

Bisnis Online Sebagai Pengembangan Ketahanan Sosial Ekonomi Pengrajin Batik Laweyan Di Masa Pandemi Covid-19

Sri Hilmi Pujihartati^{1*}, Mahendra Wijaya², Addin Kurnia Putri³, Muh. Rosyid Ridlo⁴, Sudarsana⁵, Supriyadi⁶

¹⁻⁶Universitas Sebelas Maret Surakarta

*Korespondensi

E-mail: srihilmi@staff.uns.ac.id

Riwayat Artikel:

Dikirim: 17-09-2022

Direvisi: 19-10-2022

Diterima: 17-12-2022

Abstrak: Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang signifikan terhadap banyak sektor, termasuk sektor ekonomi. Salah satu sektor yang terkena dampak adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dimana permintaan dari konsumen dan daya beli masyarakat turun akibat pandemi. Kondisi ini mengharuskan UMKM, termasuk industri rumah tangga batik, untuk dapat beradaptasi dan bangkit kembali di tengah situasi pandemi Covid-19. Untuk mencapai tujuan ketahanan sosial dan ekonomi masyarakat, perilaku adaptif harus diterapkan agar produksi dan pemasaran produk tetap dapat berjalan secara rasional. Pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan bisnis online pengrajin batik Laweyan untuk meningkatkan ketahanan sosial dan ekonomi mereka selama pandemi Covid-19. Metode pengabdian yang digunakan adalah partisipatif, dengan melakukan pelatihan bisnis dan pendampingan yang berkelanjutan bagi pengrajin batik di Kelurahan Laweyan, Kota Surakarta. Pemilihan Laweyan sebagai lokasi dilakukan karena tempat tersebut merupakan pusat produksi dan penjualan batik, dan mayoritas penduduknya adalah pengrajin batik. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah peningkatan kemampuan bisnis online dan ketahanan sosial dan ekonomi pengrajin batik Laweyan selama pandemi Covid-19.

Kata Kunci:

Ketahanan Sosial Ekonomi, Covid-19, Bisnis Online

Pendahuluan

Munculnya Virus Covid-19 (Corona Virus Disease 2019) di kota Wuhan, China pada akhir tahun 2019 menyebar ke seluruh dunia, tak terkecuali Indonesia. Penyebaran Covid-19 terjadi secara cepat, oleh karena itu banyak negara yang memberlakukan lockdown untuk membatasi penyebaran virus. Begitu pula dengan pemerintah Indonesia yang memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk menekan angka penyebaran virus dengan mengurangi aktivitas masyarakat. Pandemi Covid-19 berdampak pada berbagai sektor, salah satunya yaitu sektor ekonomi. Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), adanya pandemi ini menyebabkan turunnya kinerja dari sisi permintaan yaitu konsumsi dan daya beli masyarakat, yang akhirnya berdampak pada sisi suplai yakni pemutusan hubungan

kerja dan ancaman macetnya pembayaran kredit (Bahtiar & Saragih, 2020). UMKM dinilai sangat terdampak oleh pandemi Covid-19 hingga mengancam kelangsungan bisnis banyak pelaku. Meskipun seluruh lapisan masyarakat memang terdampak Covid-19, tetapi penyelamatan UMKM dari dampak Covid-19 dinilai sangat penting bagi perekonomian (Pratama, 2021).

Menurut Kementerian Koperasi dan UKM terdapat sekitar 37.000 UMKM yang memberikan laporan bahwa mereka terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini ditandai dengan: sekitar 56 persen melaporkan terjadi penurunan penjualan, 22 persen melaporkan permasalahan pada aspek pembiayaan, 15 persen melaporkan pada masalah distribusi barang, dan 4 persen melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Masalah-masalah diatas juga semakin meluas jika dikaitkan dengan adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diterapkan di beberapa wilayah di Indonesia (Santoso, 2020; Anugrah, 2020; Sumarni, 2020). Ditakutkan dengan adanya PSBB, aktivitas ekonomi terutama produksi, distribusi, dan penjualan akan mengalami gangguan yang pada akhirnya berkontribusi semakin dalam pada kinerja UMKM (Saturwa et al., 2021).

Pengabdian kepada masyarakat ini berupaya untuk pengembangan ketahanan sosial ekonomi pengrajin batik Laweyan di masa pandemi Covid-19 berbasis tindakan sosial rasional Weber. Pengabdian yang dilakukan berupaya untuk mengembangkan keterampilan digital marketing dikalangan pedagang batik yang berasal dari Laweyan, ketrampilan (skill) kewirausahaan pedagang batik, ketrampilan pedagang batik dalam melakukan promosi, transaksi online. Selain itu pedagang batik juga dapat memberikan jaminan kualitas produk melalui aplikasi digital marketing dan adanya layanan COD (Cash on Delivery) atau pembayaran di tempat, serta kurir pengantar barang dagangan adalah anggota dari tim pedagang (Rosita, 2020; Hardilawati, 2020; Rizal, 2019).

Setelah melalui masa-masa kritis dan puncak kasus Covid-19 yang melumpuhkan perekonomian. Kini angka kasus Covid-19 sudah mulai mengalami penurunan, dan dengan adanya kebijakan pemerintah yang baru yaitu menerapkan masa PPKM (Perberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) dan program vaksinasi massal. Upaya tersebut dapat dinilai dapat mempercepat pemulihan ekonomi Indonesia. Sehingga masyarakat dapat mulai kembali bangkit dan hidup beradaptasi dengan Covid-19, dengan tetap menerapkan protokol Kesehatan (Komalasari, 2020; Ningtyas, 2015; Shaferi, 2017). Pusat bisnis dan perdagangan sudah mulai kembali mendapat izin beroperasi dengan tetap menerapkan protokol kesehatan (Budastra, 2020).

UMKM salah satunya yaitu industri rumah tangga batik, kini dapat bangkit dan kembali beradaptasi dengan kondisi pandemi Covid-19. Perilaku adaptif diperlukan untuk mengatasi kerentanan yang dihadapi guna mencapai ketahanan masyarakatnya. Untuk dapat memiliki ketahanan sosial ekonomi masyarakat,

diperlukan tindakan rasional dalam produksi dan pemasaran produknya.

Penjual batik Laweyan menjadi salah satu yang terdampak pandemi Covid-19 karena batik bukan merupakan kebutuhan primer. Sehingga banyak masyarakat yang lebih memprioritaskan untuk mengkonsumsi produk-produk untuk kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan yang lebih mendesak. Selain itu dengan adanya pandemi Covid-19 mobilitas masyarakat juga menjadi terbatas untuk dapat membeli produk secara langsung. Oleh karena itu perlu adanya pengembangan digital marketing pada kalangan penjual batik.

Alasan pemilihan lokasi dikarenakan Laweyan merupakan tempat produksi dan penjualan batik, serta masyarakatnya mayoritas berprofesi sebagai pengrajin batik. Sentral batik ini perlu pengembangan ketahanan social ekonomi dengan pelatihan bisnis online. Pengabdian ini berupa pelatihan, pengembangan, dan pendampingan kepada pengrajin batik terkait bisnis online ditengah pandemic. Dengan pengembangan digital marketing, adanya promosi dan transaksi secara online, adanya jaminan kualitas produk, pelayanan dengan sistem pembayaran di tempat (COD) yang memudahkan konsumen. Upaya tersebut diharapkan dapat menjangkau dan menarik konsumen yang lebih luas sehingga penjual batik juga dapat memiliki ketahanan sosial ekonomi di masa pandemi Covid-19.

Metode

Metode pelaksanaan dalam pengabdian ini adalah berupa pelatihan, pengembangan, dan pendampingan terhadap pengrajin batik. Peserta pelatihan adalah pengrajin batik Laweyan Surakarta. Pelaksanaan pengabdian adalah pada bulan Mei 2022. Pelatihan ini dilaksanakan dalam beberapa sesi. Materi pelatihan ini adalah materi terkait pengembangan bisnis online. Pelatihan ini berguna untuk mengimplementasikan tahap-tahap pengembangan ketahanan sosial ekonomi UMKM tempat pengabdian berjalan. Pada ketahanan ekonomi, aspek ekonomi sangat berkaitan erat dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi yang meliputi produksi, distribusi serta konsumsi barang dan jasa sehingga tercapai upaya dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat secara individu maupun kelompok. Pembangunan ekonomi difokuskan pada mantapnya ketahanan ekonomi melalui terciptanya iklim usaha yang kondusif dan dinamis serta pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi, barang dan jasa yang tersedia dan meningkatkan daya saing dalam lingkup persaingan ekonomi global (Marlinah, 2017).

Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terlaksana dalam bentuk pelatihan dan pendampingan setelah petihan bisnis online. Pelatihan bisnis online penting dilakukan untuk pengembangan ketahanan social ekonomi ditengah pandemic Covid-19.

Pelatihan dibimbing oleh fasilitator sebagai pemantik materi yang kemudian mengajak seluruh peserta untuk melakukan aktivitas Bersama dalam proses pelatihan tersebut.

Kegiatan pengabdian masyarakat bertujuan untuk meningkatkan ketahanan social ekonomi pengrajin batik di Laweyan solo. Peningkatan ini didorong dalam bentuk pelatihan dan penanaman materi kepada para pedagang. Materi yang dilatih dan disampaikan untuk pedagang yaitu materi terkait pentingnya riset dan pengembangan bisnis secara online. Pengembangan bisnis online ini diimplementasikan dengan pemahaman materi penggunaan media social sebagai media bisnis dan hal hal yang berhubungan dengan bisnis online.

Proses pelatihan dijabarkan dalam tahap-tahap penanaman materi sebagai berikut:



Gambar 1. Pelatihan Bisnis Online

Hal yang pertama dan penting adalah dengan memiliki mindset yang besar untuk terus bertumbuh dalam bisnisnya. Mindset ini adalah hal pertama yang harus dimiliki seseorang jika ingin mempraktekkan cara jualan atau memulai usaha online. Pola pikir seorang pengusaha adalah bagaimana cara mendapatkan untung dari perputaran modal yang dipunya. Hal ini dipengaruhi oleh mental pekerja keras dan tidak manja. Orang sukses tentunya pernah merasakan proses yang panjang untuk bisa mencapai titik tersebut. Setelah pola pikir pengusaha sudah dimiliki, maka hal tersebut adalah pondasi utama ketika kamu memutuskan untuk memulai usaha online.

Cara usaha online bagi pemula selanjutnya adalah mempelajari ilmu bisnis online. Dengan keterbukaan data lewat internet seperti sekarang ini, akan sangat memudahkan kita untuk mendapatkan ilmu bisnis online yang berasal dari sumber yang kompeten. Bisnis Online adalah bisnis yang dapat dijalankan secara online tanpa perlu bertemu langsung dengan berbagai pihak yang terlibat. Kamu bisa mulai belajar tentang bagaimana membuat iklan digital di sosial media serta membuat akun di toko daring untuk memasarkan produk atau jasa. Para pakar marketing di luar sana telah banyak memberikan kursus bagaimana cara memulai usaha online bagi pemula yang baru pertama kali terjun ke dunia bisnis. Dengan bekal pengetahuan bisnis di awal, maka kita akan punya arah bagaimana mengkonsepbisnis di peta persaingan

pasar online dunia saat ini.

Sebelum membuka usaha online dengan potensi pasar yang menguntungkan, perlu dilakukan riset pasar terlebih dahulu. Jangan buru-buru membuka usaha online dan merasa percaya diri dengan apa yang dipunya saat ini. Adalah sebuah kesalahan jika tidak melakukan riset pasar terlebih dahulu. Ada banyak peluang di luar sana dan bisa jadi akan membuat sangat bingung menargetkan konsumen dengan pangsa pasar yang signifikan. Buat riset tentang siapa saja yang akan menggunakan produk anda dan bagaimana anda akan berinteraksi dengan mereka. Jika menyasar target yang lebih umum, pastinya bisa mencoba cara bisnis online di media sosial Facebook. Tapi jika ingin menargetkan konsumen yang lebih spesifik, maka Instagram bisa jadi pilihan. Dengan bijak meriset pasar dengan target konsumen yang lebih spesifik, maka hal ini dapat memudahkan kamu untuk mulai bisnis online. Nantinya jika segmen yang dibidik sudah bisa ditangani dengan baik, dapat dikembangkan lagi ke segmen pasar yang lebih luas.

Ada jutaan orang di luar sana yang punya niat mengembangkan usaha dan bermimpi untuk sukses. Setiap pebisnis akan bertemu dengan banyak pesaing yang memiliki ide bisnis hampir sama. Dalam mental pebisnis, pesaing bukanlah musuh yang harus diperangi dan ditakuti. Dalam kondisi tertentu, orang-orang yang dianggap sebagai kompetitor justru malah akan jadi rekan bisnis sepejuangan. Untuk membuat bisnis menjadi sehat dan terus berkembang, memang dibutuhkan kompetitor agar konsumen mendapatkan banyak pilihan dan bisnis tetap berjalan. Hal yang perlu diperhatikan dalam menghadapi pesaing adalah membuat skema bisnis yang berbeda, seperti pelayanan, harga, lokasi, dan keunggulan produk yang bisa membuat konsumen berpikir tentang mana yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Fokuslah kepada pelayanan terhadap konsumen, bukan mengalahkan pesaing. Melihat pesaing bisnis online, bisa dilakukan dengan melakukan browsing mengenai produk yang serupa dengan yang anda jual. Maka, akan muncul banyak toko yang menjual produk yang serupa dengan produk anda.

Setelah melakukan pengamatan terhadap kondisi pasar saat ini, tentu sudah didapatkan target pasar spesifik. Dari awal sejak memutuskan untuk membuka bisnis online, target pasar harus sudah bisa dipetakan terlebih dahulu agar bisa membangun brand dari toko atau produk yang akan dijual. Misalkan akan menjual tunik batik, tentu nama produk yang akan dikenalkan kepada konsumen muda dan ibu rumah tangga tentu berbeda. Jadi pastikan cara usaha online pemula dengan menentukan target pasar sudah dilakukan sebelum beranjak ke langkah selanjutnya. Salah satu poin penting dalam menjalankan usaha adalah cara mengelola keuangan dan administrasi pemesanan. Jadi cara usaha online untuk pemula berikutnya adalah memiliki dan membangun sistem otomatisasi bisnis yang memudahkan. Usahakan untuk menyiapkan satu nomor ponsel khusus untuk menjalankan bisnisimu atau menanggapi pesanan konsumen yang berbeda dari nomor ponsel pribadimu. Meski terkesan sederhana, tapi hal ini akan memudahkan dalam mengidentifikasi konsumen dan bagaimana

berinteraksi dengan mereka. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah membuat akun bank yang khusus untuk transaksi jual beli. Buat juga beberapa dompet digital yang sudah terintegrasi agar konsumen memiliki banyak pilihan pembayaran sesuai dengan apa yang sedang trend saat ini. Tak ada salahnya membuat akun Whatsapp Business atau Instagram khusus untuk membuat sistem bisnis semakin tertata.

Semua orang ingin menjual barang dengan keuntungan yang maksimal. Tapi pertanyaan besarnya adalah, apakah harga yang kamu tawarkan tidak kemahalan atau malah kemurahan untuk pasar yang kamu targetkan? Untuk mengatasi hal ini tetertaperlu melakukan perbandingan harga saat ini dari produk sejenis. Bandingkan terlebih dahulu dengan harga yang ditawarkan kompetitor. Produk bagus tapi overprice bisa jadi membunuh bisnismu bahkan sebelum kamu mengambil keuntungan darinya. Apalagi untuk pebisnis pemula, hal ini perlu dihindari. Dengan melakukan perbandingan harga, akandiketahui berapa persen keuntungan yang akan didapat dan sekiranya ada potongan harga, nominalnya masih cukup masuk akal.

Diskusi

Untuk membuat bisnis online tentu tidak mudah. Perlu usaha lebih untuk bisa sukses dan bertahan. Karena dengan memutuskan untuk memulai usaha online sebagai pemula berarti harus bersinggungan dengan akun media sosial untuk melakukan promosi, atau bahkan melakukan transaksi. Saat ini setiap akun media sosial sudah diberikan keleluasaan untuk memasang iklan. Bahkan Facebook dan Instagram memiliki fiturmarket sendiri yang bisa digunakan secara gratis oleh siapapun. Buatlah akun media sosial untuk brand produk yang akan dijual dan dipajang. Jangan lupa untuk memperbarui foto produk atau sekedar memposting konten untuk membuatkonsumen tetap melihattoko onlinemilikmu. Jangan lupa untuk mencari tips mengenai cara memulai bisnis online di instagram serta facebook yang tepat agar referensimu semakin banyak.

Pada masa-masa awal membangun sebuah usaha online, jangan lupakan keluarga dan kerabat dekat. Mereka bisa jadi pelanggan pertama, atau bahkan marketing pribadi yang loyal terhadap bisnis yang baru saja dirintis. Jalin hubungan baik dengan keluarga atau kenalan dan ceritakan apa yang sedang diusahakan saat ini. Presentasikan usaha online yang baru sedang dibangun dan minta tanggapan dari mereka sebagai masukan. Mereka adalah perwakilan pelanggan di luar sana yang melihat produk dan memutuskan apakah akan membelanjakan uangnya untuk produk yang kamu tawarkan atau mencari produk lain yang lebih baik. Tolak ukur ini jadi sangat penting bagaimana andapunya tim marketing internal, tim qualitycontrol, dan tentunya konsumen loyal dalam waktu yang bersamaan.

Selain membuat akun media sosial sebagai sarana promosi, selanjutnya membuat akun di marketplace atau toko online adalah langkah yang cukup tepat. Dengan membuat akun toko online, konsumen akan merasa aman berbelanja karena

meminimalisir penipuan dan sengketa jual beli di kemudian hari. Jaminan ini adalah garansi yang sangat penting bagi konsumen saat berbelanja online tanpa melihat dan menyentuh produk yang mereka beli, bahkan tidak tahu siapa penjualnya. Dengan adanya akun toko online, tentu akan membuat kamu terbantu dengan sistem yang sudah disediakan seperti fitur chat, pemesanan, pengiriman, dan potongan harga. Marketplace yang sekarang ini banyak dibidik oleh pengusaha online antara lain, Shoope, Tokopedia dan Lazada.

Kesimpulan

Berdasarkan proses pelatihan dan penjabaran pengabdian diatas, maka proses mengembangkan bisnis online pengrajin batik Laweyan dalam ketahanan sosial ekonomi ini menjadi penting dan perlu dilakukan secara berkelanjutan oleh pengrajin batik didukung oleh pendampingan. Diharapkan pengrajin Batik Laweyan memiliki ketahanan sosial ekonomi di masa pandemi Covid-19. Pendekatan modal social penting dalam peningkatan ketahanan social ekonomi pengrajin batik.

Daftar Referensi

- Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing Oleh UMKM Dalam Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Corona Viruses Disease 2019 (Covid-19). *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 55–65. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.302>
- Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM. *Jurnal Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 7(6), 19–24.
- Budastra, I. K. (2020). Dampak Sosial Ekonomi Covid-19 dan Program Potensial Untuk Penanganannya: Studi Kasus di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Agrimansion*, 21(1), 48–57
- Hardilawati, W. I. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Komalasari, R. (2020). Manfaat Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Masa Pandemi Covid 19. *TEMATIK*, 7(1), 38–50. <https://doi.org/10.38204/tematik.v7i1.369>
- Marlinah, Lili. (2017). Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Cakrawala*, 17(2): 258-265.
- Ningtyas, P. K., & Sunarko, B. (2015). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm*. 21(1), 13.

Pratama, Wibi Pangestu. (2021) Kenapa UMKM Harus Diselamatkan dari Dampak Pandemi Covid-19? Ini Penjelasan OJK.

Rizal, M., Maulina, E., & Kostini, N. (2019). Fintech Sebagai Salah Satu Solusi Pembiayaan Bagi Umkm. *AdBispreneur*, 3(2), 89. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i2.17836>

Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>

Santoso, R. (2020). Review of Digital Marketing & Business Sustainability of ECommerce During Pandemic Covid19 In Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 5, 13.

Shaferi, I., Nawarini, A. T., & Dewi, M. K. (2017). Pemanfaatan Tekhnologi Dalam Upaya Meningkatkan Produktivitas Usaha Kecil. *Performance*, 23(1), 11. <https://doi.org/10.20884/1.performance.2016.23.1.288>

Sumarni, T., & Melinda, L. D. (2020). Media Sosial dan E-commerce sebagai Solusi Tantangan Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: UMKM Warung Salapan). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 9. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.489>