PENDAHULUAN

Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi (Sedyastuti, 2018). Pandemi covid-19 memberikan dampak yang luar biasa bagi semua sektor tidak terkecuali sektor UMKM. Sektor UMKM mempunyai kontribusi yang besar terhadap produk domestik bruto (PDB). Pandemi covid19 telah memberikan dampak yang sangat negatif bagi UMKM, pada saat ini UMKM kesulitan dalam memasarkan produk-produknya karena adanya kebijakan social distance. Pada saat ini pemasaran UMKM hanya melalui cara konvensional, pada pelaku UMKM juga belum menerapkan pemasaran secara digital karena keterbatasan pengetahuan pada pelaku UMKM (Rifai & Meiliana, 2020). Salah satu UMKM yang terdampak serius dari pandemic Covid 19 adalah Batik Tulis Lasem.

Meskipun peran UMKM sangat strategis, namun ketatnya kompetisi, terutama menghadapi perusahaan besar dan pesaing modern lainnya telah menempatkan UMKM dalam posisi yang tidak menguntungkan. Di Indonesia, sebagian besar UMKM menjalankan usahanya dengan cara-cara tradisional, termasuk dalam produksi dan pemasaran serta kurangnya pemahaman peran strategis yang dapat dimainkan oleh TIK (Basry & Sari, 2018). UKM perlu memanfaatkan TI untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Seperti yang telah dijelaskan di atas, salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UKM adalah dengan melalui pemanfaatan TI (Rahmana, 2009). Pengguna teknologi digital telah mempengaruhi segala aspek kehidupan dan kegiatan manusia, termasuk pemasaran. Digital Marketing memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan dapat melakukan transaksi jual beli melalui internet (Sulaksono, 2020). Sentuhan teknologi informasi yang digunakan untuk membantu mitra PKM dalam memasarkan produk mitra secara online (Anindia et al., 2019).

Batik Tulis Lasem merupakan salah satu produk unggulan daerah Kabupaten Rembang. Permasalahan yang dihadapi Batik Tulis Lasem yaitu: pengelolaan usaha masih sangat sederhana, rata-rata SDM memiliki tingkat pendidikan yang rendah, belum memiliki kemampuan yang baik dalam memasarkan produk yang dihasilkan, keterbatasan finansial, keterbatasan akses bahan baku dan keterbatasan teknologi (Tahwin & Mahmudi, 2014). Batik Tulis Lasem masih banyak mengalami kendala, diantaranya kesulitan dalam memasarkan produk terutama pada saat pandemic covid 19, hal ini disebabkan karena kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung pemasaran secara *online*. Pemasaran yang dilakukan saat ini menggunakan teknik konvensional yaitu dari mulut ke mulut (*word of mouth*), mengikuti pameran di berbagai daerah, melakukan *display* produk pada *showroom*/rumah, dengan kondisi pemasaran tersebut maka

pelanggan terbanyak masih pada lingkup wilayah Rembang dan sekitarnya. Sedangkan pemasaran di luar Jawa Tengah diantaranya Jakarta, Bandung dan Surabaya serta sebagian kecil pada wilayah Kalimantan. Kondisi ini mengakibatkan terbatasnya jumlah produk batik yang diproduksi pada setiap bulannya. Dari aspek sumber daya manusia, SDM belum memiliki kemampuan di bidang akuntansi/pembukuan dalam pengelolaan keuangan. Pengelolaan keuangan masih tercampur dengan keuangan untuk kebutuhan harian, tidak dibukukan terpisah.

Situasi UMKM mitra batik tulis Lasem dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Aktivitas Anggota UMKM Batik Tulis Lasem

Permasalahan utama di bidang pemasaran harus segera teratasi salah satunya dengan pemanfaatan teknologi yang menunjang pemasaran yaitu penerapan TI untuk media pemasaran *online* dan *digital marketing*. Pengelolaan SDM juga harus segera dilakukan sehingga dapat mendongkrak kualitas produksi serta memiliki kemampuan pengelolaan administrasi dan keuangan. Berdasarkan permasalahan diatas serta semakin berkembangnya teknologi maka diperlukan suatu media bagi UMKM batik tulis yang dapat memandu dan memberikan informasi secara cepat serta memangkas jarak dalam melakukan transaksi penjualan. Mengingat pentingnya pengembangan usaha kecil menengah serta banyaknya kendala yang dihadapi UMKM, maka melalui program Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini akan membantu menyelesaikan masalah yang ada pada UMKM Batik Tulis Lasem melalui penerapan teknologi informasi, pelatihan dan pendampingan.

B. METODE PELAKSANAAN

1. Kegiatan dan Pelaksanaan

IPTEKS yang akan diterapkan di UMKM Batik adalah penerapan teknologi informasi pemasaran *online* dan *digital marketing*. Pemasaran *online* merupakan metode pemasaran dengan media *online* dan berbasis elektronik diantaranya menggunakan media *market place*, media sosial dan media *Google Search Engine Optimization* (SEO) (Setiawan dkk, 2018). *Digital marketing* sebagai penggunaan teknologi untuk membantu aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen dengan cara menyesuaikan dengan kebutuhan. Pendanaan untuk kegiatan PKM diajukan melalui hibah internal melalui LPPM STIE YPPI Rembang.

2. Waktu dan Tempat Pengabdian kepada masyarakat

Waktu pelaksanaan pengabdian selama 3 bulan (Oktober s.d Desember 2021) dan berlokasi di Desa Karasgede Lasem Rembang.

3. Mitra/Subjek Pengabdian

Mitra PKM ini adalah UMKM Batik Tulis Lasem, peserta pelatihan/kegiatan PKM berjumlah 10 UMKM atas rekomendasi dari Ketua KUB Sarwo Endah.

4. Prosedur

Metode pendekatan yang ditawarkan oleh tim Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) adalah sebagai berikut:

a. *Training* dan *Education*.

Tahap ini berisi pengenalan IPTEKS.

b. Pelatihan dan Implementasi.

- 1) Menerapkan teknologi pemasaran *online* dan *digital marketing* untuk perluasan pangsa pasar.
- 2) Menyelenggarakan pelatihan manajemen pemasaran secara modern diantaranya pemasaran berbasis *online*.
- 3) Menyelenggarakan pelatihan operasional sistem pemasaran *online* dan *digital marketing*, pelatihan *entry* dan *update* data pada sistem aplikasi, diantaranya *upload* produk, harga serta proses transaksi penjualan.
- 4) Menyelenggarakan pelatihan manajemen usaha dan administrasi keuangan
- 5) *Mentoring* dan Pendampingan.

c. Pendampingan Program dan Evaluasi

Melakukan pendampingan untuk memastikan bahwa kegiatan pelatihan yang diberikan

dapat memberikan dampak peningkatan pemasaran dan peningkatan pemasahaman manajemen usaha dan keuangan. Pendampingan program dilakukan oleh tim PKM (dosen dan mahasiswa).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelatihan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat secara resmi dilaksanakan mulai pada hari Sabtu, 25 September 2021. Kegiatan tersebut dimulai dengan acara pembukaan PKM di lokasi Joglo Wisata Lengkowo, Karasgede, Lasem, Rembang. Selanjutnya dilaksanakan penyampaian materi pengenalan *digital marketing* dan *e-commerce* bagi pelaku UMKM ini dilaksanakan pada Hari Sabtu, 25 September 2021 di Joglo Wisata Lengkowo, Karasgede, Lasem. Pada pelatihan ini, peserta mengikuti kegiatan dari pukul 09.00 – 10.30 yang berisi pemberian materi terkait *digital marketing* dan *e-commerce*. Pemateri dalam pelatihan ini adalah A. Aviv Mahmudi, M.Kom (Ketua Tim PKM). Tujuan materi ini adalah ingin memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada anggota UMKM Batik Tulis Lasem/Pelaku UMKM melalui pemanfaatan teknologi *e-commerce* guna memperluas pemasaran penjual produk. Pemberian materi melalui pengenalan *digital marketing* dan *e-commerce* bagi pelaku UMKM dengan mengenalkan internet sebagai media baru dalam berkomunikasi, mengenalkan *digital marketing* dan *e-commerce*.



Gambar 1. Pelatihan Manajemen Memasarkan berbasis Teknologi Informasi

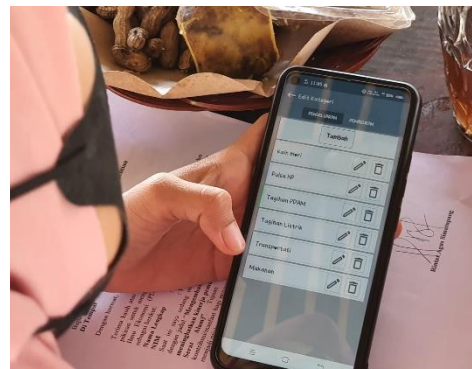
Pelatihan motivasi usaha disampaikan oleh Dr. Riskin Hidayat, M.Sc., tujuan dari pelatihan dengan materi motivasi usaha ini adalah memberikan motivasi bagi anggota UMKM Batik Tulis Lasem agar bisnis yang dijalankan tetap berjalan optimal. Karena motivasi sendiri merupakan sebuah dorongan psikologis dalam mengarahkan seseorang pada sebuah tujuan bisnisnya. Selain itu motivasi dapat membantu mempertahankan bisnis, mengembangkan karir, dan menyukseskan bisnis. Melalui motivasi bisnis ini diharapkan agar tujuan usaha dapat tercapai dan membuat seseorang lebih berani dalam mengambil sebuah tindakan

dalam berbisnis, memiliki mental wirausaha bukan mental bisnis. Tata Kelola ini lebih mengutamakan kesejahteraan bersama, bukan individu atau kelompok semata.



Gambar 2. Pelatihan Motivasi Usaha

Selanjutnya praktek pemanfaatan aplikasi Catatan Keuangan UMKM berbasis android yang disampaikan oleh mahasiswa Muhammad Fathur Rizki dan Hadi Lukito), kegiatan pelatihan keuangan berbasis teknologi informasi ini dilaksanakan pada hari Minggu, 26 September 2021 menjelaskan tujuan, manfaat dan proses Pembuatan laporan keuangan, bagaimana melakukan pencatatan transaksi, mendokumentasikan transaksi serta pemanfaatan teknologi informasi dengan mengimplementasikan aplikasi catatan keuangan. Melalui pelatihan manajemen keuangan ini diharapkan anggota UMKM Batik Tulis Lasem dapat mengelola laporan keuangan sederhana dalam menjalankan kegiatan usahanya sehingga diharapkan mampu memiliki dokumen keuangan yang baik. Pada sesi praktik pemanfaatan aplikasi keuangan ini diawali dengan pengenalan aplikasi Catatan Keuangan yang menawarkan solusi dalam membuat pencatatan transaksi keuangan pelaku usaha dapat dilakukan dengan sangat mudah, efektif, dan efisien.



Gambar 3. Praktek Aplikasi Catatan Keuangan

2. Pelaksanaan Pendampingan

Kegiatan pendampingan program PKM pada Barik Tulis Lasemini dilaksanakan pada hari Sabtu 18 Desember 2021 oleh tim PKM dan 2 orang mahasiswa, bertempat di Joglo Lengkowo

Karasgede, Lasem Rembang. Adapun materi pendampingan diantaranya teknik pembuatan materi digital marketing menggunakan aplikasi canva, penerapan dan evaluasi penerapan aplikasi catatan keuangan serta penerapan *marketplace* (*Shopee*). Tidak Semua anggota KUB, karena beberapa anggota KUB melakukan produksi batik tulis dan bercocok tanam di sawah, Kegiatan pendampingan diuukti oleh 6 UMKM.



Gambar 4. Pendampingan Pembuatan Materi Digital Marketing dengan Canva

Setelah memiliki bahan ada digital yang baik, maka pendampingan dilakukan dengan memberikan praktikum mempublish materi pada media sosial (*facebook* dan *instagram*). Sehingga memiliki nilai kemanfaatan yang lebih untuk mendukung pemasaran secara *online*. Tim PKM juga melakukan evaluasi pemanfaatan serta pendampingan ulang untuk materi pencatatan laporan keuangan usaha berbasis teknologi informasi. Materi dari pelaksanaan pelatihan telah diimplementasikan dengan baik oleh mitra, dibuktikan telah dilakukan pencatatan keuangan berbasis TI mulai dari bulan September (awal pelaksanaan program) sampai dengan Desember 2021.



Gambar 5. Peserta Mengimplementasikan TI untuk Pencatatan Keuangan Usaha

Selanjutnya tim PKM juga memberikan materi pemanfaatan marketing place dengan membuat akun *Shopee*, melalui marketplace ini diharapkan penjualan produk Batik Tulis Lasem semakin meningkan, dan terjadi perluasan pasar. Peserta sangat antusias dalam mengikuti pendampingan program dengan materi-materi yang diberikan oleh tim pengabdian masyarakat.



Gambar 6. Peserta Mengimplementasikan TI untuk Penjualan secara *Online* melalui *Market Place*.

3. Evaluasi

Evaluasi keberhasilan kegiatan pelatihan pada program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan setelah masing-masing sesi pelatihan dan pada akhir kegiatan. Setiap sesi pelatihan akan dilakukan evaluasi kemudian dilanjutkan evaluasi materi secara keseluruhan di akhir kegiatan. Indikator keberhasilan kegiatan ini dilihat dari respon positif dari para peserta melalui evaluasi yang diberikan serta diskusi yang dilakukan selama kegiatan.

D. SIMPULAN

Dari hasil program kegiatan Pengabdian kepada masyarakat bagi KUB Sarwo Endah, Lasem, Rembang disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Anggota UMKM Batik Tulis Lasem, Lasem, Rembang menyadari pentingnya pengelolaan usaha khususnya dalam pemanfaatan Teknologi Informasi.
2. Kegiatan pelatihan manajemen usaha, motivasi usaha, administrasi keuangan serta manajemen pemasaran *online (digital marketing)* dengan pemanfaatan teknologi informasi mampu meningkatkan kemampuan anggota UMKM Batik Tulis Lasem, Lasem, Rembang.
3. Hasil pendampingan adalah anggota UMKM Batik Tulis Lasem, Lasem, Rembang dapat mengimplementasikan *marketplace*, serta aplikasi catatan laporan keuangan berbasis android serta membuat desain *digital marketing* dengan *canva*.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada LPPM STIE YPPI Rembang yang telah memfasilitasi pendanaan dari Skema Hibah Internal, terimakasih juga disampaikan kepada Ketua Barik Tulis Lasemyang memberikan Fasilitas pelaksanaan kegiatan.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Anindia Putra, I. N. T., Kartini, K. S., & Dewi, L. G. K. (2019). Sentuhan Digital Bisnis (Teknologi Informasi) pada UMKM Studi Kasus : Pemasaran Produk Adi Upakara. *International Journal of Natural Science and Engineering*, 3(2), 79. <https://doi.org/10.23887/ijnse.v3i2.22225>
- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal IKRA-ITH INFORMATIKA*, 2(3), 53–60. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/266>
- Rahmana, A. (2009). Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SMATI 2009)*, 2009(Snati), B11–B15. <http://journal.uui.ac.id/index.php/Snati/article/viewFile/1033/989>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Tahwin, M., & Mahmudi, A. A. (2014). Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis Lasem Dengan Analisis SWOT. *Fokus Ekonomi*, 9(2), 57–70. <https://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe/article/view/82>
- Zanuar Rifai, & Meiliana, D. (2020). Pendampingan Dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 604–609. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.540>