

Penguatan Kapabilitas Pengelola Shibori Sidomaju Desa Kenteng dalam Bisnis Berkelanjutan

Amir Mahmud ^{1*}, Ida Nur Aeni ², Faridhatun Faidah ³

¹⁻² Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang

³ Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus

* amirmahmud@mail.unnes.ac.id

Abstrak

Bisnis shibori berupa kain, handy craft, baju, kaos, dan souvenir berkembang dengan baik. Saat ini, penjualan produk shibori masih terbatas pada masyarakat lokal. Dengan berkembangnya arus globalisasi, diperlukan inovasi dan terobosan baru untuk menyampaikan dan memperkenalkan produk kepada masyarakat umum. Tujuan kegiatan pengabdian Pemberdayaan Kemiteraan Masyarakat (PKM) adalah meningkatkan kapabilitas pengelola shibori sidomaju dalam pengembangan bisnis. Pendekatan pengabdian yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan kualitas produk pada Komunitas Lansia Sidomaju Kenteng dalam mengelola bisnis kain shibori. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pengelola dapat memahami arti penting inovasi produk, penentuan harga pokok produk, pencatatan keuangan, dan penggunaan teknologi digital untuk pemasaran. Dari hasil pengabdian dihasilkan sarana media sosial untuk memperkenalkan produk ke masyarakat luas, dan juga terciptanya akun shopee produk shibori sidomaju. Kegiatan branding produk yang dilakukan berupa festival shibori pun sukses meningkatkan penjualan shibori.

Kata Kunci: *inovasi produk, kelompok lansia Sidomaju, marketing, shibori*

Pendahuluan

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan pelaku bisnis yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi. Komunitas batik Shibori Sidomaju Desa Kenteng merupakan salah satu UMKM yang dikelola oleh kelompok lansia. Kelompok Batik Shibori Lansia Sidomaju memiliki visi untuk melestarikan dan mengenalkan batik shibori kepada masyarakat umum. Batik Shibori adalah perkawinan dua budaya yang menghasilkan karya seni budaya dengan teknik baru yaitu membatik dengan teknik pencelupan pada pewarna dan teknik perlindungan kain untuk membentuk suatu motif batik (Maziyah et al., 2019). Batik shibori ini mulai dikembangkan pada tahun 2018 dengan skala kecil tingkat desa. Desa Kenteng memiliki peluang besar untuk pengembangan batik shibori menjadi produk unggulan desa. Di samping peran UMKM sebagai subjek vital perekonomian daerah, pemberdayaan masyarakat lanjut usia sangat penting karena masyarakat lanjut usia adalah salah satu populasi yang paling rentan yang harus mempertahankan potensi yang dimilikinya (Hoang & Lang, 2021).



Gambar 1. Produk dijual di rumah produksi dan tidak tertata rapi

Sesuai dengan Undang Undang Nomor 23 Tahun 2014 terkait Pemerintahan Daerah, daerah berhak mengatur daerahnya sendiri (Arifin et al., 2020). Kewenangan tersebut juga ada pada Undang-Undang nomor 6 Tahun 2014 dimana Desa diberi keleluasaan untuk mengatur dan mengelola wilayahnya sendiri sehingga dapat mensejahterakan masyarakat (Yuniarta & Purnamawati, 2020). Adanya dana desa dapat menjadikan desa lebih kreatif dan inovatif melakukan penganggaran sesuai dengan kebutuhan desa saat ini (Arifin et al., 2020) tidak terkecuali untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan masyarakat desa melalui berbagai macam terobosan kegiatan usaha berbasis potensi desa (Yuniarta & Purnamawati, 2020). Meski demikian, upaya pengembangan produk unggulan batik shibori selama ini belum dilakukan secara optimal. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan keuangan, keterampilan menentukan harga jual, dan keterampilan teknologi informasi untuk ekspansi pasar. Untuk menentukan strategi yang tepat dalam mengembangkan produk maka dilakukan analisis SWOT potensi batik shibori Desa Kenteng.



Gambar 2. Produk Kain Shibori dipakai oleh Orang Dewasa dan Remaja

Permasalahan yang ada dalam pengelolaan bisnis shibori adalah pertama belum adanya inovasi produk dan penentuan harga pokok produk yang benar, sehingga mengakibatkan harga jual yang murah. Kedua, belum terdapat pencatatan akuntansi sederhana sehingga keuangan shibori menunjukkan transparansi dan akuntabel. Dalam praktiknya dikenalkan dengan pemahaman laporan keuangan berbasis SAK ETAP. Ketiga adalah belum diterapkan pemasaran digital dalam sarana pemasaran saat ini. Sehingga, solusi yang diterapkan yaitu (1) penerapan inovasi produk shibori dan penentuan harga

pokok produk yang benar, (2) penerapan akuntansi sederhana untuk shibori, dan (3) pendampingan e-marketing produk shibori sehingga dapat dikenal oleh masyarakat umum. Peningkatan media pemasaran bisa dilakukan mulai dari pengemasan sampai dengan pemasaran dengan menangkap peluang teknologi informasi. Tidak hanya itu, daya saing produk batik shibori yang dihasilkan oleh Kelompok Lansia Sidomaju juga perlu ditingkatkan agar batik tersebut dikenal oleh khalayak umum, tidak hanya masyarakat lokal.

Secara khusus, tujuan kegiatan pengabdian Pemberdayaan Kemiteraan Masyarakat (PKM) adalah meningkatkan kapabilitas pengelola shibori sidomaju dalam pengembangan bisnis. Aspek yang diperbaiki yaitu inovasi produk dan penentuan harga produk, pencatatan keuangan secara rutin dan kontinyu, serta branding produk melalui pemasaran online.

Metode Pelaksanaan

Secara garis besar, tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi edukasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Pendekatan pengabdian berfokus pada penyelesaian permasalahan masyarakat dan keterlibatannya (Anisykurlillah, Mahmud, Susilowati, Mukhibad, & Hayati, 2021; Anisykurlillah, Mahmud, & Susilowati, 2021). Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Balai Desa Kenteng dan rumah produksi shibori Dusun Karanglo, Desa Kenteng, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Waktu pelaksanaan kegiatan adalah bulan 1 Juli sampai dengan 12 Agustus 2023. Masyarakat sasarnya yaitu pengelola shibori Sidomaju sejumlah 12 orang. Berikut adalah kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian.

Pemahaman Penentuan Harga Pokok Produksi

Kegiatan tim pengabdian pada tahap perencanaan meliputi analisa perhitungan harga pokok produksi untuk mengidentifikasi jenis-jenis biaya pokok produksi. Setelah itu, disusunlah format perhitungan biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead. Kemudian, untuk mempermudah perhitungan harga pokok produksi, tim pengabdian mendesain aplikasi perhitungan harga pokok produk. Selanjutnya tim pengabdian berkoordinasi dengan mitra terkait jadwal pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Terakhir, tim pengabdian menyusun materi pelatihan harga pokok produksi serta penentuan harga jual produk.

Selanjutnya memberikan pelatihan pengetahuan tentang komponen-komponen biaya perhitungan harga pokok produk kepada mitra. Selanjutnya, tim pengabdian melakukan pendampingan pada aktivitas perhitungan harga pokok produksi dengan melakukan klasifikasi biaya produksi ke dalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead baik biaya langsung maupun tak langsung. Sesi selanjutnya, tim pengabdian melakukan bimbingan kepada mitra untuk dapat menentukan harga pokok produk dengan berbasis aplikasi. Tak hanya itu, tim pengabdian pun melakukan pendampingan dan bimbingan dalam penentuan harga jual produk dengan mempertimbangkan harga pokok dan harga pasar sehingga kelompok batik shibori mampu memiliki daya saing.

Pemahaman Akuntansi

Tahapan ini didahului dengan mempersiapkan materi dan bahan yang diperlukan selama proses kegiatan, diantaranya adalah power point untuk presentasi, hand out terkait dengan pemahaman yang mendasar mengenai pentingnya penyusunan laporan keuangan UMKM berbasis SAK-ETAP. Selanjutnya melakukan pendampingan dalam hal penyusunan laporan keuangan yang dilakukan dengan menggunakan spreadsheet untuk memudahkan dalam penyusunan laporan keuangan.

Pendampingan Pemasaran

Tim pengabdian mempersiapkan materi dan bahan yang diperlukan selama proses kegiatan, diantaranya adalah power point untuk presentasi, hand out terkait dengan pemahaman yang mendasar mengenai pentingnya pemasaran produk dan branding produk batik shibori sebagai upaya pengenalan produk yang lebih bernilai tambah. Selanjutnya adalah melakukan branding produk melalui media social dan marketplace serta menyelenggarakan Festival Shibori Desa Kenteng.

Evaluasi Kegiatan

Sebanyak 70% pengelola shibori dapat menerapkan inovasi produk motif abstrak, dapat menentukan harga pokok produk, dan dapat mengelola pemasaran online. Sarana penjualan secara online dapat meningkatkan omzet penjualan shibori.

Hasil dan Pembahasan

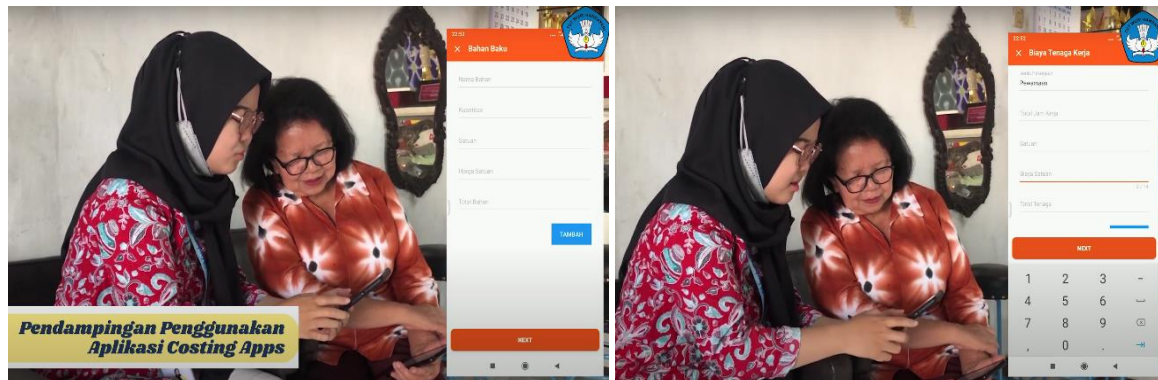
Inovasi Produk Shibori dan Penentuan Harga Produk

Kegiatan pelatihan inovasi produk dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2023 bertempat di Balai Desa Kenteng, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Narasumber kegiatan adalah Dra. Widowati, M.Pd, dosen dengan keahlian pewarnaan bahan. Hadir sebagai peserta adalah 15 pengelola shibori. Dalam pelatihan ini, semua peserta sangat antusias dan berhasil membuat pola dan motif shibori berbasis abstrak. Tujuan dari diversifikasi produk shibori adalah untuk meningkatkan daya saing bisnis shibori sidomaju. Shibori sendiri merupakan sebuah teknik pewarnaan kain dengan cara ikat celup sehingga menghasilkan berbagai macam desain yang indah. Inovasi produk shibori dilakukan pada tahap produksi dengan cara menciptakan motif baru yaitu motif abstrak. Dengan adanya inovasi motif abstrak, harapannya penjualan bisnis shibori sidomaju dapat mengalami pertumbuhan dan mampu menjadi bisnis yang berkelanjutan.



Gambar 3. Inovasi Produk Shibori Motif Abstrak

Kegiatan selanjutnya adalah pendampingan penentuan harga pokok produk (HPP). Kegiatan pertama dilakukan dengan memberikan pemahaman mengenai perhitungan harga pokok produksi (HPP). Pertama adalah menentukan jenis bahan baku seperti kain katun putih polos. Kedua adalah bahan penolong seperti pewarna sintetis/alami, kuas, tali rafia, bola Mutiara/kelereng, dan kertas. Ketiga adalah biaya overhead pabrik yang digunakan, seperti biaya listrik dan mesin. Keempat, biaya tenaga kerja. Semua komponen biaya tersebut dijumlahkan sehingga diperoleh harga pokoknya. Selanjutnya, menentukan harga jual dengan memberlakukan mark up profit sebesar minimal 50% dari harga pokok produk. Berikut adalah aktivitas pendampingannya.



Gambar 4. Pendampingan penentuan HPP menggunakan Costing Apps

Dengan penghitungan harga pokok produk yang tepat maka pengelola shibori mampu menetapkan harga jual produk sesuai dengan margin yang diinginkan. Dengan demikian harga jual yang ditetapkan tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah yang dapat menjadi salah satu daya saing bagi mitra.

Selain bermanfaat sebagai dasar penentuan harga jual, penghitungan harga pokok produk yang tepat juga bermanfaat untuk mengevaluasi efisiensi kegiatan produksi. Pengelola shibori dapat melakukan kegiatan evaluasi mengenai efisiensi biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi suatu produk. Hal ini bisa dilakukan melalui perhitungan biaya standar untuk mengidentifikasi adanya variansi biaya baik itu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, maupun biaya overhead pabrik. Dengan demikian, mitra dapat melakukan aktivitas perbaikan melalui hasil evaluasi tersebut.

Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan

Kegiatan pendampingan penyusunan laporan keuangan dilaksanakan pada tanggal 15 Juli 2023 bertempat di Balai Desa Kenteng, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Narasumber kegiatan ini adalah Nurdian Susilowati, S.Pd, M.Pd dosen Pendidikan Akuntansi. Materi yang disampaikan adalah strategi memahami dan menerapkan akuntansi sederhana. Materi disampaikan dalam bentuk menarik sehingga peserta mudah memahaminya. Pengelola shibori sidomaju merupakan lansia, sehingga mereka belum dapat melakukan pencatatan keuangan dengan baik, benar, dan kontinyu.

Tujuan kegiatan pendampingan penyusunan laporan keuangan adalah memahami pengelola shibori sidomaju dalam menyajikan informasi keuangan yang transparan dan akuntabel. Dengan adanya transparansi dan akuntabilitas informasi keuangan, maka akan

menciptakan bisnis berkelanjutan. Langkah yang dilakukan oleh tim pengabdian adalah mengenalkan teknik pencatatan akuntansi sederhana menggunakan SAK ETAP yang didalamnya terdapat bagian penerimaan dan pengeluaran keuangan secara periodik.

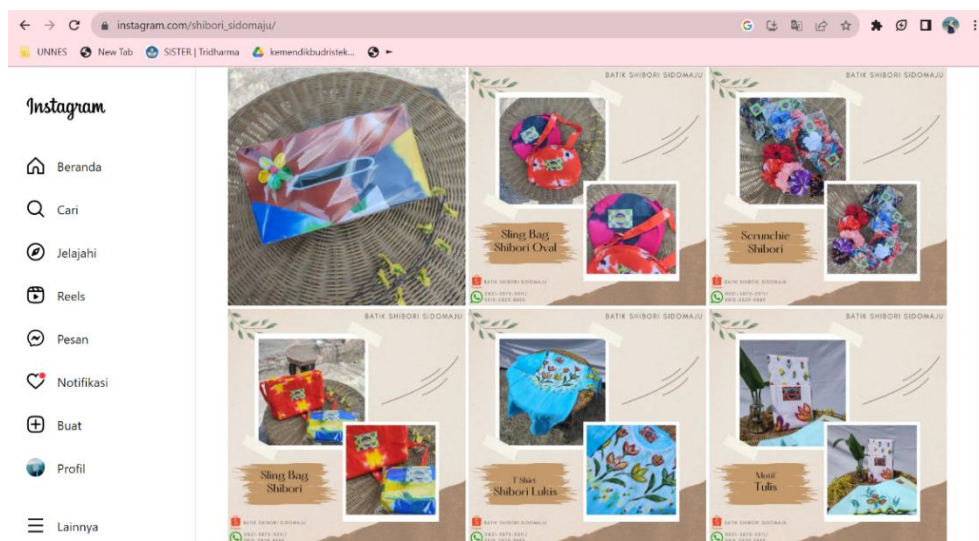
Penyajian catatan akuntansi yang baik dan benar dapat mencegah resiko penyalahgunaan keuangan dan juga wewenang (Mahmud, Susilowati, & Rachmadani, 2021). Dalam menjalankan bisnis, idealnya terdapat bagian keuangan tersendiri dan tidak campur dengan tugas ketua atau pengurus lainnya. Hal tersebut untuk meminimalisasi penyalahgunaan fungsi (Anisykurlillah, Mahmud, Susilowati, & Rahmawati, 2020). Berikut adalah dokumentasi kegiatan pendampingan.



Gambar 5. Pendampingan Akuntansi dan Pencatatan Keuangan SAK ETAP

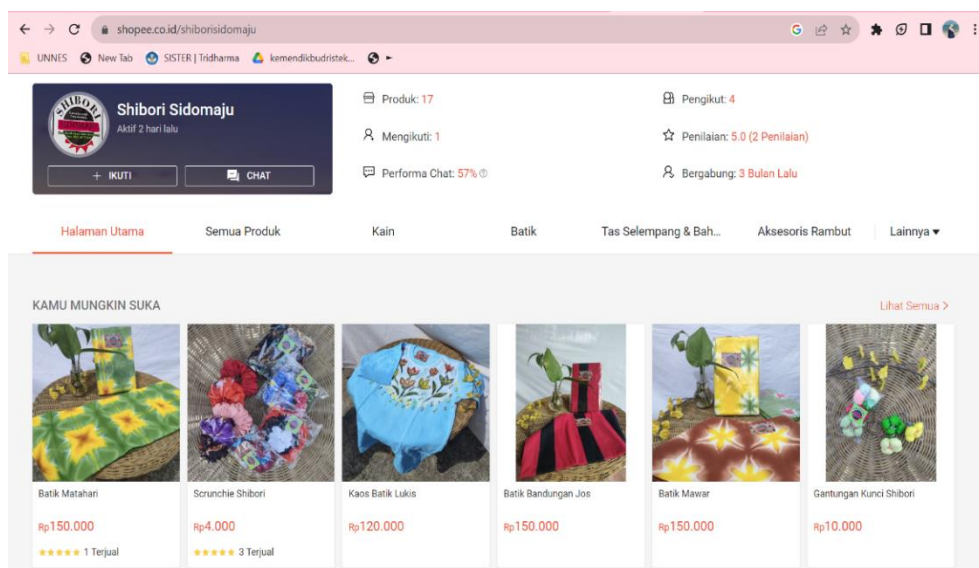
Pendampingan Pemasaran Digital dan Branding Produk

Kegiatan pendampingan pemasaran digital dan branding produk dilaksanakan pada tanggal 20 Juli 2023 bertempat di rumah produksi shibori dusun karanglo, Desa Kenteng. Tim pengabdian melakukan inovasi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram. Sebelumnya, dilakukan sesi foto produk dan editing sehingga produk yang ditampilkan di dalam Instagram menjadi menarik. Berikut adalah tampilan Instagram shibori.



Gambar 6. Produk Shibori di akun Instagram shibori_sidomaju

Instagram tersebut disebarluaskan kepada Masyarakat umum sehingga produk shibori dapat dikenal dan viral. Selanjutnya adalah pemasaran digital menggunakan marketplace shopee. Pertama adalah membuat email shibori, Alamat email beserta username password diberikan kepada pengelola shibori. Selanjutnya adalah mendaftar di akun shopee, yakni melakukan register. Selanjutnya adalah mengisi identitas toko, kepemilikan, dan jenis produk yang dijual. Setelah itu, baru dapat login ke dalam menu toko shopee. Setelah berhasil login, foto-foto produk yang telah diedit kemudian satu per satu diupload ke dalam shopee. Beberapa jenis produk yaitu handycraft, ikat rambut, dan kain shibori dimasukan dalam kategorinya masing-masing. Berikut adalah tampilan shopee shibori sidomaju.



Gambar 7. Produk Shibori di akun toko shopee

Selain melakukan branding melalui media sosial, program branding produk shibori sidomaju pun dilakukan dengan melaksanakan Festival Shibori Desa Kenteng pada 12 Agustus 2023 di Gazebo Sah Gede, Dusun Karanglo, Desa Kenteng. Acara Festival Shibori Desa Kenteng 2023 yang bertemakan “ Shibori Culture Fest: Gemah Ripah Desa Kenteng” diharapkan dapat membantu branding bisnis shibori ke kancah yang lebih luas.



Gambar 8. Festival Shibori di Desa Kenteng

Saat ini, era perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat, *e-marketing* atau pemasaran digital telah menjadi suatu fenomena baru (Trainor et al., 2011). Oleh karena itu, program branding produk shibori pun diiringi dengan digitalisasi bisnis shibori yang terdiri dari kegiatan pemasaran dan pendampingan yang berkelanjutan. Kegiatan pemasaran secara digital memiliki potensi untuk memberikan akses langsung konsumen ke proses bisnis sehingga bisa menjangkau konsumen yang lebih luas (Luke & Chu, 2013). Pemasaran online dapat mendukung bisnis berkelanjutan sehingga memberikan dampak besar pada peningkatan omzet penjualan.

Evaluasi Program

Adapun indikator ketercapaian kegiatan ini yaitu pertama pengelola batik shibori lansia sidomaju dapat menerapkan inovasi produk shibori motif abstrak dengan warna kalem. Kedua, dapat menentukan harga pokok produk dan melakukan evaluasi efisiensi produk. Ketiga, terciptanya pengenalan produk melalui media social instagram, dan melakukan pencatatan keuangan. Terakhir adalah memanfaatkan akun shopee untuk pemasaran online.

Kesimpulan

Serangkaian kegiatan pengabdian pemberdayaan kemitraan masyarakat berjalan dengan baik dan lancar. Pengelola shibori paham arti penting inovasi, pengelolaan keuangan, dan penentuan harga pokok produksi yang dapat mendukung keberlanjutan bisnis. Dengan adanya pelatihan inovasi produk berupa motif abstrak, memberikan variasi produk penjualan. Pengelola shibori sangat antusias dan kooperatif dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Mereka menyampaikan produk shibori menjadi semakin terkenal dan diketahui oleh khalayak umum. Penjualan melalui shopee juga dapat memberikan variasi bentuk penjualan online yang mudah dijangkau oleh banyak masyarakat. Disamping itu juga partisipasi dan dukungan masyarakat yang tinggi sehingga setiap pelatihan dapat mengikuti kegiatan dengan baik. Saran untuk kegiatan selanjutnya adalah melakukan pendampingan intensif penggunaan aplikasi shopee dan aplikasi cost accounting sehingga dapat meningkatkan akuntabilitas dan transparansi keuangan.

Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian kepada masyarakat menyampaikan terima kasih kepada Kemdikbudristek yang telah mendanai pengabdian skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan nomor kontrak DRTPM 034/E5/PG.02.00.PM/2023. Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negei Semarang (LPPM UNNES) dan Kelompok Lansia Sidomaju, Desa Kenteng, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang.

Referensi

Anisykurlillah, I., Mahmud, A., Susilowati, N., Mukhibad, H., & Hayati, N. (2021). Capability Development Of Bumdes "Asung Daya" In Presenting Asset Value. *Indonesian Journal of Devotion and Empowerment*, 3(2), 24–30.

- Anisykurlillah, I., Mahmud, A., & Susilowati, N. (2021). Pengembangan Sumber Daya BUMDes Asung Daya Dalam Administrasi Keuangan Berbasis Komputer Resource Development at BUMDes Asung Daya in Computer-Based Financial Administration. *Panrita Abdi*, 5(4), 600–611.
- Anisykurlillah, I., Mahmud, A., Susilowati, N., & Rahmawati, E. (2020). Penguatan jejaring kerjasama pengurus Bumdes Desa Jatijajar sebagai upaya peningkatan relasi bisnis. *Unri Conference Series: Community Engagement*, 3, 358–363.
- Arifin, B., Wicaksono, E., Tenrini, R. H., Wardhana, I. W., Setiawan, H., Damayanty, S. A., Solikin, A., Suhendra, M., Saputra, A. H., & Ariutama, G. A. (2020). Village fund, village-owned-enterprises, and employment: Evidence from Indonesia. *Journal of Rural Studies*, 79, 382–394. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.052>
- Hoang, P., & Lang, C. H. (2021). Public-Private Partnerships for Elder Empowerment through Economic Productivity. *Journal La Sociale*, 2(3), 16–21.
- Luke, B., & Chu, V. (2013). Social enterprise versus social entrepreneurship: An examination of the ‘why’ and ‘how’ in pursuing social change. *International Small Business Journal*, 31(7), 764–784.
- Mahmud, A., Susilowati, N., & Rachmadani, W. S. (2021). Peningkatan Kapabilitas Pengurus Bumdes Asung Daya Melalui Pemahaman Akuntansi. *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(4), 685–691.
- Maziyah, Si., Indrahti, S., & Alamsyah, A. (2019). Implementasi Shibori Di Indonesia. *Kiryoku*, 3(4), 214. <https://doi.org/10.14710/kiryoku.v3i4.214-220>
- Trainor, K. J., Rapp, A., Beitelspacher, L. S., & Schillewaert, N. (2011). Integrating information technology and marketing: An examination of the drivers and outcomes of e-Marketing capability. *Industrial Marketing Management*, 40(1), 162–174.
- Yuniarta, G. A., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Apakah Potensi Desa Dan Kepemimpinan Transformasional Mampu Meningkatkan Pendapatan? *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(1), 77–88. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2020.11.1.05>