

Pelatihan Pemanfaatan Platform Digital sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Bisnis bagi Pelaku Usaha Batik Jambi pada Masa Covid-19

Zamzami ^{*1}, Mohammad Ihsan ², Ade Perdana Siregar ³

^{1,2,3} Universitas Jambi; Kampus Pinang Masak Mendalo Darat, 583317

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

email : ¹ zamzami@unja.ac.id, ² moh_ihsan@ymail.com, ³ ade.perdana@unja.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia mengalami ancaman akibat dampak dari pandemi covid-19. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting keberadaannya di Indonesia, penanganan dalam pencegahan penyebaran virus covid-19 menghentikan aktivitas usaha khususnya pada UMKM. Aktivitas social distancing berdampak pada penjualan, dimana selama ini Batik Zhorif selalu dikunjungi wisatawan dan tamu-tamu pemerintahan, dengan adanya penerapan social distancing maka konsumen yang berkunjung mengalami penurunan bahkan tidak ada. Penjualan menggunakan platform digital merupakan solusi yang tepat bagi pelaku usaha batik, dimana gaya hidup masyarakat mengalami pergeseran dengan berbelanja melalui online. Mitra dalam pengabdian ini adalah Galery Batik Zhorif di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi. Permasalahan mitra yang diprioritaskan akan diselesaikan adalah (1) Mitra belum memiliki strategi usaha dalam mempertahankan usahanya, pengetahuan mitra dalam merumuskan permasalahan dan pengambilan keputusan masih rendah yang terlihat mitra pasrah dengan keadaan pandemi covid-19 (2) Motivasi pada mitra masih rendah dalam mengelola kegiatan pemasaran, dimana mitra masih tetap mengandalkan konsumen berkunjung dalam proses penjualan (3) Pemahaman mengenai digitalisasi masih rendah, mitra belum dapat mengelola platform digital dengan baik sehingga kegiatan pemasaran secara digital tidak berjalan. Metode yang digunakan dalam pencapaian tujuan tersebut adalah metode sosial dan partisipatif dengan memberikan pelatihan dan pendampingan usaha kepada mitra mengenai peningkatan kemampuan mitra dalam pemanfaatan platform digital pada masa pandemi covid 19. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat memberikan solusi pada mitra antara lain peningkatan motivasi dalam pengembangan usaha untuk pertumbuhan ekonomi daerah dengan membuka wawasan peserta secara luas mengenai peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi, peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi dan konsep usaha dalam pengambilan keputusan melalui identifikasi masalah dan pemilihan alternatif solusi, peningkatan pemahaman mengenai pemasaran dan kemampuan IT sangat bermanfaat bagi mitra dalam melakukan pemasaran digital pada masa covid 19

Kata kunci : Platform Digital, UMKM, Covid

Abstract

Economic growth in Indonesia is under threat due to the impact of the Covid-19 pandemic. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role to play in Indonesia, handling the prevention of the spread of the Covid-19 virus stops business activities, especially in MSMEs. Social distancing activities have an impact on sales, where so far Zhorif Batik has always been visited by tourists and government guests, with the implementation of social distancing, the visiting consumers have decreased or even not. Selling using a digital platform is the right solution for batik entrepreneurs, where people's lifestyles are shifting by shopping through online. The partner in this service is the Zhorif Batik Gallery. Partner problems that are prioritized to be resolved are (1) Partners do not have a business strategy in maintaining their business, partners' knowledge in formulating problems and decision making is still low, it can be seen that partners are resigned to the covid-19 situation (2) Motivation for partners is still low in managing activities marketing, where partners still rely on consumers visiting in the sales process (3) Understanding of digitalization is still low, partners have not been able to manage the digital platform properly so digital marketing activities do not run. The methods used in achieving these goals are social and participatory methods by providing training and business assistance to partners regarding increasing partners' ability to use digital platforms during the Covid 19 period. The results of community service activities can provide solutions to partners, including increased motivation in business development for regional economic growth by broadly opening participants 'insights about the role of MSMEs in economic growth, increasing participants' understanding of business strategies and concepts in decision making through problem identification

and selection of alternative solutions, increasing understanding of marketing and IT capabilities are very beneficial for partners in doing digital marketing during the covid 19

Keywords : *Digital Platform, MSMEs, Covid*

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia mengalami ancaman akibat dampak dari pandemi covid-19. Menurut Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), menurunnya tingkat konsumsi pada masyarakat di masa pandemi covid-19 akan mengancam krisis ekonomi besar di dunia, demikian pada perekonomian di Indonesia akan dapat mengancam pada aspek investasi, perdagangan dan pariwisata. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting keberadaannya di Indonesia, penanganan dalam pencegahan penyebaran virus covid-19 menghentikan aktivitas usaha khususnya pada UMKM.

Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi (2019), pada tahun 2018 Provinsi Jambi memiliki 33.495 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UKM), sedangkan untuk jumlah UMKM di Kota Jambi merupakan presentasi terbesar yaitu sebesar 29% dari jumlah UMKM di Provinsi Jambi. UMKM di kota Jambi memiliki berbagai sektor, salah satu produk khas dari daerah Jambi adalah batik. Pengembangan produk khas daerah merupakan suatu upaya dalam meningkatkan perekonomian, khususnya pada perekonomian daerah. Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi merupakan daerah sentral pengrajin batik.

Pengamatan dari survey awal yang telah dilakukan oleh tim pada salah satu pengrajin batik yaitu Batik Zhorif, pada masa pandemi covid-19 mengalami hambatan dalam penjualan. Aktivitas social distancing berdampak pada penjualan, dimana selama ini Batik Zhorif selalu dikunjungi wisatawan dan tamu-tamu pemerintahan, dengan adanya penerapan social distancing maka konsumen yang berkunjung mengalami penurunan bahkan tidak ada. Batik Jambi merupakan produk andalan khas daerah Jambi yang tetap harus dapat dikembangkan.

Penjualan menggunakan platform digital merupakan solusi yang tepat bagi pelaku usaha batik, dimana gaya hidup masyarakat mengalami pergeseran dengan berbelanja melalui online. Transformasi digitalisasi bagi pelaku UMKM harus segera dilakukan, demi menjaga keberlangsungan usaha yang dijalani oleh UMKM. Salah satu faktor permasalahan pelaku usaha batik ini tidak melakukan penjualan melalui platform digital yaitu minimnya pengetahuan pelaku usaha dalam menjalankan platform digital. Kesulitan yang dihadapi dalam menjalankan fitur-fitur platform digital, hal ini disebabkan karena banyaknya UMKM yang masih belum melek dengan digital. Melihat analisis situasi pada survey awal, maka tim pengabdian memberikan solusi atas permasalahan tersebut sebagai upaya dalam meningkatkan usaha pada Batik Zhorif Jambi.

Permasalahan mitra yang diambil berdasarkan analisis situasi, maka permasalahan mitra dapat disimpulkan yaitu : (1) Mitra belum memiliki strategi usaha dalam mempertahankan usahanya, pengetahuan mitra dalam merumuskan permasalahan dan pengambilan keputusan masih rendah yang terlihat mitra pasrah dengan keadaan pandemi covid-19 yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi daerah (2) Motivasi pada mitra masih rendah dalam mengelola kegiatan pemasaran, dimana mitra masih tetap mengandalkan konsumen berkunjung dalam proses penjualan (3) Pemahaman mengenai digitalisasi masih rendah, mitra belum dapat mengelola platform digital dengan baik sehingga kegiatan pemasaran secara digital tidak berjalan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menawarkan solusi terhadap masalah-masalah pada mitra untuk mengatasinya. Solusi yang ditawarkan adalah : (1) tim memberikan arahan dan bantuan kepada mitra dalam merumuskan permasalahan serta membuat konsep strategi pada usaha dalam pengambilan keputusan, strategi yang penting bagi pelaku usaha yaitu dalam jangka pendek dan jangka panjang sebagai upaya dalam pertumbuhan ekonomi daerah; (2) memberikan motivasi dan pengetahuan mengenai konsep-konsep pemasaran, sehingga dalam pelaksanaan strategi pemasaran dapat terpenuhi dari berbagai aspek; (3) membantu meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola platform digital, sehingga pemasaran tetap berjalan meskipun dalam masa pandemi covid-19

2. METODE

Metode pelaksanaan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang digunakan adalah dengan pendekatan sosial dan partisipatif. Mitra ikut terlibat langsung dalam penyelesaian masalahnya, pelatihan dan pendampingan merupakan pemilihan metode pelaksanaan dari tim. Langkah-langkahnya dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah (1) Persiapan, pada tahap ini meliputi kegiatan yang diawali dengan melakukan survey,

identifikasi masalah mitra dan pembahasan solusi pada tim internal, (2) Pelaksanaan, pada tahap ini tim melakukan pendekatan dan pelatihan yaitu diantaranya pelatihan motivasi dalam pengembangan usaha untuk pertumbuhan ekonomi daerah, pelatihan strategi dan konsep usaha dalam pengambilan keputusan, pelatihan aspek-aspek pemasaran dan pelatihan peningkatan kemampuan IT, (2) Monitoring dan evaluasi, pada tahap ini tim melihat perkembangan mitra dengan mengevaluasi pada pelaksanaan kegiatan usaha mitra

Tahap-tahap kegiatan diatas, maka dapat disimpulkan dalam menyelesaikan permasalahan mitra dapat dilakukan sebagai berikut : (1) metode ceramah, dengan memberikan materi mengenai perencanaan dan pengembangan potensi desa serta pencatatan keuangan; (2) metode tutorial, dengan memberikan contoh kasus yang berkaitan dengan masalah-masalah yang terjadi pada mitra; (3) metode diskusi, memberikan kesempatan tanya jawab mengenai hal-hal yang belum dipahami atau kendala-kendala yang dihadapi selama kegiatan ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah tahap persiapan. Tahap persiapan dilakukan dengan kegiatan rapat tim pada di Program Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Jambi. Pada rapat tim ini, melakukan perancangan pelaksanaan yang akan dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat antara lain mengenai waktu pelaksanaan dan tempat pelaksanaan, dalam hal ini tim berkoordinasi dengan mitra. Materi yang akan disampaikan pada pelatihan juga dibahas pada pertemuan rapat ini.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan metode pelatihan, dimana pelatihan dilaksanakan di tempat mitra yaitu Batik Zhorif Jambi, Kelurahan Ulu Gedong Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan dengan menggunakan protokol kesehatan untuk pencegahan penularan virus covid, diantaranya menggunakan dengan membagikan masker dan penggunaan hand sanitizer



Gambar 1. Penggunaan Hand Sanitizer Peserta Pelatihan

Pelatihan ini dihadiri pelaku usaha batik lainnya, selain Batik Zhorif Jambi sebagai mitra dalam kegiatan ini. Pelatihan yang diberikan sesuai dengan masalah yang dihadapi mitra pada masa pandemi covid 19.



Gambar 2. Peserta Pelatihan

Materi yang disampaikan pada pelatihan ini adalah sebagai berikut :

1. Pelatihan motivasi dalam pengembangan usaha untuk pertumbuhan ekonomi daerah
Materi yang disampaikan pada mengenai gambaran peranan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Peran UMKM sangat mendukung perekonomian, terutama pada masa pandemi covid 19. Motivasi yang diberikan berfungsi untuk menumbuhkan semangat dan ide-ide peluang dalam pengembangan usaha pada masa pandemi ini.
2. Pelatihan strategi dan konsep usaha dalam pengambilan keputusan
Materi ini berfungsi agar peserta dapat mengidentifikasi dan mencari alternatif solusi pada permasalahan yang terjadi pada pelaku usaha. Penjelasan materi mengenai kemampuan manajerial bagi UMKM sangat dibutuhkan sehingga pelaku usaha dapat menentukan strategi dalam pengembangan usaha dan tepat dalam pengambilan keputusan.
3. Pelatihan aspek-aspek pemasaran dan peningkatan kemampuan IT
Pada pelatihan ini, materi yang disampaikan berfokus pada promosi untuk produk Batik. Pada masa pandemi covid 19, pengenalan pemasaran digital sangat bermanfaat bagi peserta. Peserta selama ini sudah melakukan pemasaran secara digital tetapi belum maksimal. Penjelasan materi mengenai pemilihan platform digital yang tepat bagi pelaku usaha dapat meningkatkan analisa peserta dalam mengidentifikasi pasar. Kemampuan IT perlu ditingkatkan dalam mengaplikasikan sosial media.

Pemaparan materi yang disampaikan pada saat pelatihan mendapatkan respon yang baik dari peserta, dikarenakan saat pandemi covid 19 peserta membutuhkan pengetahuan tambahan dalam pengembangan usaha.



Gambar 3. Penyampaian Materi Pelatihan

Peserta pada pelatihan ini sangat aktif dalam berdiskusi, materi mengenai motivasi dalam pengembangan usaha untuk pertumbuhan ekonomi daerah dapat membuka wawasan peserta secara luas mengenai peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi. Pemahaman peserta mengenai strategi dan konsep usaha dalam pengambilan keputusan, dapat meningkatkan kemampuan peserta dalam menidentifikasi masalah dan memilih alternatif solusi dalam menyelesaikan masalah. Pemahaman mengenai pemasaran dan kemampuan IT sangat bermanfaat bagi mitra dalam melakukan pemasaran digital, hal ini sangat dibutuhkan bagi mitra terutama pada masa covid 19

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat memberikan solusi pada mitra. Pelatihan dihadiri oleh beberapa pengarajin Batik Jambi. Solusi yang diberikan pada mitra melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini antara lain peningkatan motivasi dalam pengembangan usaha untuk pertumbuhan ekonomi daerah dengan membuka wawasan peserta secara luas mengenai peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi, peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi dan konsep usaha dalam pengambilan keputusan melalui identifikasi masalah dan pemilihan alternatif solusi, peningkatan pemahaman mengenai pemasaran dan kemampuan IT sangat bermanfaat bagi mitra dalam melakukan pemasaran digital pada masa covid 19

5. SARAN

Pengembangan produk khas daerah pada masa pandemi covid 19 memiliki potensi yang besar. Peran pemerintah sangat dibutuhkan bagi UMKM dalam memperluas jaringan pemasaran sehingga produk lebih dapat dikenal pada pasar berskala nasional maupun internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mendapat bantuan dana dari Universitas Jambi, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dana dan dukungan moral.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (2018), Potensi Usaha Mikro Kecil Provinsi Jambi, BPS Provinsi Jambi
- Badan Pusat Statistik (2018), Profil Industri Mikro Kecil Provinsi Jambi 2018, BPS Provinsi Jambi
- Ekasari, N., Hasanah, N., Chairunnisa, F., & Siregar, A. P. (2019). Model Performance Supported SMEs Strategy-Based Applications Through E-Money Gofood Business Customer Satisfaction and Grabfood. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 129-136.
- Ekasari, N., Hasanah, N., Siregar, A. P., Sari, N., & Nifita, A. T. (2019). Implementasi Digital Marketing dan Inovasi Kemasan Kue Bengen Produk Kuliner Khas Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi dan Dharma Bagi Masyarakat*, 1(1), 37-42.
- Elkin, Tobi (2017), "Global Content Marketing Revenues Poised for 14% Growth in 2017," at: <https://www.mediapost.com/publications/article/305786/global-content-marketing-revenues-poised-for-14-g.html>, Accessed date: 18 January 2018.
- Ihsan, M., Rosyid, G. Y., & Siregar, A. P. (2019). Strategi Positioning dan Citra Destinasi Objek Wisata Air Danau Sipin Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 4(2), 205-210.
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 4(1), 170-175.
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2020). Peran Preferensi Memediasi Pengaruh Revitalisasi Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Danau Sipin Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(1), 100-105.
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2018). The Influence of Promotional Cost Againsts Sales Volume Product Batik Jambi Selaras Pinang Masak in Jambi City. *Journal of Business Studies and Management Review*, 1(2), 52-55.
- Machpudin, A., Nifita, A. T., Rosyid, G. Y., & Siregar, A. P. (2020). Peran Minat Memediasi Pengaruh Quality Service Transaksi Digital terhadap Customer Satisfaction Pengguna Layanan OVO. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 5(1), 1-4.
- Nifita, A. T., Rosyid, G. Y., & Siregar, A. P. (2018). Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Produk Lacak terhadap Minat Konsumen pada Galery Zhorif di Seberang Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 7(2), 121-126.
- Nifita, A. T., & Siregar, A. P. (2018). The Role of Consumer Confidence as A Mediating Influence Viral Marketing of Visiting Kampoeng Radja Jambi. *Journal of Business Studies and Management Review*, 2(1), 47-52.
- Octavia, A., Sriyudha, Y., & Perdana, A. (2018). Peningkatan Daya Saing Produk Unggulan Daerah Usaha Kerupuk Ikan Di Kecamatan Pelayangan Seberang Kota Jambi. *Prosiding PKM-CSR*, 1, 1378-1386.
- Octavia, A., Sriyudha, Y., & Siregar, A. P. (2018). Peningkatan Daya Saing Produk Unggulan Daerah Usaha Kerupuk Ikan Di Kecamatan Pelayangan Seberang Kota Jambi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 1, 1378-1386.
- Octavia, A., Sriyudha, Y., Widiastuti, F., & Siregar, A. P. (2019). Pendampingan Manajemen Usaha dan Penggunaan Mesin Pengereng Kerupuk di UKM Pelayangan Kota Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi dan Dharma Bagi Masyarakat*, 1(1), 1-8.
- Sari, N., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh Food Quality, Price, Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty pada Restoran Aneka Rasa Jambi dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 4(2), 368-374.

- Solikhin, A., Hasbullah, H., Sriayudha, Y., & Siregar, A. P. (2019). Inovasi Produk Sambal Lingkung Berbasis Teknologi Sebagai Upaya Peningkatan Usaha Umkm Kecamatan Pelayangan Kota Jambi. Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR), 2, 324-331.
- Solikhin, A., Ikhsan, M., Machpudin, A., Jamal, J., & Siregar, A. P. (2019). Peningkatan Kemampuan Pengelolaan Usaha Bagi Pelaku Usaha Batik Jambi melalui Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Keuangan. Jurnal Inovasi, Teknologi dan Dharma Bagi Masyarakat, 1(1), 9-14.
- Solikhin, A., Lubis, T. A., & Siregar, A. P. (2020). Role of Corporate Reputation in Corporate Social Responsibility Relations to Firm Performance in Jambi Province. PROCEEDING MICEB (Mulawarman International Conference On Economics and Business), 2, 43-50.
- [OECD] Organization for Economics Co-operation Development. 2016. Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for Conducting an Internationally Comparable Survey of Financial Literacy. INFE.
- [OJK] Otoritas Jasa Keuangan. 2016. Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Jakarta (ID): OJK.
- [OJK] Otoritas Jasa Keuangan. 2016. Rancangan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan untuk konsumen dan/atau, masyarakat. Jakarta (ID): OJK.
- OECD. "SME Policy Responses." Diakses 23 April 2020. https://read.oecdilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid19_SME_Policy_Responses.