

## Peningkatan Daya Saing Pengrajin Batik Melalui Kewirausahaan

Sri Harini<sup>1)</sup>; Dwi Gemina<sup>2)</sup>; Lucky Hikmat Maulana<sup>3)</sup>; Allan William Sebastian<sup>4)</sup>; Saiful Ilham<sup>5)</sup>; Restiana Febrianti<sup>6)</sup>

<sup>1)</sup> [dwigemina@gmail.com](mailto:dwigemina@gmail.com), Program Studi Manajemen, Universitas Djuanda

### Article Info:

**Keywords:**  
*Creativity and innovation, entrepreneurship, and increasing competitiveness.*

### Article History:

Received : December 22, 2021  
Revised : September 12, 2022  
Accepted : September 29, 2022

### Article Doi:

<http://10.22441/jam.v8i1.14035>

### Abstract

*Training to increase the competitiveness of batik craftsmen through entrepreneurship as a form of community creativity program for batik craftsmen. This activity involved twenty partners who had the will and were willing to become foster partners. The results of the community creativity program are training and mentoring, simulations and practices including: 1) entrepreneurial knowledge; 2) knowledge of creativity and innovation; 3) digital marketing knowledge; 4) knowledge of e-commerce and marketplace; 5) ecoprint practice; 6) bookkeeping practices for batik craftsmen are very useful in providing motivation and taking advantage of business opportunities and information in financial management of batik craftsmen. This community creativity program is a form of implementing the Tri Dharma of Higher Education for Djuanda University, through the work of lecturers used by the community.*

### Abstrak

Pogram pelatihan yang dilaksanakan, para peserta sangat mengapresiasi hasil produksi sabun dari minyak jelantah dan sangat antusias. Kegiatan ini juga berdampak positif dalam mengembangkan peluang usaha pengolahan minyak goreng bekas menjadi sabun cair, sehingga meningkatkan pendapatan ekonomi para juru masak. Selain itu, mengurangi limbah minyak goreng bekas dan melindungi lingkungan dan kesehatan; 2) pengetahuan kreativitas dan inovasi; 3) pengetahuan digital marketing; 4) pengetahuan *e-commerce* dan *marketplace*; 5) praktik *ecoprint*; 6) praktik pembukuan bagi pengrajin batik sangat membantu dalam memberikan motivasi dan memanfaatkan peluang bisnis serta memberikan informasi tentang pengelolaan keuangan perajin batik. Program pengabdian masyarakat ini merupakan salah satu perwujudannya Tri Darma Perguruan Tinggi bagi Universitas Djuanda dengan hasil kerja dosen yang digunakan masyarakat.

**Kata Kunci:** Kreativitas dan Inovasi, Kewirausahaan, dan Peningkatan Daya Saing

## PENDAHULUAN

Pada tahun 2012, jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sebanyak 55,2 juta unit, namun pada tahun 2018 meningkat menjadi 64,1 juta unit. Rata-rata tingkat pertumbuhan UMKM dari tahun 2012 hingga 2018 sebesar 2,18%, dan tingkat pertumbuhan terbesar pada tahun 2016 sebesar 4%, sebagian besar pada usaha mikro sebesar 97,9%, dan usaha kecil pada usaha menengah sebesar 0,09n., 1,2%. Jumlah usaha kecil dan menengah yang terus meningkat secara alami akan mempengaruhi penciptaan lapangan kerja skala besar. Pada tahun 2018, UMKM mempekerjakan lebih dari 120,5 juta orang, namun sebagian besar pegawai UMKM, yakni 89,64%, masih merupakan pekerja informal di usaha mikro (Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, 2019). Dengan demikian, usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan kegiatan usaha yang dapat menciptakan lapangan kerja,

Sri Harini., Dwi Gemina., Lucky Hikmat Maulana., Allan William Sebastian., Saiful Ilham & Restiana Febrianti.,  
(2022). Peningkatan Daya Saing Pengrajin Batik Melalui Kewirausahaan. Jurnal Abdi Masyarakat.

Volume 8 (1), 24-41

memberikan berbagai layanan ekonomi kepada masyarakat setempat, berperan dalam proses distribusi pendapatan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM realisasi usaha masih menghadapi beberapa kendala seperti 40,48% (sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, 2019). Kendala terbesar dari segi permodalan adalah 40,48%, menunjukkan bahwa pelaku usaha UMKM membutuhkan peran langsung pemerintah karena UMKM tidak memiliki akses yang mudah ke sumber keuangan untuk meningkatkan kapasitas usahanya. Penguatan UMKM di Indonesia merupakan implementasi dari demokrasi ekonomi, menciptakan struktur ekonomi yang seimbang, progresif dan merata serta meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan.

Selain berperan dalam pembangunan perekonomian Indonesia, UMKM menjadi sumber penghasilan utama bagi kelompok masyarakat berpenghasilan rendah. Meningkatnya jumlah UMKM dapat terjadi seiring bertambahnya pengangguran akibat dari pemutusan hubungan kerja ditengah sulitnya kondisi ekonomi, kurangnya lapangan pekerjaan dan freshgraduate yang memutuskan untuk membuka usaha sendiri.

Implementasi pemberdayaan UMKM yang menjadi salah satu poin dalam Inpres No. 6 tahun 2007 tersebut terjadi penyederhanaan dalam pelaksanaan pemberdayaan UMKM hanya di kedua sisi. Pertama, meningkatkan teknologi produksi. Kedua, dukungan modal. Fakta ini menunjukkan bahwa pemerintah tidak berusaha mengambil pelajaran dari berbagai kebijakan pengembangan UMKM pada masa Orde Baru. Hal ini pada akhirnya hanya dapat meningkatkan jumlah UMKM dalam jangka pendek, bukannya mendorong pertumbuhan UMKM yang kuat dan tangguh.

UMKM di Indonesia menghadapi banyak masalah ekonomi dan sosial di negara ini, seperti tingkat kemiskinan yang tinggi, tingkat pengangguran yang tinggi, distribusi pendapatan yang tidak merata, proses pembangunan yang tidak merata antara daerah perkotaan dan pedesaan, dan masalah urbanisasi. Pertumbuhan UMKM dapat menjadikan mereka sebagai sumber perluasan kesempatan kerja dan pendapatan serta memberikan kontribusi penting dalam upaya mengatasi permasalahan tersebut. Selain mendorong pertumbuhan ekonomi, hal ini juga berdampak positif bagi lingkungan, misalnya melalui perluasan sektor pekerjaan.

Peranan UMKM sangat penting, pada kenyataannya UMKM tidak hanya menyediakan kegiatan usaha bagi masyarakat kecil, tetapi juga menjadi sarana alternatif untuk memecahkan masalah sosial seperti meningkatnya jumlah tenaga kerja di Indonesia. Peran penting inilah yang membuat UKM semakin berkembang di Indonesia (Effendi M. Guntur, 2009).

Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM menyatakan bahwa sektor UMKM memiliki prospek pengembangan yang kuat, skala usaha dan tingkat omset yang berbeda dari usaha besar, sehingga dapat menjaga kekokohan usaha dan kelangsungan usaha (Ranto 2007). Standar UMKM dapat dikelompokkan berdasarkan jumlah aset yang dimiliki oleh masing-masing badan dan omzet menurut Undang-

Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, standar UMKM. dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

**Tabel 1. Kriteria UMKM Menurut Undang-Undang No 20 Tahun 2008**

No	Uraian	Kriteria	
		Aset (Rupiah)	Omset (Rupiah)
1	Usaha Mikro	Maksimal Rp50 juta	Maksimal Rp 300 juta
2	Usaha Kecil	> Rp50 juta - Rp500 juta	> Rp300 juta - Rp2,5 miliar
3	Usaha Menengah	> Rp500 juta - Rp10 miliar	>Rp2,5 miliar - Rp50 miliar

Sumber: [umkm.depkop.co.id](http://umkm.depkop.co.id) didownload Rabu, 14 Januari 2020, 19.29 WIB

Perbedaan UMKM dengan industri mikro (rumah tangga), kecil menengah (IMKM) yaitu UMKM dapat dilihat dari jumlah aset atau modal kerja sedangkan IMKM dilihat dari jumlah tenaga kerja. Kriteria jumlah tenaga kerja pada usaha mikro yaitu sebanyak 4 orang, sedangkan pada usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja mulai dari 5 – 19 orang. Kemudian pada usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 20 – 99 orang. (Sumber: <https://www.bps.go.id> diakses Jumat, 21 Februari 2020, pukul 15:04 WIB).

Menurut Keputusan Nomor 31 Tahun 2006 tentang Sistem Pelatihan Kejuruan Nasional, pelatihan kejuruan adalah pemberian, pemerolehan, peningkatan, dan pengembangan keterampilan kerja, produktivitas, disiplin, sikap, dan etos kerja pada tingkat keterampilan dan keahlian tertentu. pada Pekerjaan atau tingkat dan kualifikasi pekerjaan.

Upaya peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terus dilakukan sehingga para pelaku ekonomi di sektor ini dapat berperan lebih besar dalam perekonomian nasional. Terakhir, pada 2 Februari 2021, Pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Pembinaan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM. PP ini merupakan salah satu ketentuan pelaksana Undang-Undang (UU) Tahun 2020 Nomor 11 tentang Penciptaan Lapangan Kerja. Koperasi dan UMKM memiliki andil yang besar dalam UU Cipta Kerja. Pembentukan peraturan turunan ini diharapkan dapat meningkatkan keamanan usaha di tingkat koperasi dan UMKM.

Salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Indonesia adalah kebijakan pemerintah yang mengutamakan industri kreatif. Industri kreatif tidak hanya bergantung pada sumber daya ekonomi suatu negara, tetapi juga pada bakat kreatif. Menurut Badan Industri Kreatif/BEKRAF (2019), ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang bertumpu pada ide, gagasan, atau kreativitas sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produktif utama kegiatan ekonomi.

Berdasarkan Peraturan Presiden No 72 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif dalam Firdausy (2017) terdapat enam belas sub sektor ekonomi kreatif berikut ini : 1) Advertising, yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan. 2)

Industri konstruksi, yaitu jasa konsultasi konstruksi termasuk pekerjaan desain konstruksi, perencanaan kota dan pengawasan konstruksi. 3) Industri seni, yaitu kegiatan yang berkaitan dengan perdagangan yang dilegalkan karya seni sejarah yang asli, unik dan langka, memiliki nilai estetika seni yang tinggi. 4) Industri kerajinan, yaitu industri yang membuat produk seluruhnya dengan tangan atau menggunakan peralatan konvensional, peralatan mekanis seperti batik. 5) Desain Industri berkembang dalam tiga kelompok disiplin ilmu desain: b) desain grafis/desain komunikasi visual; c) desain interior; 6) industri fashion adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain pakaian dan aksesoris mode lainnya. 7) Industri film, video, dan foto adalah kegiatan yang berkaitan dengan produksi, produksi, dan distribusi rekaman video jasa video, film, dan foto. 8) Industri permainan interaktif adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan, pembuatan, dan distribusi permainan komputer dan video; 9) Industri musik adalah segala kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi rekaman suara. 10) Industri Seni Pertunjukan, kegiatan ini berkaitan dengan akting, drama, seni musik dan tari. 11) Usaha penerbitan dan percetakan, termasuk kegiatan kreatif yang berkaitan dengan penulisan dan penerbitan isi buku, majalah, surat kabar, majalah dan tabloid. 12) Industri jasa komputer dan perangkat lunak, termasuk kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perkembangan teknologi informasi. 13) Industri televisi dan radio. Ini berkaitan dengan produksi televisi dan radio, produksi, pengemasan, penyiaran dan operasi transmisi. 14) menyediakan industri penelitian dan pengembangan dengan penemuan dan penerapan ilmu pengetahuan dan pengetahuan untuk meningkatkan produk dan menciptakan produk baru, proses baru, bahan baru, alat baru, metode baru dan teknologi baru; Termasuk kegiatan kreatif yang terkait dengan perusahaan inovatif. dapat memenuhi kebutuhan pasar. 15) Industri kuliner yang berkaitan dengan masakan, masakan atau bahan-bahan khas Indonesia. 16) Pengembang aplikasi dan game, termasuk kegiatan kreatif terkait digitalisasi dalam pengembangan aplikasi dan game.

Menurut Firdausy (2017), hambatan yang dihadapi sektor industri kreatif dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok internal dan eksternal. Kendala yang dihadapi usaha kecil kreatif adalah: 1) Secara internal, permasalahan yang dihadapi oleh kelompok industri kreatif ini meliputi perencanaan, visi, dan misi. Sektor industri kreatif belum memiliki rencana, visi dan misi yang jelas. Hal ini karena bisnis di industri kreatif umumnya berbentuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang menghasilkan pendapatan, atau bisnis yang hanya menghasilkan pendapatan. UKM kreatif memiliki keterbatasan sebagai berikut: (b) teknologi yang digunakan masih relatif sederhana; (c) kualitas sumber daya manusia yang relatif rendah; (d) kurangnya akses permodalan (bankable); (e) Tidak ada pemisahan antara modal usaha dan kebutuhan pribadi. 2) Eksternal terdiri dari beberapa kendala sebagai berikut : (a) Tidak tahu atau mengerti bidang industri kreatif? Secara umum, produk kerajinan dikenal dan dijual sebagai karya yang mengekspresikan budaya dan budaya. Bagaimana manfaat yang dirasakan secara langsung, seberapa besar hambatannya, dan bagaimana upaya seorang aktor dalam industri kreatif diukur, tidak banyak menjadi perhatian sebagian besar orang. (b) juga kurangnya data tentang potensi kegiatan bisnis kreatif yang sudah ada dan tersebar di berbagai geografi; Akibatnya, program-program yang dicanangkan untuk mengoptimalkan sektor industri kreatif masih terkesan sederhana dan tidak fokus pada pengembangan industri kreatif. (c) masalah regulasi pajak, non-pajak dan keuangan;

Selain itu, tingginya suku bunga yang dikenakan oleh bank umum membuat industri kreatif tetap rendah dalam hal daya saing.

Menurut Udaya dkk. Porter (2008) mendefinisikan daya saing (*competitive advantage*) sebagai kondisi untuk mencapai rata-rata keuntungan yang lebih tinggi dari pesaing. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2003), keunggulan bersaing adalah keunggulan atas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai yang lebih sedikit atau lebih karena harga yang lebih tinggi. Keunggulan kompetitif dapat diciptakan melalui manajemen sumber daya manusia yang efektif, dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang dihadapi organisasi. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing, salah satunya adalah kewirausahaan. Keunggulan bersaing atau *competitive advantage* ini merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mengeksekusi strategi yang lebih baik dari para pesaingnya, seperti: B. Memberikan nilai lebih dengan menawarkan lebih banyak manfaat (Schermerhorn, 2011; Amirullah, 2015; Sunyoto, 2015).

Menurut Kasmir (2016), wirausahawan adalah orang-orang yang berani mengambil risiko dan memulai usaha di berbagai peluang. Keberanian mengambil risiko berarti mandiri secara mental dalam situasi yang tidak pasti dan berani mengambil langkah untuk berwiraswasta tanpa diliputi rasa takut. Sedangkan menurut Fahmi (2014), kewirausahaan adalah ilmu yang mempelajari berkembang dan berkembangnya semangat kreativitas dan berani mengambil resiko dalam pekerjaan yang dilakukan untuk mewujudkan hasil pekerjaan tersebut. Kewirausahaan ini merupakan penerapan kreativitas dan inovasi oleh mereka yang bertindak dinamis dan berani mengambil risiko untuk menciptakan sesuatu yang berbeda. dari sebelumnya (Suryana, 2013; Agustina, 2019; Ropke, 2004).

Wirausahawan yang berhasil membangun bisnis biasanya tidak mendapatkannya secara kebetulan atau kebetulan, bahkan wirausahawan yang terlahir memiliki rencana, visi, misi dan bertanggung jawab penuh untuk itu. Jadi menjadi wirausahawan yang sukses dan bertalenta tidak cukup tanpa jiwa wirausaha. Karena Anda dapat menggunakannya untuk menjalankan bisnis Anda secara kompetitif. Dalam usaha bisnis, perusahaan sering mengalami kegagalan. Kegagalan perusahaan dapat dibagi menjadi dua, yaitu: (1) kegagalan yang dapat dihindarkan, dan (2) kegagalan yang tidak dapat dihindarkan (Suherly, 2002).

Pada akhir tahun 2019 terdapat penyebaran wabah Corona Virus Disease (Covid-19) yang menyebabkan perekonomian masyarakat mengalami penurunan drastis. Imbas dari menyebarnya wabah Covid-19 yang menyebabkan pembatasan sosial masyarakat atau lockdown di berbagai negara yang mengakibatkan penurunan daya beli masyarakat. Diantaranya banyak industri mengalami kerugian akibat penurunan proses produksi karena mengikuti aturan pemerintah untuk membatasi jumlah pekerja, maka terjadi banyak pemutusan hubungan kerja (PHK) dari berbagai sektor industri. Berikut adalah data penurunan penjualan sektor UMKM akibat Covid-19:

**Tabel 2. Kinerja Penjualan Sektor UMKM Akibat Covid-19 Tahun 2020**

<i>Persentase (%)</i>	<i>Keterangan</i>
3,6	<i>Meningkat</i>

---

4,5	<i>Tidak tumbuh</i>
14,2	<i>Menurun 10-30%</i>
15	<i>Menurun 31-60%</i>
26	<i>Menurun &gt;60%</i>
36,7	<i>Tidak ada penjualan</i>

---

Sumber : Asosiasi Business Development Service Indonesia, Kementerian Perencanaan

Pengembangan Nasional (Bappenas), 13 April 2020 (katadata.id)

Masa-masa sulit yang dialami banyak UMKM mengharuskan pelaku usaha untuk memutar otak dan mulai memanfaatkan kreativitas dan inovasi untuk menunjang keberhasilan usahanya. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa sebesar 36,7% UMKM tidak melakukan penjualan. Hal ini berarti mengharuskan pelaku usaha berpikir kreatif dan mulai melakukan inovasi pada produksinya agar dapat bertahan ditengah krisis ekonomi. Seperti melakukan inovasi pemasaran, pengemasan dan pengiriman produk.

Penerapan kreativitas dan inovasi yang belum optimal dimasa pandemi menyebabkan pengrajin batik harus mampu bertahan dari kebanyakan UMKM yang mengalami kesulitan akibat penawaran bahan baku terhambat dan proses pengiriman yang lebih lama karena kebijakan pemerintah yang melarang adanya aktivitas di luar ruangan demi mengurangi penyebaran virus dan penyakit akibatnya pengrajin batik (UMKM) belum bisa berdaya saing usahanya secara maksimal.

## **METODE**

### **Metode Pendekatan**

*Focus Group Discussion* (FGD) dan pendekatan partisipatif digunakan dalam kegiatan ini. Metode kegiatan ini adalah konsultasi, pendampingan, instruksi, sesi tanya jawab, diskusi, simulasi, dan praktik. Simulasi dan praktik yang dimaksud meliputi kewirausahaan, kreativitas dan inovasi, manajemen keuangan, praktik studi kelayakan bisnis, pemasaran digital, e-commerce, pasar, dan praktik *ecoprint*..

### **Langkah Pemecahan Masalah**

Bertemu dengan pengrajin tie-dye untuk mengidentifikasi masalah yang mereka hadapi terkait dengan bisnis mereka. Kuliah tentang pemahaman kewirausahaan, kompetensi profesional dan keterampilan manajemen. Pelatihan dan simulasi pemanfaatan teknologi informasi untuk pengembangan strategi promosi dan pemasaran. Partisipasi dalam pameran informasi perubahan dana oleh lembaga pendanaan. Kursus pelatihan tentang aspek kewirausahaan, kreativitas dan inovasi, pemasaran digital, *e-commerce* dan pasar, manajemen keuangan, melakukan dan mensimulasikan studi kelayakan bisnis, praktik *ecoprint* yang tidak mencemari lingkungan.

### **Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program**

Untuk merangsang partisipasi mitra, dalam hal ini pengrajin batik, dalam kegiatan ini metode yang digunakan adalah metode pembelajaran orang dewasa. Metode pembelajaran disajikan pada tingkat berikutnya. "Pengalaman" Mengalami sendiri bagaimana melakukan bisnis tanpa manajemen atau kewirausahaan, belajar melalui keahlian teknis, informasi promosi, teknologi informasi, periklanan, persyaratan label dan kemasan, produk, ramah lingkungan. Yah, gagal Mungkin dari perusahaan yang mengarah ke "MENGUNGKAPKAN". Permasalahan yang muncul ketika menggunakan bahan alam selain tidak mencemari lingkungan, juga tidak efektif dalam periklanan, pemasaran dan partisipasi dalam pameran. "Analisis" Situasi dan status pengrajin batik (UMKM) yang melakukan usaha dengan manajemen yang baik dari aspek produksi (proses dan bahan yang aman), sumber pendanaan, studi kelayakan usaha, teknologi informasi, aspek pelabelan dan aspek non-lingkungan Bagian ini menjelaskan. Kesimpulan Putuskan tindakan mana yang akan dipilih atau diterapkan. "Terapkan" Pada titik ini, UMKM diyakinkan untuk menerapkan perakitan teknis seperti kewirausahaan, manajemen keuangan dan studi kelayakan bisnis, kreativitas dan inovasi, *ecoprint*, *digital marketing*, e-commerce dan *market place* yang akan diajarkan pada usahanya agar memenuhi standar mutu serta ramah lingkungan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Program Kemitraan Masyarakat

Pelaksanaan program non profit ini menysasar para pengrajin batik di Desa Chibur, Kabupaten Bogor Utara. Seperti halnya praktik, kegiatan pelatihan dan simulasi didasarkan pada penelitian dan refleksi pada proses dan hasil berdasarkan persyaratan, pernyataan masalah, dan tujuan program aksi. Dilakukan. Konsep ini mengacu pada kenyataan bahwa rencana yang ditetapkan dalam pelatihan tidak bersifat mutlak, tetapi berkembang seiring dengan berkembangnya kondisi sosial di wilayah tempat program dilaksanakan (Hopkins; 1993).

**Tabel 3. Kegiatan Pelaksanaan Program Kemitraan**

No	Kegiatan	Penanggung Jawab	Mitra
1	Transfer pengetahuan kewirausahaan dilakukan melalui penyuluhan dan diskusi. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan wawasan kewirausahaan.	Dwi Gemina	Pengrajin Batik
2	Transfer pengetahuan kreativitas dan inovasi dilakukan melalui penyuluhan dan diskusi. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan wawasan kreativitas dan inovasi.	Sri Harini	Pengrajin Batik
3	Transfer pengetahuan manajemen keuangan dan studi kelayakan	Sudarijati	Pengrajin Batik

	bisnis (SKB) dilakukan melalui penyuluhan dan diskusi serta praktik. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan wawasan manajemen keuangan dan studi kelayakan bisnis (SKB).			
4	Transfer pengetahuan pemasaran digital dilakukan melalui penyuluhan dan diskusi serta praktik. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan wawasan pemasaran digital.	Lucky Maulana	Hikmat	Pengrajin Batik
5	Transfer pengetahuan e-commerce dan market place dilakukan melalui penyuluhan dan diskusi serta praktik. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan wawasan e-commerce dan market place.	Wahyu D		Pengrajin Batik
6	Transfer pengetahuan ecoprint dilakukan melalui penyuluhan dan diskusi serta praktik. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan wawasan ecoprint.	Inen Kurnia		Pengrajin Batik

Berdasarkan evaluasi keberhasilan PKM pengrajin batik berikut ini:

**Tabel 4. Evaluasi Program Keberhasilan PKM**

<b>Evaluasi Pelaksanaan Program</b>			
	<b>Indikator</b>	<b>Baseline</b>	<b>Final</b>
1.	Jumlah program pemberdayaan yang dilaksanakan	0	6
2.	Partisipasi masyarakat selama kegiatan berlangsung	-	100%
3.	Keberlanjutan program dikaitkan dengan pemerintah setempat	Rendah	Tinggi
<b>Evaluasi Hasil Program Pada Kesejahteraan Masyarakat yang Dibina</b>			
	<b>Indikator</b>	<b>Baseline</b>	<b>Final</b>
1.	Kesadaran masyarakat akan pentingnya entrepreneurship, keahlian teknis, keahlian manajerial	Rendah	Tinggi
2.	Pelatihan dan simulasi pemanfaatan teknologi informasi untuk pengembangan strategi promosi	Tidak bisa	Bisa

dan pemasaran melalui pemasaran digital, e-commerce dan market place		
3. Pelatihan mengenai aspek manajemen keuangan dan studi kelayakan bisnis	Tidak ada	Ada
4. Pelatihan ketrampilan kreativitas dan inovasi ecoprint	Tidak ada	Ada
5. Terjadi multiplier effect di masyarakat akibat keberadaan unit usaha pengrajin batik (peningkatan ekonomi lokal)	Tidak ada	Ada

Oleh karena itu, partisipasi aktif diharapkan agar para perajin batik dapat memahami, mencoba dan menerapkan. Pengalaman mereka dalam kegiatan PKM diharapkan dapat dikomunikasikan atau disebarluaskan kepada para pelaku usaha lain dan keluarganya.

### Karakteristik Pengrajin Batik

Adapun karakteristik pengrajin batik peserta PKM sebanyak 20 orang peserta berikut ini:

**Tabel 5. Rekapitulasi Karakteristik Pengrajin batik**

Keterangan	Jenis Karakteristik	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	20	100
Usia saat ini	> 50 Tahun	11	55
Pendidikan	SMA	11	55
Pernikahan	Menikah	19	95
Lama Usaha	2-4 Tahun	19	95
Total Aset per tahun	< Rp50.000.000,-	18	90
Total Penjualan per tahun	>Rp50.000.000,-	19	95
Jumlah Tenaga Kerja	2-4 Orang	19	95

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 5. erhatikan bahwa mayoritas perajin batik adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan yang menjadikan batik sebagai profesi dapat membantu memperkaya ekonomi keluarga mereka. Anda tidak harus berpendidikan tinggi untuk menjadi seorang wirausaha, tetapi Anda membutuhkan jiwa wirausaha yang

baik. Mayoritas pengrajin batik sudah menikah, yang memberi mereka rasa tanggung jawab yang lebih besar untuk bisnis yang dijalankan keluarga mereka untuk menghasilkan pendapatan untuk menghidupi diri sendiri. Aset, total turnover dan jumlah karyawan menunjukkan bahwa pengrajin batik ini termasuk dalam kategori usaha mikro.

### Perbandingan Kondisi Pemahaman Responden Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Untuk mengetahui perkembangan tes pemahaman yang dilakukan di setiap pelatihan, kita dapat melihat peningkatan nilai ujian masuk (pre-examination) dan ujian akhir (post-examination) dari hasil evaluasi. Berdasarkan temuan ini, kami dapat mengatakan: Peningkatan hasil penilaian peserta diklat pada tes pertama (pre-test) dan tes akhir (post-test) merupakan indikator meningkatnya pemahaman mereka terhadap pelatihan. materi training. Evaluasi hasil dilakukan di akhir setiap kegiatan, dan dengan membandingkan pemahaman responden sebelum dan sesudah pelatihan, kegiatan penilaian disesuaikan dengan pemahaman peserta pelatihan. Analisis karakteristik perubahan pemahaman responden (peserta PKM) terhadap pembinaan dengan materi sebagai berikut:

**Tabel 6. Persepsi Peserta PKM Terhadap Materi Pelatihan**

No	Pernyataan	Kriteria	Sebelum Pelatihan			Sesudah Pelatihan		
			Respon	Bobot	Skor	Respon	Bobot	Skor
1	Melakukan pencatatan laba-rugi	Sangat Memahami	0	4	0	0	4	0
		Memahami	5	3	15	16	3	48
		Kurang Memahami	15	2	30	3	2	6
		Tidak Memahami	0	1	0	1	1	1
		Jumlah Rata-rata		20		45	20	
			2,25		56%	2,75		69%
2	Melakukan Pencatatan setiap pembelian	Sangat Memahami	0	4	0	0	4	0
		Memahami	9	3	27	18	3	54
		Kurang Memahami	11	2	22	1	2	2
		Tidak Memahami	0	1	0	1	1	1
		Jumlah Rata-rata		20		45	20	
			2,25		56%	2,75		69%

	Jumlah		20		49		20		57
	Rata-rata		2,45		61		2,85		71
					%				%
3	Melakukan Pencatatan Neraca	Sangat Memahami	0	4	0	0	4	0	
		Memahami	10	3	30	14	3	42	
		Kurang Memahami	9	2	18	5	2	10	
		Tidak Memahami	1	1	1	1	1	1	
	Jumlah		20		49		20		53
	Rata-rata		2,45		61		2,65		66
					%				%
4	Sebagai seorang wirausaha berorientasi pada pencapaian	Sangat Memahami	1	4	4	2	4	8	
		Memahami	12	3	36	14	3	42	
		Kurang Memahami	6	2	12	3	2	6	
		Tidak Memahami	1	1	1	1	1	1	
	Jumlah		20		49		20		57
	Rata-rata		2,65		66		2,85		71
					%				%
5	Sebagai wirausaha percaya diri dan mandiri	Sangat Memahami	2	4	8	4	4	16	
		Memahami	11	3	33	15	3	45	
		Kurang Memahami	7	2	14	1	2	2	
		Tidak Memahami	0	1	0	0	1	0	
	Jumlah		20		55		20		63
	Rata-rata		2.75		69		3,15		78
					%				%

6	Sebagai wirausaha gigih dan mampu bekerja keras	Sangat Memahami	1	4	4	4	4	16
		Memahami	19	3	57	16	3	48
		Kurang Memahami	0	2	0	0	2	0
		Tidak Memahami	0	1	0	0	1	0
Jumlah Rata-rata			20 3,05		61 76 %	20 3,20		64 80 %
7	Sebagai wirausaha melakukan inovasi bahan baku	Sangat Memahami	2	4	8	3	4	12
		Memahami	9	3	27	15	3	45
		Kurang Memahami	9	2	18	2	2	4
		Tidak Memahami	0	1	0	0	1	0
Jumlah Rata-rata			20 2,65		53 66 %	20 3,05		61 76 %
8	Sebagai wirausaha melakukan inovasi proses penciptaan produk	Sangat Memahami	2	4	8	3	4	12
		Memahami	11	3	33	15	3	45
		Kurang Memahami	7	2	14	2	2	4
		Tidak Memahami	0	1	0	0	1	0
Jumlah Rata-rata			20		55	20		61

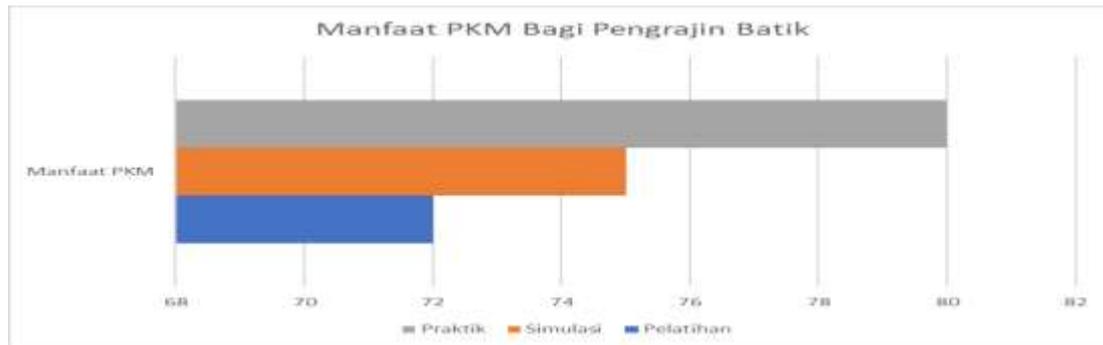
	Rata-rata		2.75		68 %	3,05		76 %
9	Sebagai wirausaha melakukan inovasi produk	Sangat Memahami	2	4	8	2	4	8
		Memahami	11	3	33	17	3	51
		Kurang Memahami	7	2	14	1	2	2
		Tidak Memahami	0	1	0	0	1	0
	Jumlah Rata-rata		20 2,75		55 68 %	20 3,03		61 76 %
10	Sebagai wirausaha memiliki pengetahuan pemasaran online	Sangat Memahami	0	4	0	0	4	0
		Memahami	6	3	18	14	3	42
		Kurang Memahami	13	2	26	6	2	12
		Tidak Memahami	1	1	1	0	1	0
	Jumlah Rata-rata		20 2,25		45 56 %	20 2,70		54 67 %
11	Sebagai wirausaha go online	Sangat Memahami	0	4	0	1	4	4
		Memahami	5	3	15	13	3	39
		Kurang Memahami	13	2	26	5	2	10
		Tidak Memahami	2	1	2	1	1	1
	Jumlah		20		43	20		54

	Rata-rata		2,15		53 %	2,70		67 %
12	Sebagai wirausaha memahami teknologi dalam mengenalkan produknya	Sangat Memahami	0	4	0	0	4	0
		Memahami	9	3	27	13	3	39
		Kurang Memahami	11	2	22	6	2	12
		Tidak Memahami	0	1	0	1	1	1
	Jumlah		20		49	20		52
	Rata-rata		2,45		61 %	2,60		65 %

**Sumber:** Data Primer Diolah, 2021

Pengelolaan keuangan perajin batik adalah proses pengaturan kegiatan keuangan atau kegiatan suatu perusahaan. Merencanakan, menganalisis, dan mengelola aktivitas keuangan (bisnis) yang terkait dengan upaya meminimalkan biaya dan menghemat uang perusahaan, serta menggunakan dan mengalokasikan dana secara efisien untuk memaksimalkan nilai bisnis. Pemahaman peserta terhadap pelatihan adalah 59% sebelum pelatihan manajemen keuangan dan 69% setelah pelatihan. Kewirausahaan adalah pola pikir seseorang yang kreatif, aktif, dan memiliki kekuatan untuk menciptakan sesuatu yang unik dan baru yang bermanfaat bagi banyak orang. Sebelum Pelatihan Kewirausahaan, pemahaman peserta pelatihan adalah 70%, dan setelah pelatihan adalah 77%.

Kreativitas adalah karya yang merupakan hasil pemikiran dan gagasan, suatu proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Namun, kemampuan ini bervariasi dari orang ke orang. Keterampilan dan bakat sangat mendasar, tetapi pengetahuan lingkungan juga dapat memengaruhi kreativitas. Inovasi adalah suatu ide, objek, peristiwa, atau metode yang dirasakan atau diamati sebagai sesuatu yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang (masyarakat). Pemahaman peserta tentang kreativitas dan inovasi adalah 68% sebelum pelatihan dan 76% setelah pelatihan. E-commerce adalah situs web yang menjual barang dan jasa kepada calon pembeli. Situs ini dibuat dan dikelola oleh satu merek atau brand saja, sehingga Anda tidak akan menemukan banyak toko online di situs e-commerce. Marketplace adalah pasar di dunia maya dimana pembeli melakukan transaksi jual beli dengan penjual. Konsepnya sama dengan pasar tradisional, yang membedakan hanya lokasinya dilakukan secara online. Sebelum pelatihan e-commerce dan market place pemahaman peserta pelatihan sebesar 57%, sesudah pelatihan sebesar 67%.



**Gambar 2.** Posisi Relatif Persepsi Peserta PKM Terhadap Manfaat Pelatihan  
(Cukup Tinggi = 63 - 81; Tinggi = 82; Sangat Tinggi > 83)

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Manfaat Program Kemitraan Masyarakat dicapai dengan mempromosikan pengrajin batik untuk memberikan tingkat pengetahuan dan keterampilan yang sangat tinggi. Kewirausahaan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menggali, menemukan, menangkap peluang dan mengubahnya menjadi usaha yang terorganisir dengan baik, menanamkan jiwa dan semangat kewirausahaan untuk menghasilkan keuntungan jangka panjang, Kemampuan ini didasarkan pada kualitas yang melekat pada kewirausahaan



**Gambar 3.** Kegiatan Program Kreativitas Masyarakat di Kelurahan Cibuluh  
Kecamatan Bogor Utara

Manfaat Program Kemitraan Masyarakat dicapai dengan mempromosikan pengrajin batik untuk memberikan tingkat pengetahuan dan keterampilan yang sangat tinggi. Kewirausahaan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menggali, menemukan, menangkap peluang dan mengubahnya menjadi usaha yang terorganisir dengan baik, menanamkan jiwa dan semangat kewirausahaan untuk menghasilkan keuntungan jangka panjang, Kemampuan ini didasarkan pada kualitas yang melekat pada kewirausahaan.

## EVALUASI

Hasil evaluasi dilakukan selama proses pelatihan pengrajin batik. Selama ini pemerintah belum memberikan pengetahuan tentang pemasaran digital, e-commerce, pasar, studi kelayakan bisnis, eco-printing, program e-smart untuk UMKM dengan pasar yang cukup, oleh karena itu, program berkelanjutan serupa akan sangat bermanfaat. Proses pelatihan ini khusus dilaksanakan untuk peserta pelatihan dan dilakukan secara rutin di lapangan. Tujuan dari evaluasi proses adalah untuk mendapatkan gambaran nyata dari pelatihan yang sedang berlangsung, dengan mempertimbangkan kemungkinan masalah nyata. Menunjukkan perubahan atau modifikasi metode aktivitas seiring dengan berkembangnya kondisi dan keadaan lapangan. Program pelatihan hendaknya meningkatkan keterampilan kewirausahaan peserta serta memberikan wawasan dan pengetahuan tentang kreativitas dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan keluarga.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Setelah kegiatan pelatihan ini berjalan sampai dengan akhir pelaksanaan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan kegiatan PKM ini, melalui pengembangan ketrampilan dan kewirausahaan bagi pengrajin batik dapat dilakukan sebagai sarana yang efektif untuk memberikan informasi, memotivasi, sekaligus mempraktekkan/melatih pengrajin batik memanfaatkan peluang usaha melalui kewirausahaan, kreativitas dan inovasi, digital marketing, ecommerce dan market place, mengelola usaha secara mandiri, mengelola keuangan dengan baik serta ketrampilan dalam ecoprint yang ramah lingkungan. Di samping itu, tanggung jawab Perguruan Tinggi dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi dapat terealisasi dengan baik.
2. Program pendampingan yang dilakukan oleh Program Studi Manajemen untuk mendukung komunitas perajin batik di Desa Chibul, Provinsi Bogor Utara yang memiliki potensi bisnis dan potensial untuk segera dikembangkan. Pada dasarnya, mitra sangat tertarik dengan bisnis Anda dengan meningkatkan dan mengembangkannya. Kegiatan tim yang mendukung pengrajin tie-dye membutuhkan usaha dan waktu untuk memastikan bahwa pengrajin dapat bersaing dengan produk mereka.

### **Saran**

Sistem dan frekuensi sesi coaching harus diperkuat agar lebih fokus sehingga hasilnya lebih efektif. Adanya sistem pembinaan yang canggih dilakukan pada waktu yang direncanakan dan kesepakatan untuk meningkatkan motivasi. Dengan memberikan pelatihan yang menarik, memperkuat pemimpin pelatihan, menerapkan teknologi baru, dan bekerja dengan perender, kami dapat memperluas jangkauan program pelatihan kami dan membantu peserta pelatihan kami mengembangkan bisnis mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

Agustina, Tri Siwi. 2019. *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*. Bogor. Mitra Wacana Media.

Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta. Mitra Wacana Media.

*Asosiasi Business Development Service* Indonesia, Kementerian Perencanaan Pengembangan Nasional (Bappenas), 13 April 2020. Penurunan Penjualan Sektor UMKM Akibat Covid-19 Tahun 2020 (katadata.id)

Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF). 2019. *Ekonomi Kreatif*.

Badan Pusat Statistik. 2020. *Kriteria UMKM Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja*.

Fahmi Irham. 2014. *Kewirausahaan (Teori, Kasus dan Solusi)*. Bandung. Penerbit Alfabeta.

Firdausy, Carunia, Mulya. 2017. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Guntur, E. M. 2009. *Kube sebagai Suatu Paradigma Alternatif dalam Membangun Soko Guru Pemberdayaan Ekonomi Rakyat Transformasi Perekonomian Rakyat Menuju Kemandirian dan Berkeadilan*. Jakarta: CV. Sagung Seto.

Hopkins, David. 1993. *A Teacher's Guide to Classroom Research*. Philadelphia. Open University Press.

Inpres No. 6 tahun 2007. *Implementasi Pemberdayaan UMKM*.

Kasmir. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Praktek*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.

Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. 2019. *Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*.

Kementerian Koperasi dan UKM. 2019. *Kendala-Kendala Perkembangan UMKM*

Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta. Penerbit PT. Indeks Gramedia.

Peraturan Pemerintah No. 31 tahun 2006 tentang Sistem Pelatihan Kerja Nasional,

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan

Pemberdayaan Koperasi dan UMKM.

Peraturan Presiden RI. No.72 Tahun 2015. Tentang Perubahan atas Peraturan Presiden No.6 Tahun 2015 Badan Ekonomi Kreatif.

- Porter, Michael E. 2008. Strategi Bersaing (*Competitive Advantage*). Tangerang. Karisma Publishing Group.
- Ranto, Basuki. 2007. Analisis Hubungan Antara Motivasi, Pengetahuan kewirausahaan dan Kemandirian Usaha Terhadap Kinerja Pengusaha Pada Kawasan Industri Kecil Di Daerah Pulogadung. *Jurnal Usahawan* Vol. 36 No.10.
- Ropke, J. 2004. *On Creating Entrepreneurial Energy In The Ekonomi Rakyat on the case of Indonesian Cooperative*. (ISEI, Bandung). *Jurnal Ekonomi KWU*. Volume 111 No.2 Juli 2004. Hal.43-61.
- Schermerhorn, J. 2011. *Organizational Behaviour*. John Wiley and Sons inc. Hoboken.
- Sunyoto, Danang. 2015. Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. CAPS. Yogyakarta. Cetakan Pertama.
- Suryana. 2013. Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta. Salemba Empat.
- Suherly. 2002. Pengembangan Usaha Kecil Menengah. Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Undang-Undang No 13 Tahun 2013 tentang Ketenagakerjaan.