

PELATIHAN DESAIN KHAS DAERAH DAN MANAJEMEN PADA UKM BATIK DESA PILANG KABUPATEN SRAGEN

Asri Laksmi Riani*, Edi Kurniadi*, Mohammad Cholil*, Moh Amien Gunadi*,
Atmaji*, Puspa Devi Maharani*, Agung Prabowo*
Universitas Sebelas Maret

ABSTRAK

Program pengabdian ini dilakukan di dua UKM Batik di desa Pilang Kabupaten Sragen yaitu Batik Nurul Huda dan Batik Ontorejo. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk pengembangan produk UKM dalam peningkatan peluang pasar melalui kualitas produk dan desain khas daerah.

Metode pengabdian yang dilakukan adalah dengan pelatihan peningkatan pengetahuan dan praktik keterampilan serta desain khas daerah dan manajemen usaha pada karyawan di kedua UKM batik. Luaran dari kegiatan pengabdian ini adalah: 1. Meningkatnya kualitas produk melalui peningkatan ketrampilan karyawan dalam memproduksi dengan desain khas daerah, 2. Adanya pembenahan manajemen usaha dari berbagai aspek meliputi manajemen pemasaran hingga manajemen produksi dan inovasi.

Kata kunci: *ketrampilan SDM, desain khas, manajemen usaha.*

PENDAHULUAN

Kabupaten Sragen Jawa Tengah merupakan salah satu daerah sentra batik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya UKM batik yang terdapat di daerah tersebut. Dalam rangka meningkatkan perekonomian daerah, Pemerintah Kabupaten Sragen telah mengencangkan program kewirausahaan bagi masyarakatnya. Kewirausahaan masyarakat di wilayah ini telah berkembang pesat dan hal ini antara lain dapat dilihat dari bertambahnya jumlah UKM dari waktu ke waktu. Pada tahun 2011 di Kabupaten Sragen terdapat 13.418 UKM (BAPPEDA Kabupaten Sragen, 2012). Berbagai UKM dengan beraneka ragam bidang usaha, termasuk batik, terdapat di wilayah tersebut. Khususnya industri batik, di Kabupaten Sragen terdapat sebanyak 4.702 perusahaan/industri batik tulis dengan jumlah investasi sebesar Rp. 169.574.000.000,-. Jumlah industri batik tersebut menghasilkan 4.287.405 kodi kain batik (satu kodi = 20 lembar) (BAPPEDA Kabupaten Sragen, 2012).

Batik merupakan karya seni yang dibuat secara cermat dan hati-hati sehingga menghasilkan paduan corak atau motif dan warna yang istimewa. Corak dan warna batik tersebut memiliki makna simbolis dan filosofis. Batik juga merupakan ekspresi kreativitas serta nilai-nilai kultural dan spiritual rakyat Indonesia. Oleh karena itu seluruh komponen masyarakat bersama

pemerintah semestinya melakukan langkah-langkah secara berkesinambungan untuk melindungi dan melestarikan batik. Dan disinilah pula pentingnya peran dan kontribusi dari pihak akademis untuk berkolaborasi dan bermitra dengan masyarakat untuk mengembangkan karya seni ini.

Pengembangan batik perlu diarahkan sedemikian rupa sehingga dapat merubah *mindset* tentang batik yang dahulu dianggap kuno, tradisional, dan tidak modern. Desain batik perlu dikembangkan agar lebih fleksibel sehingga dapat dipakai oleh seluruh lapisan masyarakat, seluruh kelompok usia, dan untuk berbagai suasana. Oleh karena itu diperlukan adanya upaya untuk menginisiasi produk batik kreatif. Salah satu upaya yang dapat dilakukan diantaranya melalui pelatihan. Pelatihan merupakan salah satu aktivitas penting untuk pengembangan sumber daya manusia sebuah organisasi (Hariyanto et al. 2010). Pengembangan batik tulis kreasi dan batik kombinasi berangkat dari upaya untuk mendiversifikasi produk seni kerajinan batik sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen yang beragam. Dengan adanya kreasi yang optimal diharapkan batik dapat menarik minat generasi muda untuk gemar dan bangga memakai batik. Hal ini untuk menghilangkan kesan bahwa batik merupakan pakaian yang hanya pantas

dikenakan oleh orang tua. Kemudian permasalahan terkait upaya-upaya agar usaha tetap eksis dan berkembang, membuat para perajin dan pengusaha mengarahkan usahanya yang bersifat tradisional menjadi industri, dan pada masa sekarang ini telah mengarah menjadi masyarakat industri. Dari aspek pemasaran juga penting untuk memaksimalkan strategi multichanel yaitu menggunakan beragam saluran pemasaran untuk meningkatkan penjualan hingga branding produk (Kumar & Venkatesan. 2005). Pengusaha batik di Kabupaten Sragen dengan produknya berupa batik tulis dan print malam dalam

era globalisasi sekarang ini ternyata memiliki daya tahan yang baik, ditengah persaingan dengan produk sejenis dari daerah lain maupun dari luar negeri. Program pengabdian ini berfokus pada dua mitra UKM Batik yang ada di desa Pilang yaitu UKM Batik Nurul Hidayah dan UKM Batik Ontorejo. Diharapkan kedua UKM ini nantinya dapat menjadi *role model* pengembangan UKM Batik desa Pilang.

Kondisi eksisting UKM Batik Nurul Hidayah dan Batik Ontorejo di Desa Pilang Kabupaten Sragen selanjutnya dapat dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Uraian kondisi eksisting aspek bisnis UKM Batik Tulis dan print malam di Kabupaten Sragen

Aspek UKM	Bisnis	Uraian kondisi eksisting UKM batik tulis	
		Ontorejo(UKM1)	Nurul Hidayah(UKM2)
1. Bahan Baku		<ul style="list-style-type: none"> • Kain: kain mori/katun prima, kain primis. • bahan warna alam (akar, kulit kayu, buah, biji-bijian, daun dsb) • Malam (lilin) yang dipergunakan dari parafin (lilin pecahan) dan lilin lungsuran atau jeboran (dari lilin bekas yang diolah kembali), yang terdiri atas lilin klowongan dan lilin tembokan. • obat batik : soda api, resin, obat pencuci soda abu, HCL, TRO, tawas, dan kanji. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kain: kain mori/katun prima, kain primis. • malam (lilin) terdiri dari lilin asli dan lilin jeboran, lilin klowongan, lilin tembokan dan parafin. • obat pembantu batik (tawas, kapur, tunjung, dan kanji) • obat batik : soda api, resin, obat pencuci soda abu, tawas, dan kanji.
	• Suplai	Kontinyu, mudah didapat dari wilayah Surakarta yang berjarak 25 km dari lokasi UKM	Klewer Solo yang berjarak 25 km dari lokasi UKM
	• Mutu	Terkontrol,	Terkontrol dengan cara “ <i>self control</i> ” dengan menggunakan bahan untuk dicek kekuatannya sampai berapa lama.
2. Produksi		Kain batik tulis, rata-rata produksi 40 – 50 potong/bulan, harga jual rata-rata Rp 400.000 – Rp 500.000	Kain batik tulis, rata-rata produksi 40 – 50 potong/bulan, harga jual rata-rata Rp 400.000 – Rp 600.000 Batik Printing, rata-rata produksi 200-300 potong/bulan, harga jual rata-rata Rp 65.000 -75.000
	• Peralatan	Konvensional, terdiri dari 1 mesin feeder, 1 bak mordan, 1 mesin pres, 1 mixer, 1 tong rebus, 4 kompor, canting, 1 meja cetak,	Cap/alat printing, 1 bak mordan dari semen, 1 tempat pelorotan dan panci lorot atau kencing, panci alumunium, tungku api

	1 bak cuci, 80 screen dan sejumlah peralatan penunjang (mobil, sepeda motor, mesin jahit)	kayu untuk nglorot, dan sejumlah peralatan penunjang (sepeda motor, mesin jahit dll.)
• Kapasitas	200-400 potong /bulan kain batik ukuran 2,4 meter.	300 – 500 potong per bulan kain batik berukuran 2,25 m dan 2,4 meter
• <i>In process control</i>	Terkendali	Terkendali
• <i>Kemasan</i>	Manual	Manual
• Nilai investasi	Rp 15.000.000	Rp 10.000.000
3. Proses		
• <i>Lay-out</i>	Sebagian besar tertata dengan baik	Sebagian kecil tertata dengan baik
• Jaminan mutu produk	Terjamin	Terjamin
4. Produk	UKM1	UKM 2
• Jenis	<ul style="list-style-type: none"> • Parang • Sawung Galing • Motif Kontemporer: Motif Rumput, ikan, burung, kupu • Motif bernuansa alam sekitar (flora fauna) • Bahan : katun, dan premis 	<ul style="list-style-type: none"> • Parang, parikesit, parang klitik, sidoluhur, wahyu temurun, bledhak • Motif bernuansa alam sekitar (flora fauna) • Bahan : katun dan premis
• Jumlah	200 – 300 potong per bulan	200 – 400 potong per bulan
• Spesifikasi	Belum mengangkat motif khas Sragen	Belum mengangkat motif khas Sragen
5. Manajemen		
• <i>Production planning</i>	Tergantung permintaan pasar	Tergantung permintaan pasar
• <i>Accounting-Bookkeeping</i>	Belum ada pembukuan yang rapi dan benar	Belum ada pembukuan yang rapi dan benar
• <i>Auditing</i>	Tidak pernah ada auditing	Tidak pernah ada auditing
• Perpajakan	Belum membayar pajak (Hanya PBB)	Belum membayar pajak (Hanya PBB)
• Pola manajemen	Keluargaan	Keluargaan
• HKI	Baru 1 HKI (Hak Cipta)	Baru 1 HKI (Hak cipta)
• Inventory	Tidak ada catatan inventory yang jelas sehingga persediaan hanya berdasarkan perkiraan saja	Tidak ada catatan inventory yang jelas sehingga persediaan hanya berdasarkan perkiraan saja
6. Pemasaran		
• Pasar	Wilayah : nasional	Nasional
• Teknik pemasaran	Lewat teman daerah yang memiliki keluarga di luar pulau, Pameran dan Berdasarkan kenalan (<i>mouth to mouth</i>)	Lewat teman daerah yang memiliki keluarga di luar pulau, Pameran dan Berdasarkan kenalan (<i>mouth to mouth</i>)
• Harga jual produk	Rp 60.000 – Rp 500.000	Rp 65.000 – Rp 600.000
• Konsumen	Masyarakat umum, Pegawai (untuk seragam, baik luar Jawa maupun lokal)	Masyarakat umum, Pegawai (untuk seragam, baik luar Jawa maupun lokal)
7. SDM	yang produktif	yang produktif

<ul style="list-style-type: none"> • Kualifikasi dan jumlah 	SD – SLTA, Rata – rata lulusan SMP (asal mau bekerja) Jumlah tenaga kerja 15 pengrajin dengan status kontrak/ berdasarkan pesanan	SD – SLTA, Rata – rata lulusan SMP (asal mau bekerja) Jumlah tenaga kerja 12 pengrajin dengan status kontrak/ berdasarkan pesanan
<ul style="list-style-type: none"> • Peluang training 	Training untuk pewarnaan & tehnik membatik 1 kali pelatihan (hanya bisa memperoleh 15 orang; dipilih yang tingkat keterampilannya tingkat menengah) Dinas Koperindag Kabupaten Sragen	Training untuk pewarnaan & tehnik membatik 1 kali pelatihan (hanya bisa memperoleh 15 orang; dipilih yang tingkat keterampilannya tingkat menengah) Dinas Koperindag Kabupaten Sragen
8. Fasilitas	UKM 1	UKM 2
<ul style="list-style-type: none"> • Ruang administrasi 	Belum ada	Belum ada
<ul style="list-style-type: none"> • Ruang produksi 	Sudah ada (200 m2) sehingga limbah tidak sampai mengganggu pekarangan tetangga, tapi belum tertata sesuai dengan ban berjalan	Sudah ada (150 m2) sehingga limbah tidak sampai mengganggu pekarangan tetangga , tapi belum tertata sesuai dengan ban berjalan
<ul style="list-style-type: none"> • Ruang penyimpanan, 	Belum ada ruang penyimpanan khusus, Langsung di showroom,	Belum ada ruang penyimpanan khusus, Langsung di showroom/ ruang tamu,
<ul style="list-style-type: none"> • Show room 	Baru punya showroom utama; showroom di Solo 5 x 5 meter, Bergabung dengan ruang penyimpanan	Showroom ada di rumah (8 x10 meter) showroom di lokasi pabrik bergabung dengan ruang penyimpanan
<ul style="list-style-type: none"> • Akses ke Jalan raya 	Baik (2500 meter)	Baik (2500 meter)
<ul style="list-style-type: none"> • Listrik 	900 Watt khususnya untuk proses produksi, terutama untuk pompa air,	900 Watt khususnya untuk pompa air dan proses produksi, sedangkan untuk rumah tangga kurang lebih 450 Watt
<ul style="list-style-type: none"> • Telekomunikasi 	Telpon, sms, whatsapp	Telpon, sms, whatsapp
9. Finansial	UKM 1	UKM 2
<ul style="list-style-type: none"> • Modal 	Rp 60.000.000	Rp 50.000.000
<ul style="list-style-type: none"> • Cash-flow 	Belum ada	Belum ada

BAHAN DAN METODE

Bahan-bahan yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini terdiri atas:

1. Inovasi desain baru
Implementasi meliputi penambahan desain yang mengangkat motif flora & fauna yang menjadi ciri khas daerah. Inovasi disini tidak hanya sekedar menambah desain baru namun juga mengumpulkan berbagai gagasan-gagasan kreatif yang ada pada masyarakat. Metode pelatihan dan kerja operasional

produksi dilakukan dengan dipandu desainer grafis. Bahan-bahan yang digunakan diantaranya: kain mori/katun prima, kertas, alat tulis, dan pewarna batik. Alur metode yang diimplementasikan antara lain: 1) Diskusi Tim dengan UKM tentang motif flora & fauna yang menjadi ciri khas daerah dengan print malam. 2) Draf gambar desain motif baru (kertas A4), 3) Diskusi draf gambar desain motif baru dengan UKM, 4) Perbaikan draf desain menjadi desain siap kerja

- (1:1 pada kertas kalkir), 5) Desain siap kerja diapdruk pada screen, dan 6) Screen hasil apdruk diujicoba dan disempurnakan
2. Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi
Implementasi dilakukan melalui sesi diskusi, penataan ruang pameran/*showroom*, hingga pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan berbagai saluran media sosial untuk pemasaran hasil produksi dan pengenalan awal pemanfaatan online marketplace. Bahan dan peralatan yang digunakan antara lain alat tulis, proyektor, laptop, dan alat penunjang lainnya.

HASIL DAN DISKUSI

Pelatihan manajemen usaha meliputi

1. Manajemen pemasaran. Pengabdian masyarakat ini memperkuat aspek pemasaran dari UKM baik secara online maupun offline, selain itu juga memperkuat pemahaman akan pentingnya segmentasi pasar yang tepat, pentingnya penyesuaian diri terhadap perkembangan internet guna pemanfaatan media promosi. Pemasaran online dilakukan melalui beragam saluran media online diantaranya Facebook, Whatsapp, dan

KESIMPULAN

Batik sebagai produk budaya desa Pilang masih memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Program ini merupakan salah satu wadah kolaborasi antara kampus dengan mitra masyarakat untuk bersama menyelesaikan permasalahan yang ada. Sehingga partisipasi aktif dari kedua belah pihak baik dari pihak kampus dan mitra masyarakat sangat diperlukan. Selanjutnya, sangat penting untuk menjaga keberlanjutan dari program ini agar dapat memperoleh hasil yang optimal yaitu berkembangnya usaha Batik di desa Pilang.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Suwanto sebagai koordinator pengusaha batik di Desa Pilang
2. Emawati Mitra Batik Ontorejo
3. Sunarni Mitra Batik Nurul Hidayah

Instagram. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa saat ini mitra UKM telah mampu memanfaatkan beragam sosial media untuk mempromosikan produk, namun masih terkendala pada penetrasi produk ke pasar melalui media *online marketplace*.

Sedangkan pemasaran secara offline dilakukan dengan penataan ruang pameran atau *showroom*. Hal ini dilakukan agar konsumen atau distributor yang berkunjung dapat mengetahui jenis-jenis produk lainnya yang dapat diproduksi

2. Manajemen produksi dan inovasi dilakukan dengan memberi pelatihan membuat desain motif khas daerah, sehingga pengusaha batik memiliki ciri khas produk yang dapat digunakan sebagai pembeda dengan motif produk lain. Inovasi tidak hanya dengan menghasilkan desain baru namun juga merupakan gabungan gagasan-gagasan kreatif yang ada di masyarakat. Sehingga pada sesi ini kontribusi dan partisipasi dari mitra masyarakatlah yang lebih besar. Hasil yang diperoleh masing-masing mitra usaha dapat melahirkan desain produk batik yang baru sehingga menjadi ciri khas produk masing-masing.

Pengabdian masyarakat yang telah dilakukan diharapkan dapat membantu mengembangkan UKM batik yang ada di desa Pilang, Kabupaten Sragen diantaranya melalui peningkatan pemahaman pada aspek pemasaran, produksi, dan inovasi. Manajemen pemasaran dengan memperkuat saluran online dan offline. Pemasaran online dilakukan melalui beragam saluran media online yaitu Facebook, Whatsapp, dan Instagram. Sedangkan pemasaran secara offline dilakukan dengan penataan ruang pameran atau *showroom*. Manajemen produksi dan inovasi telah ditingkatkan melalui pelatihan pembuatan desain motif khas daerah.

4. Rimawati Mitra Batik Putri Nderboyo
5. Yayuk Ningsih Mitra Batik Jito
6. Sri Sarmini Mitra Batik Morinda
7. Rina Nur H Mitra Batik Revansya

DAFTAR PUSTAKA

BAPPEDA Kabupaten Sragen 2012

Hariyanto., Eko, Purnomo., Ratno,dan Bawono, Icut. (2011). Desain Pelatihan, Dukungan Organisasional, Dukungan Supervisor dan Self-Efficacy Sebagai Faktor Penentu Keefektifan Transfer Pelatihan. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol 15 no 2, page 213-227.

Kumar, V., & Venkatesan, R. (2005). Who are the multichannel shoppers and how do they perform?: Correlates of multichannel shopping behavior. *Journal of Interactive Marketing*, 19(2), 44–62.

FOTO DOKUMENTASI

