



Journal of Human And Education
Volume 3, No. 2, Tahun 2023, pp 592-599
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Pelatihan Dan Pendampingan UMKM Menuju Kawasan Wisata Kampung Batik Laweyan

**Kartika Hendra Titisari^{1*}, Ananda Sabil Hussein², Pramono Hadi³, Raditha
Hapsari⁴, Agni Astungkara⁵, Anita Wijayanti⁶**

Universitas Islam Batik, Surakarta, Indonesia^{1,3,5,6}

Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia^{2,4}

Email: kartikatitisari@gmail.com^{1*}

Abstrak

Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di kampung wisata Laweyan, dengan sasaran 20 UMKM. Kegiatan meliputi pengenalan pembukuan sederhana dan marketing online untuk mendukung perkembangan bisnis. Metode yang digunakan adalah memberikan pelatihan dan dilanjutkan pendampingan selama 2 bulan terkait materi yang disampaikan dalam pelatihan. Hasil dari kegiatan ini adalah peserta mampu melaksanakan pembukuan sederhana untuk bisnis nya dan melakukan pemasaran online melalui social media dengan konten-konten yang bisa menarik minat pembeli. Secara keseluruhan menunjukkan antusiasme dari peserta pelatihan dan pendampingan.

Kata Kunci: *UMKM, marketing online, pembukuan, pelatihan*

Abstract

The community service activities were carried out in Laweyan tourism village, targeting 20 MSMEs. Activities include the introduction of simple bookkeeping methods and online marketing to support business development. The method used was to provide training and continued mentoring for 2 months related to the material presented in the training. The result of this activity is that participants are able to perform simple bookkeeping for their business and conduct online marketing through social media with content that can attract buyers. Overall, the participants showed enthusiasm for the training and mentoring.

Keywords: *MSMEs, online marketing, bookkeeping, training*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang signifikan dan berpengaruh dalam perekonomian global, termasuk pertumbuhan ekonomi Indonesia. Mereka memiliki kemampuan untuk mengelola risiko internal, memungkinkan mereka berperan penting dalam ekonomi global. Di tengah ancaman resesi tahun 2023, UMKM akan menjadi penentu ekonomi nasional. Menurut data Badan Koordinasi Penanaman Modal, UMKM berkontribusi sekitar 61,97% terhadap PDB nasional atau sekitar Rp8.500 triliun pada tahun 2020, sementara pada tahun yang sama menyerap 97% tenaga kerja. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah di berbagai daerah untuk terus mendukung kemajuan UMKM. Sebagai pendorong ekonomi, UMKM memiliki beragam jenis usaha, yang dilindungi dan dihindari dari persaingan yang tidak sehat menurut Keppres RI No. 19 Tahun 1998. UMKM mencakup usaha mikro, kecil, dan menengah, sesuai dengan Peraturan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008.

Berbagai tantangan yang dihadapi UMKM dalam meningkatkan kemampuan bisnis mereka, meliputi keterbatasan pendanaan, keterampilan manajerial, dan peluang pemasaran (Hartono dan Hartomo, 2016). Menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM perlu berupaya terus

Copyright: Kartika Hendra Titisari, Ananda Sabil Hussein, Pramono Hadi, Raditha
Hapsari, Agni Astungkara, Anita Wijayanti

meningkatkan proses dan layanan bisnis mereka kepada pelanggan. Kemenko bidang ekonomi mencatat bahwa International Monetary Fund (IMF) memproyeksikan pertumbuhan ekonomi global melambat dari 6% pada 2021 menjadi 3,2% pada 2022 dan 2,7% pada 2023. Hal ini dapat menyebabkan penurunan omset penjualan dan keuntungan perusahaan. Penurunan keuntungan yang berkelanjutan dapat mengakibatkan penutupan operasional dan pemutusan hubungan kerja, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi konsumsi Masyarakat. Untuk mendorong pertumbuhan UMKM, penting untuk memberikan akses modal, pelatihan bisnis, manajemen, dan lainnya. Pemasaran digital, terutama pada produk yang berhubungan langsung dengan konsumen, menjadi krusial. Penggunaan media digital dalam pemasaran dapat mempengaruhi pengembangan dan perluasan pasar sasaran (Arfan dan Ali Hasan, 2022; Syukri dan Sunrawali, 2022). Hal ini karena konsumen akan memutuskan pembelian produk setelah mengenal. Dalam era teknologi pengenalan produk menjadi tidak terbatas oleh jarak, sehingga sangat penting bagi UMK untuk berkembang memanfaatkan digital marketing (Hakim dan Rahayu, 2022). Pembukuan juga menjadi hal penting dalam menunjang perkembangan UMKM sebagai alat evaluasi bisnis (Putri dkk., 2021; Raharja, Kostini, dan Rivandi, 2018). Untuk optimalisasi perkembangan UMKM maka diperlukanlah uluran tangan dari pihak eksternal (Fadilah dkk., 2021).

Kegiatan pengabdian LP3M - UNIBA bekerja sama dengan FEB - Universitas Brawijaya di tahun 2023 bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan strategi pemasaran berbasis digital serta penyusunan laporan keuangan sederhana guna meningkatkan daya saing UMKM di Kawasan Kampung Laweyan Solo. Materi dan fokus pelatihan akan disesuaikan dengan kebutuhan dan masalah pemasaran dan keuangan yang dihadapi oleh mitra UMKM. Pendampingan akan dilakukan setelah sesi pelatihan untuk memperkuat implementasi bisnis di UMKM Industri Batik Laweyan Solo. Keseluruhan kegiatan bertujuan untuk memotivasi dan memberikan dukungan teknis kepada UMKM di Kawasan Laweyan Solo.

Kegiatan ini diselenggarakan dengan program yang telah dicanangkan oleh kelurahan Laweyan menuju kampung wisata dengan jargon "*Laweyan noto kampung*" menuju festival wisata Laweyan sebagai tujuan jangka Panjang. Program-programnya meliputi: (1) Penataan lingkungan, (2) Menciptakan 3 pusat kuliner (Wajan klangenan, undo usuk, randu alas), (3) Membuat *networking* bisnis, (4) Penataan tempat-tempat wisata. Kegiatan pengabdian ini merupakan wujud dari pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi. Kegiatan pengabdian secara umum bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas para pelaku UMKM yang produktif secara ekonomi.

METODE

Kegiatan ini dilakukan untuk membangun dan memperkuat proses bisnis UMKM Laweyan Solo, dengan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara luring. Narasumber kegiatan akan memaparkan materi yang berkaitan dengan pengelolaan strategi pemasaran digital, strategi sosial media bisnis, penyusunan laporan keuangan. Setelah sesi pelatihan berakhir, dilanjutkan dengan metode pendampingan. Proses pendampingan dilakukan secara luring kepada pemilik UMKM yaitu UMKM Industri Batik Laweyan Solo. Pelaksanaan pendampingan juga melibatkan mahasiswa secara langsung. Mahasiswa diarahkan untuk mewujudkan luaran-luaran yang ditetapkan dan ditujukan untuk UMKM, Adapun kegiatan yang akan dilaksanakan meliputi:

1. Pelatihan dan Pendampingan

Pelaksanaan kegiatan akan menghadirkan ahli pada bidang pemasaran dan kewirausahaan. Adapun materi pelatihan yang akan disampaikan sebagai berikut :

- a. Pelatihan tentang inovasi.
- b. Pelatihan strategi konten pemasaran digital dengan materi sebagai berikut : daya tarik dan keunggulan merek usaha UMKM di bisnis digital; tips dan trik strategi pemasaran online; pemilihan konten yang menarik untuk bisnis online; tutorial pembuatan konten sosial media.
- c. Penguatan Konsep Keuangan: Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Laporan Keuangan Program pendampingan mengenai aktivitas wirausaha UMKM Industri Batik Laweyan Solo.

Pendampingan dilakukan oleh tim UB dan UNIBA untuk 6 (enam) UMKM, sesuai rekomendasi dari

pihak kelurahan atau tim pendamping.

2. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dalam kegiatan ini dilakukan secara berkala terutama pada pelaksanaan pendampingan. Monitoring dilakukan dengan menggunakan log book yang diisi oleh pendamping, menyampaikan mengenai kegiatan dan capaian UMKM per minggu. Sedangkan evaluasi mengenai capaian pendampingan di akhir sesi pendampingan. Jika dalam pelaksanaan di temukan masalah, maka akan di bantu dalam menemukan alternatif solusi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan 1 (satu) hari dengan jadwal seperti tersaji pada Tabel 1. Pelatihan ini diikuti oleh 20 pelaku UMKM di kampung Laweyan. Keterbatasan dana dalam penyelenggaraan tidak bisa untuk mengikutsertakan seluruh UMKM. Pemilihan 20 (dua puluh) UMKM oleh tim kelurahan di bawah koordinasi POKDARWIS. Namun demikian mengadopsi terdapat perwakilan dari semua RW yang ada di kampung Laweyan. Menurut data dari pihak kelurahan terdapat 49 UMKM yang ada di wilayah kampung Laweyan. Namun demikian, menurut informasi dari pihak kelurahan masih banyak UMKM yang belum masuk di data kelurahan. UMKM yang ada beragam jenis usahanya, meliputi kuliner, batik, dan craft. Berdasarkan diskusi dengan pihak kelurahan Bersama Lurah, menuju kampung wisata perlu kesiapan semua UMKM yang ada dalam mengadopsi perubahan bisnis yang bergerak cepat. Peserta pelatihan sangat antusias dan berharap tidak berhenti hanya di pelatihan, namun dilanjutkan untuk ke pendampingan dalam menjalankan bisnis mereka.

Tabel 1. Susunan Acara Pelatihan

Senin, 10 Juli 2023

Waktu (WIB)	Acara	Keterangan
08.00 – 08.30	Persiapan-perjalanan menuju UMKM Kampung Laweyan Solo.	Panitia
08.30 – 09.00	Sambutan-sambutan	1. Dr. Pramono Hadi, SP., MSi 2. Prof. Ananda Sabil Hussein, SE., M.Com., Ph.D 3. Raditha Hapsari, SE., MM., Ph.D 4. Pembukaan oleh Lurah Laweyan
09.00 – 10.30	Pemaparan materi dari UNIBA	Dr. Kartika Hendra Titisari, SE., MSi., Akt., CA., CSRS., CSRA
10.30 – 12.00	Pemaparan materi pelatihan Strategi Sosial Media Bisnis dan Strategi Konten Pemasaran Digital	Adelia Shabrina, SE., MM., MBA MBA RR. Ayu Firdausiah, SE., MM
12.00 – 13.00	ISHOMA	
13.00 – 14.30	Pemaparan materi pelatihan penyusunan laporan keuangan	Pusvita Yuana, SE., MM
14.30 – 15.00	Penutupan kegiatan pelatihan	Panitia



Gambar 1. Pelatihan UMKM di Laweyan

2. Pelaksanaan Pendampingan

Pendampingan intensif dilakukan oleh tim selama 2 (dua) bulan, pada bulan Agustus dan September. Pendampingan difokuskan pada materi yang telah disampaikan pada saat pelatihan yaitu terkait pembukuan sederhana dan pemasaran online. Pemasaran online difokuskan pada media sosial meliputi, Instagram, Facebook, dan Tik Tok. Pendampingan dilaksanakan dengan melakukan kunjungan berkala dan komunikasi intensif melalui WA group. Dalam pendampingan pembukuan sederhana, dilakukan dengan membimbing melakukan pencatatan transaksi harian mereka. Rata-rata UMKM belum melakukan pencatatan, sehingga pendamping membimbingnya untuk melakukan pencatatan minimal arus kas masuk dan arus kas keluar serta pencatatan persediaan. Sedangkan pendampingan marketing online, pendamping membimbing UMKM untuk membuat akun bagi yang belum punya dan membuat konten untuk bisa di upload secara rutin di akun sosmed. Bagi yang sudah mempunyai akun sosmed, pembimbingan lebih diarahkan ke kualitas dan kuantitas konten terkait dengan usaha. Di temui juga UMKM mempunyai akun sosmed dengan follower yang tinggi, namun tidak bisa memafaatkan untuk mempromosikan bisnisnya.

Pendampingan ini dilaksanakan pada UMKM terpilih sebanyak 6 UMKM. Pemilihan UMKM ini didasarkan pada rekomendasi dari pihak kelurahan melalui ketua kelompok POKDARWIS. UMKM terpilih adalah: Batik Pandono Abstract, Srabi Solo Tugu Batik, Batik Tumaruntun, Pawon Lele-Lesela, Omah Kidul Craft, dan Agung Craft. Pada setiap kunjungan, pendamping melakukan monitoring dan evaluasi serta langsung memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Daftar akun sosmed dari UMKM tersaji pada Tabel 2 dan hasil pantauan perkembangan akun sosmed UMKM serta tangkapan layar akun sosmed UMKM tersaji pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 2. Daftar Akun Sosmed UMKM

No	Nama UMKM	IG	Tiktok	FB
1	Batik Pandono Abstract	@batikpandono.abstrak	@batikpandono.abstrakt	-
2	Srabi Solo Tugu Batik	@serabisolo_tugubatik	@srabisolo_tugubatik	-
3	Batik Tumaruntun	@batik_truntun_laweyan	@batik_tumaruntun_laweyan	-
4	Pawon Lele-Lesela	@lele_setono_laweyan	-	-

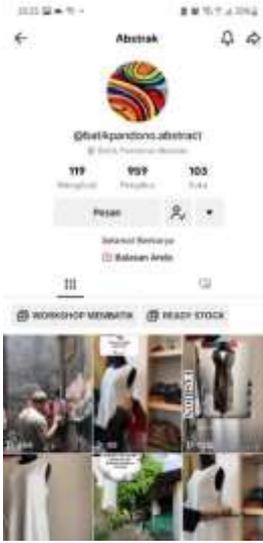
5	Omah Kidul Craft	@omahkidul_craft	@omahkidul_craft	Omah kidul craft & souvenir
6	Agung Craft (Asa Wooden Craft)	-	@putri_happy	-

Tabel 3. Rekapitulasi Follower Sosmed

No	Nama UMKM	Jumlah Follower											
		Pantauan ke 1			Pantauan ke 2			Pantauan ke 3			Pantauan ke 4		
		IG	Tiktok	FB	IG	Tiktok	FB	IG	Tiktok	FB	IG	Tiktok	FB
1	Batik Pandono Abstract	696	960	0	696	960	0	704	960	0	705	959	0
2	Srabi Solo Tugu Batik	105	190	0	108	202	0	108	203	0	110	213	0
3	Batik Tumaruntun	348	0	0	351	6	0	351	14	0	354	20	0
4	Pawon Lele-Lesela	0	0	0	0	0	0	6	0	0	12	0	0
5	Omah Kidul Craft	279	0	58	282	0	58	287	0	58	287	22	58
6	Agung Craft (Asa Wooden Craft)	0	6059	0	0	6059	0	0	6060	0	0	6052	0

Tabel 4. Tangkapan Layar Sosial Media

Copyright: Kartika Hendra Titisari, Ananda Sabil Hussein, Pramono Hadi, Raditha Hapsari, Agni Astungkara, Anita Wijayanti

No	Nama UMKM	Sosmed		
		IG	TikTok	FB
1	Batik Pandono Abstract			
2	Srabi Solo Tugu Batik			
3	Batik Tumaruntun			

4	Pawon Lele-Lesela			
5	Omah Kidul Craft			
6	Agung Craft (Asa Wooden Craft)			

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat di kampung Laweyan Solo, yang terdiri dari pelatihan selama 1 (satu) hari di pendopo kelurahan Laweyan dan pendampingan selama 2 bulan berjalan lancar. Peserta pelatihan begitu antusias sejak awal sampai akhir pelatihan, dan selama pendampingan bersemangat untuk memajukan bisnis nya. Interaksi langsung saat pelatihan serta pada saat pendampingan untuk berdiskusi dalam mencari solusi atas permasalahan merupakan strategi dalam meningkatkan kinerja UMKM menuju kampung wisata Laweyan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kelurahan Laweyan, Prodi Manajemen - Universitas Brawijaya, dan LP3M - Universitas Islam Batik Surakarta yang telah memfasilitas tim dalam kegiatan PKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfan, N., & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212-224.
- Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. (2021).

Copyright: Kartika Hendra Titisari, Ananda Sabil Hussein, Pramono Hadi, Raditha Hapsari, Agni Astungkara, Anita Wijayanti

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 892–896. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>

Hakim, M., & Rahayu, S. R. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Digital Marketing, Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Usaha Spare Part Pada Cikal Motor Bandar Lampung). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 2(3), 689–696. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i3.1250>

Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Umkm Di Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), 15. <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2678>

Putri, A. F. A., Ratnasari, W. P., Nurrohmah, M. A., Ekinanda, F., Lestari, P., & Titisari, K. H. (2021). Pelatihan Pembukuan Sederhana pada UMKM Kuliner Di Kelurahan Laweyan Kota Surakarta. *Jurnal Pengabdian Barelang*, 3(01), 6–9. <https://doi.org/10.33884/jpb.v3i01.2693>

Raharja, S. J., Kostini, N., & Rivandi. (2018). Implementasi Pembukuan Keuangan Sederhana Pada Industri Kreatif Skala Usaha Kecil dan Menengah di Kota Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Departemen Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Padjajaran*, 4(8), 1–5.

Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>