



**PENINGKATKAN KAPASITAS PELAKU USAHA EKONOMI KREATIF UMKM
WIRUSAHA BARU BATIK NYERE DI LINGKUNGAN KECAMATAN CICENDO KOTA
BANDUNG MELALUI WORKSHOP KEWIRAUSAHAAN**

Oleh

Sri Rochani Mulyani¹, Kosasih², Vip Paramarta³, Farida Yuliati⁴, Fitriana⁵

^{1,2,3,4,5}Program Pascasarjana, Universitas Sangga Buana YPKP, Bandung

Email: ¹sri.rochani@usbypkp.ac.id, ²kosasih@usbypkp.ac.id,

³vip@usbypkp.ac.id, ⁴farida.yuliati@usbypkp.ac.id, ⁵fitriana@usbypkp.ac.id

Article History:

Received: 17-10-2020

Revised: 17-11-2020

Accepted: 25-12-2021

Keywords:

UMKM, Batik Nyere, Cicendo
Kota Bandung, Workshop

Abstract: Masyarakat Bandung memiliki kemampuan seni yang tinggi memberikan peluang untuk mengembangkan bakat seninya dalam pembuatan batik nyere. Sehingga cukup banyak masyarakat setempat yang berminat menjadi wirausaha batik nyere, dengan mengikuti program pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Industri dan Perdagangan, dan beberapa program pelatihan yang diselenggarakan oleh Kantor Kecamatan Cicendo kerjasama dengan perguruan tinggi dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) memiliki target dan luaran, dengan harapan dapat menjadi parameter efektivitas kegiatan PKM yang dilakukan. Adapun hasil wawancara diperoleh: Adanya keinginan untuk merubah pola berfikir (mindset), bahwa bisnis mereka harus berkembang dan adanya keinginan untuk meningkatkan omzet penjualan, dengan melakukan inovasi produk, inovasi kemasan dan inovasi merk.

PENDAHULUAN

Indonesia tidak hanya dikenal dunia dengan keragaman bahasa dan budaya, akan tetapi juga dikenal dengan keragaman produk kerajinan dalam hal ini membatik. Indonesia sangat terkenal dengan hasil kerajinan “batik” nya, bahkan sebagian batik yang populer sudah tercatat di lembaga internasional, diantaranya batik Pekalongan, batik Yogyakarta, batik Madura, batik Solo, batik Jawa, batik Banten, batik Jawa Tengah, batik Magetan, batik Tasikmalaya dan batik Cirebon.

Sepuluh besar batik terpopuler dan tercatat di lembaga internasional, sebagian dari Jawa Barat, diantaranya batik Cirebon, batik Tasikmalaya, batik Banten. Kotamadya Bandung sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat, memiliki beberapa jenis batik, diantaranya “ batik nyere” yang berlokasi di Kecamatan Cicendo Kotamadya Bandung. Batik nyere belum dikenal masyarakat setempat, apalagi di luar wilayah Kotamadya Bandung. Dengan keunikan proses pembuatan batik nyere, dengan menggunakan sapu lidi (bahasa Sunda: sapu nyere).



Masyarakat Bandung dengan kemampuan seni yang tinggi, memberikan peluang untuk mengembangkan bakat seninya dalam pembuatan batik nyere. Sehingga cukup banyak masyarakat setempat yang berminat menjadi wirausaha batik nyere, dengan mengikuti program pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Industri dan Perdagangan, dan beberapa program pelatihan yang diselenggarakan oleh Kantor Kecamatan Cicendo kerjasama dengan perguruan tinggi dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Kami mempunyai keyakinan, bahwa masyarakat setempat yang memiliki potensi sebagai wirausaha batik nyere cukup besar, sehingga diperlukan pelatihan dan pembinaan berkelanjutan, mengantarkan mereka sampai menjadi wirusaha suksse. Namun demikian calon wirausaha batik nyere masih menghadapi permasalahan yang fundamental, diantaranya lokasi usaha, modal, desain, menentukan harga pokok, saluran distribusi dll.

Untuk itu kegiatan PKM ini akan dilakukan secara berkelanjutan, sesuai dengan capaian yang diharapkan, yaitu menjadikan calon wirausaha batik nyere mewujudkan mimpi besarnya menjadi pengusaha batik nyere yang sukses.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) memiliki target dan luaran, dengan harapan dapat menjadi parameter efektivitas kegiatan PKM yang dilakukan kepada para pengrajin batik nyere . Adapun target dan sasaran, sebagai berikut.

Hal yang paling mendasar untuk meningkatkan kapasitas / kemampuan calon wirausaha batik nyere agar memiliki kreativitas , tekad, keberanian dan mampu mengimplemntasikan gagasan atau ide-idenya. Diperlukan pendampingan agar dapat lebih percaa diri sebagai pengusaha batik nyere yang berdaya saing.

Melalui kegiatan Workshop ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas pelaku ekonomi kretatif UMKM. Produk batik nyere dapat lebih dikenal masyarakat luas dan menjadi kebanggaan Kotamadya Bandung, khususnya di Kecamatan Cicendo.

METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang kami lakukan dengan menggunakan metode :

Observasi Kepada Pengarajin

Observasi kami lakukan dengan harapan memperoleh informasi yang akurat tentang sumber daya yang mendukung peningkatan kapasitas pelaku ekonomi kreatif UMKM, khususnya produk batik nyere. Hasil observasi yang dilakukan sebelum menyelenggarakan Workshop, bahwa adanya minat yang cukup kuat untuk menjadi pelaku usaha batik nyere. Namun tidak cukup mempunyai minat, akan tetapi selama 3 (tiga) tahun tidak dapat memulai usaha , karena keterbatasan lokasi usaha / rumah produksi dan barang modal yang dimiliki. Sehingga selama 3 (tiga) tahun menjadi sebuah penantian tanpa hasil.



Gambar 1. proses pembuatan batik nyere yang sangat sederhana sekali

Memberikan Pelatihan

Hasil dari observasi, kami mendapatkan banyak informasi tentang masalah yang dihadapi untuk memulai kegiatan usaha batik nyere. Dalam kegiatan pelatihan di ikuti oleh 60 (enam puluh) orang yang berminat menjadi pengusaha batik nyere. Peserta didominasi peserta wanita sekitar 85% dan sisanya 15% adalah peserta pria. Selama proses kegiatan pelatihan bidang kewirausahaan, peserta menunjukkan semangat yang tinggi, dan menyimak materi dengan baik dan mengikuti sampai dengan seesai kegiatan.

HASIL

Hasil dari kegiatan Pelatihan yang dilakukan kepada para pengrajin batik nyere, adalah sebagai berikut :

Atas dasar beberapa identifikasi kelemahan daya saing produk, menjadi bahan kajian Tim Pengabdian Kepada Masyarakat untuk melakukan wawancara secara acak kepada para pengrajin, untuk mengetahui motivasi dan kemauan untuk merubah mindset. Perubahan yang begitu dinamis dan daya saing produk yang semakin ketat, membutuhkan perubahan mindset para pengrajin. Adapun hasil wawancara diperoleh :

1. Adanya keinginan untuk merubah pola berfikir (mindset), bahwa bisnis mereka harus berkembang;
2. Adanya keinginan untuk meningkatkan omzet penjualan, dengan melakukan inovasi produk, inovasi kemasan dan inovasi merk.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Assauri dan Sofjan. (2012), "Strategi Marketing Sustaining Lifetime Customer Value". Raja Garfindo Persada. Jakarta.
- [2] Daryanto dan Ismanto Setyobudi. (2014), Dasar dasar manajemen pemasaran jasa, Rineka arta, Jakarta
- [3] Daryanto dan Ismanto Setyobudi. (2014), Konsumen dan pelayanan Prima, Dava media,



Malang.

- [4] Edwin B. Flippo (2002), *Personel Management (Manajemen Personalia)*, Edisi VII Jilid II, Terjemahan Alponso S, Erlangga, Jakarta.
- [5] Hurriyati, Ratih. (2010), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- [6] Kasmir. (2016), *Manajemen pemasaran (Teori dan Praktik)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [7] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016), *Manajemen Pemasaran Jilid Satu dan Jilid Dua*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [8] Tjiptono (2013). *Kepuasan Pelayanan*. Erlangga, Jakarta.