

Pelestarian Budaya Melalui Pemberdayaan Perempuan dalam Manajemen Usaha dan Digitalisasi Pemasaran Kain Tenun Asli Toraja

Rahma Gusmawati Tammu¹, Mey Enggane Limbongan², Stefani Marina Palimbong³, Clara Sappode⁴, Julia Patiung⁵

^{1, 2, 3, 4, 5} Universitas Kristen Indonesia Toraja, Indonesia

*rahma@ukitoraja.ac.id

Received 13-11-2023

Revised 20-11-2023

Accepted 28-11-2023

ABSTRAK

Pengabdian skema kemitraan bertujuan memberikan pendampingan manajemen usaha dan digitalisasi pemasaran Tenun di Dusun Palamban Kelurahan Sa'dan Matallo. Permasalahan mitra belum melakukan pengelolaan usaha dan pemasaran berbasis digital produk tenun asli Toraja. Solusi yang ditawarkan adalah pelatihan dan pendampingan penerapan strategi pemasaran berbasis digital dalam usaha serta pendampingan dan pelatihan terkait manajemen usaha (perhitungan HPP, penyusunan laporan keuangan dan pengelolaan SDM). Tim menggunakan metode dengan strategi kronologis, urutan pelaksanaan kegiatan dimulai dari diskusi permasalahan mitra, pelatihan dan praktik pendampingan. Hasil kegiatan pengabdian (1) mitra mampu mengidentifikasi komponen biaya dalam pembuatan tenun, (2) peningkatan pemahaman dan kemampuan mitra terkait harga pokok produksi (3) kemampuan mitra menentukan harga jual, (4) mitra memahami pentingnya pemasaran digital, (5) mitra dalam proses menerapkan pencatatan keuangan berbasis digital (6) mitra dalam proses menerapkan pemasaran menggunakan Marketplace. Rencana tindak lanjut kegiatan ini yakni evaluasi hasil penjualan setelah mitra menerapkan pemasaran digital dan pemeriksaan aplikasi pencatatan keuangan mitra.

Kata kunci: Pemberdayaan Perempuan; Manajemen Usaha; Digitalisasi Pemasaran; Pencatatan dan Pelaporan Keuangan Berbasis Digital

ABSTRACT

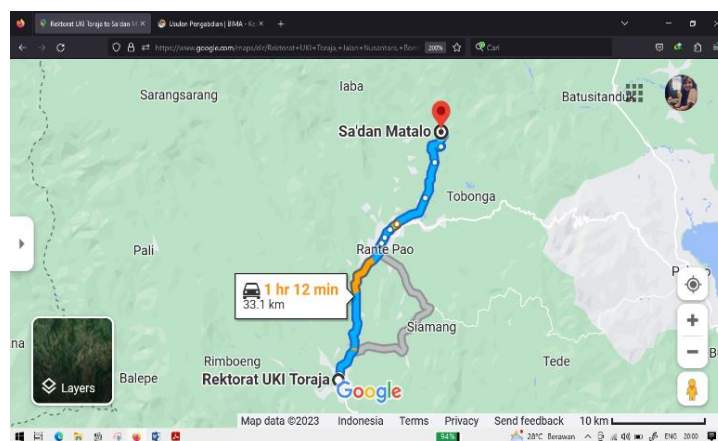
The partnership scheme aims to provide assistance in business management and digitalization of weaving marketing in Palamban Hamlet, Sa'dan Matallo District. The problem is that partners have not carried out digital-based business management and marketing of authentic Toraja woven products. The solution offered is training and assistance in implementing digital-based marketing strategies in business as well as assistance and training related to business management (COGS calculations, preparation of financial reports and HR management). The team uses a method with a chronological strategy, the sequence of implementing activities starts from discussing partner problems, training and mentoring practices. The results of service activities are (1) partners are able to identify cost components in making weaving, (2) increase partners' understanding and ability regarding the cost of production (3) partners' ability to determine selling prices, (4) partners understand the importance of digital marketing, (5) partners in process of implementing digital-based financial records (6) partners in the process of implementing marketing using Marketplace. The follow-up plan for this activity is evaluating sales results after partners implement digital marketing and examining partners' financial recording applications.

Keywords: Women empowerment; Business Management; Marketing Digitalization; Digital-Free Financial Recording and Reporting

PENDAHULUAN

Kain tenun Toraja adalah salah satu wujud warisan budaya lokal masyarakat Toraja. Motif dan teknik-teknik produksi tenun diwariskan turun temurun kepada setiap generasi dalam keluarga dengan harapan sebagai pelestarian budaya sekaligus bekal keterampilan yang bisa menjadi sumber penghasilan. Di Kelurahan Sa'dan Matallo Kabupaten Toraja Utara, hampir seluruh masyarakat merupakan pengrajin kain tenun. Sehingga menjadi hal lumrah jika berkunjung ke daerah tersebut setiap rumah memiliki alat produksi tenun digunakan oleh para anak-anak mudad dan Ibu rumah tangga dan untuk menenun diwaktu luang. Produk kain tenun asli toraja merupakan produk unggulan pendukung pariwisata. Kain tenun menjadi salah satu opsi kerajinan lokal yang dibeli oleh para wisatawan menjadi buah tangan saat datang berwisata ke Toraja. Persaingan bisnis kain tenun sudah mulai terjadi tidak hanya antar sesama pengrajin lokal tetapi juga nasional. Salah satunya disebabkan produk tenun asli toraja dikenal dengan harga yang relatif mahal pada kisaran Rp 400.0000 s.d Rp 3.000.000. Hal ini menjadikan tenun toraja menjadi barang mewah yang tidak semua orang atau wisatawan mampu membeli. Penentuan harga tenun masih menggunakan penentuan harga perkiraan. Mitra belum melakukan identifikasi biaya-biaya dalam pembuatan tenun sehingga Mitra belum menentukan Harga Pokok Produksi (HPP) Kain Tenun serta menghitung Harga jual berdasarkan standar baku.

Melihat situasi tersebut, pelaku bisnis diluar Toraja mulai membuat tiruan tenun Toraja dengan harga yang terjangkau pada kisaran Rp 120-350.000 yang dikenal dengan istilah Kain Tenun Jepara Motif Toraja. Penyebab lainnya pengrajin tenun tidak melakukan teknologi pemasaran secara digital. Sangat jarang ditemui kain Tenun Asli Toraja dijual di Marketplace. Faktor inilah yang menyebabkan peralihan konsumen dari tenun asli ke tenun tiruan yang tersedia di marketplace dengan harga terjangkau, menyebabkan menurunnya omzet pengrajin tenun lokal. Kondisi ini juga terjadi di Mitra Pengrajin Tenun Di Kelurahan Sa'dan Matallo Kabupaten Toraja Utara. Kelompok pengrajin tenun ini terdiri dari kelompok remaja yang tinggal di Sa'dan Matallo yang terdiri dari 15 orang dengan mayoritas adalah pengrajin tenun usia produktif (16-25 tahun). Berikut peta lokasi mitra pengabdian dengan jarak kurang lebih 33 KM dari Kantor Pusat Universitas Kriten Indonesia Toraja di Makale.



Gambar 1. Peta Lokasi Mitra (Dokumentasi Pengabdian, 2023)

Perbaikan tata kelola usaha adalah salah bagian manajemen usaha agar bisnis bisa berjalan sebagaimana mestinya (Ichsan & Widyastuti, 2017). Manajemen usaha terdiri atas pengelolaan pada pengelolaan SDM dan tata kelola keuangan (Susila & Pakarya, 2019). Pada kasus ini mitra pengrajin kain tenun asli Toraja belum mengelola SDM dalam kelompok secara maksimal, pembagian tugas dan tanggung jawab setiap anggota belum di uraikan dengan jelas. Kapasitas mesin yang terbatas juga menjadi hambatan SDM dalam mencapai target produksi dari pesanan kain tenun.

SDM berperan penting dalam perkembangan UMKM (Widjaja, dkk : 2018). Dimana saat ini UMKM dituntut memiliki asset yakni kompetensi SDM yang handal dalam mendukung wirausah yang mampu beradaptasi di era industri 5,0. UMKM 5.0 menekankan pada pengelolaan SDM untuk peningkatan produktifitas dan penggunaan serta pemanfaatan system teknologi digital. Disamping itu perbaikan tata kelola keuangan juga sangat penting dalam menunjang pengelolaan dan keberlanjutan bisnis (Hamzi dan Mubarok, 2019). Mitra pengabdian belum melakukan tata kelola finansial dengan baik, identifikasi biaya dan penentuan HPP Kain tenun dan Harga jual tidak dilakukan sehingga mitra kesulitan dalam mengidentifikasi keuntungan riil dari setiap produk. Mitra masih belum melakukan pemisahan keuangan usaha dan pribadi, mitra belum memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam pencatatan dan pelaporan keuangan sesuai standar akuntansi dan mitra belum memahami penggunaan aplikasi berbasis digital dan pencatatan dan pelaporan keuangannya.

Selama ini mayoritas UMKM mematok penjualan produk berdasarkan harga umum di pasaran yang kurang terperinci dengan mengabaikan pentingnya menghitung seluruh komponen biaya dalam keseluruhan proses produksi produk atau jasa mengikuti aturan sesuai pedoman dalam akuntansi (Prabowo, 2019). Hal ini didasari oleh faktor pemahaman pelaku UMKM yang masih kurang dalam menggolongkan biaya. Akibatnya beberapa biaya tidak ikut diperhitungkan, diantaranya biaya personel atau tenaga kerja yaitu biaya dari pemilik sendiri dan biaya penyusutan (Nurlela & Rangkuti, 2017).

Harga pokok produksi yakni keseluruhan komponen biaya yang terpakai oleh produsen untuk menciptakan produk atau jasa mencakup bahan baku, personel dan overhead (Setiadi, Saerang, & Runtu, 2014). Perhitungan HPP menjadi hal penting untuk dilakukan oleh pelaku usaha mengingat informasi mengenai harga pokok suatu produk sangat bermanfaat bagi wirausaha untuk mengidentifikasi harga jual riil atas produk tersebut (Widyastuti & Mita, 2018). Ketepatan dalam mengidentifikasi harga pokok suatu produk/jasa akan berdampak dalam ketepatan menentukan harga jual suatu produk.

Aspek lainnya yang ikut berperan dalam pengembangan UMKM adalah aspek pemasaran produk. Pemasaran adalah proses penyusunan rangkaian komunikasi dengan tujuan pemberian informasi atas produk atau jasa yang berhubungan dengan pemenuhan permintaan konsumen (Rachmawati, 2018). Pemasaran berbasis digital atau Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk dengan menggunakan bantuan media digital atau internet (Riwoe, dkk:2022). Digital marketing menjadi salah satu media yang diminati oleh pelaku

usaha karena pelanggan mulai mengikuti kemajuan digitalisasi dimana setiap bisnis mulai meninggalkan model pemasaran tradisional dan beralih kemoderen (Arina dkk., 2022). Ketatnya persaingan bisnis di Era Teknologi 5.0 menuntut UMKM harus mampu beradaptasi pemasaran dengan langkah “melek” teknologi, pengusahaan pemasaran berbasis digital. Pada kasus ini mitra belum memahami pentingnya penerapan strategi pemasaran khususnya pemasaran berbasis digital dalam usaha. Mitra hanya memasarkan produk secara konvensional langsung dari mulut ke mulut, menitipkan ke toko-toko besar atau menjual langsung di pasar akibatnya jumlah penjualan terhambat karena kurangnya edukasi mengenai bagaimana strategi pemasaran yang tepat menggunakan berbagai platform media sosial dan marketplace.

Program Pengabdian dengan skema kemitraan berbasis masyarakat ini bertujuan memberikan pelatihan serta pendampingan terkait manajemen usaha dan digitalisasi pemasaran Tenun di Kelurahan Sa’dan Matallo. Hal ini didasarkan pada permasalahan yang ditemukan, antara lain: 1) Aspek Pemasaran, pada kasus ini mitra belum memahami pentingnya penerapan strategi pemasaran berbasis digital. 2) Aspek Manajemen Usaha, pada kasus ini mitra belum melakukan tata kelola keuangan dimana perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan belum dilakukan mitra menetapkan harga hanya berdasarkan perkiraan, disamping itu pencatatan keuangan belum dilakukan serta manajemen usaha dalam hal pemisahan alat dan bahan produksi mitra dengan pribadi belum dilaksanakan serta produktifitas SDM belum maksimal akibat keterbatasan mesin sebagai alat bantu produksi dan juga karena pengelolaan SDM belum maksimal. Solusi yang ditawarkan ialah pendampingan penerapan strategi pemasaran berbasis digital dalam usaha, pendampingan dan pelatihan terkait manajemen usaha (perhitungan HPP, pencatatan sampai penyusunan laporan keuangan dan pengelolaan SDM).

METODE PELAKSANAAN

Target kegiatan ini yakni meningkatnya pengetahuan mitra dan penerapan digitalisasi pemasaran tenun asli Toraja menggunakan platform digital seperti Marketplace/FB/IG/Tiktok dan IG serta tersedianya laporan pencatatan keuangan mitra berbasis digital menggunakan aplikasi. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Kelurahan Sa’dan Matallo Kabupaten Toraja Utara dengan total waktu kegiatan pelatihan selama 2 hari. Tim pengabdian menggunakan metode dengan strategi kronologis yang urutan pelaksanaannya sebagai berikut:

1. FGD Tim dan Mitra dimana tim melaksanakan tanya jawab permasalahan mitra
2. Pelatihan untuk menjawab permasalahan mitra diberikan oleh para pengabdian yang berkompeten dalam bidang yang berkaitan dengan persoalan mitra yakni: Pelatihan Manajemen Usaha dan Digitalisasi Pemasaran Kain Tenun dilaksanakan tanggal 6-7 Oktober 2023.
3. Praktik pendampingan Manajemen Usaha: Identifikasi Biaya Tenun, Perhitungan Harga Pokok Produksi, Pencatatan Keuangan Berbasis Digital dan Digitalisasi Pemasaran menggunakan Marketplace.

HASIL KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian yakni pelatihan Pengelolaan SDM dalam UMKM, Identifikasi Biaya dan Penyusunan Harga Pokok Produksi Pembuatan Tenun Asli Toraja serta Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Kain Tenun dengan menggunakan Marketplace. Pelatihan dilakukan di rumah salah satu anggota kelompok pengrajin di Kelurahan Sa'dan Matallo pada tanggal 6-7 Oktober 2023. Berdasarkan FGD dengan mitra, maka permasalahan mitra pengabdian yakni (1) mitra tidak melakukan identifikasi komponen biaya dalam pembuatan tenun, (2) mitra belum memiliki pengetahuan penentuan harga pokok produksi tenun, (3) mitra mematok harga atas produk berdasarkan harga jual umum di pasaran, (4) mitra belum membuat pencatatan keuangan sehingga mitra belum mampu membuat laporan Laba/Rugi dengan benar (5) Mitra belum memahami pemasaran digital, (6) Mitra belum menerapkan pemasaran menggunakan Marketplace.

Solusi pemecahan permasalahan mitra yang dilaksanakan oleh tim dengan memberikan materi pelatihan, dan pendampingan terkait identifikasi biaya pembuatan tenun, HPP dan penentuan harga jual, yang diakhiri dengan pencatatan keuangan dan pemasaran berbasis digital. Berikut rangkaian kegiatan pengabdian yang dilakukan antara lain:

Pelaksanaan Kegiatan

Rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat terbagi atas kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada mitra, dengan rincian kegiatan sebagai berikut ini.

1. Pelatihan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan 2 hari tanggal 6-7 Oktober 2023. Hari pertama pelaksanaan kegiatan dengan pemberian materi pelatihan terkait pentingnya Pengelolaan SDM dalam UMKM oleh Rahma Gusmawati Tammu, SE., M.Si., MM. Selanjutnya Materi Identifikasi Biaya dan Penyusunan Harga Pokok Produksi Pembuatan Tenun Asli Toraja oleh Stefani Marina Palimbong, SE., Ak., M.Si serta Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Kain Tenun dengan menggunakan Marketplace oleh Mey Enggane Limbongan, SE., MM.

Metode pelatihan dengan menggunakan metode presentasi, diskusi, tanya jawab serta peserta diberikan beberapa contoh kasus perhitungan harga pokok, contoh pencatatan keuangan berbasis digital dan contoh UMKM lokal toraja yang sukses menggunakan Marketplace untuk menjual produk lokal dari Toraja dengan bimbingan para anggota tim pengabdian. Dalam proses pelatihan mahasiswa juga dilibatkan untuk mendampingi peserta dalam setiap materi yang dibawakan.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan (Dokumentasi Pengabdian, 2023)

2. Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan sebagai monitoring atau tindak lanjut kegiatan pelatihan pelatihan Pengelolaan SDM dalam UMKM, Identifikasi Biaya dan Penyusunan Harga Pokok Produksi Pembuatan Tenun Asli Toraja serta Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Kain Tenun dengan menggunakan Marketplace. Tim pengabdian kepada masyarakat memberikan kegiatan pendampingan dengan beberapa teknik, antara lain (1) Komunikasi telepon dan Whatsapp digunakan sebagai media komunikasi tim terhadap mitra yang memungkinkan mitra khususnya kepada peserta pelatihan berkoordinasi dan diskusi apabila terjadi kesulitan mitra dalam pengklasifikasian biaya produksi tenun, penghitungan harga pokok produksi tenun, pencatatan keuangan berbasis digital di tempat usaha masing-masing serta kesulitan dalam penggunaan akun marketplace (Tokopedia). Komunikasi telepon dan WA menjadi sarana komunikasi yang cukup efektif bagi tim dan mitra dalam melakukan koordinasi lanjutan, (2) tim pengabdian melakukan monitoring yakni untuk memonitoring perkembangan mitra terkait Penyusunan HPP, Pencatatan Keuangan berbasis digital dan Pembuatan akun Marketplace sebagai sarana digitalisasi pemasaran kain tenun asli toraja. Berikut disajikan dokumentasi kegiatan monitoring dan pendampingan.



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan (Dokumentasi Pengabdian, 2023)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian dengan tema Pelestarian Budaya Melalui Pemberdayaan Perempuan Dalam Manajemen Usaha Dan Digitalisasi Pemasaran Kain Tenun Asli Toraja telah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan pelatihan dan pendampingan terkait Pengelolaan SDM dalam UMKM, Identifikasi Biaya dan Penyusunan Harga Pokok Produksi Pembuatan Tenun Asli Toraja serta Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Kain Tenun dengan menggunakan Marketplace. Hasil evaluasi yang menunjukkan menunjukkan (1) mitra mampu mengidentifikasi komponen biaya dalam pembuatan tenun, (2) peningkatan pemahaman mitra terkait pentingnya perhitungan harga pokok produksi untuk usaha mereka, (3) kemampuan mitra dalam menetapkan harga pokok produksi tenun serta harga jual, (4) mitra memahami pentingnya pemasaran digital, (5) mitra dalam proses menerapkan pencatatan keuangan berbasis digital (6) mitra dalam proses menerapkan pemasaran menggunakan Marketplace.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kemdikbudristekdikti atas kepercayaan kepada Tim melalui dukungan dana pada kegiatan ini dimana kegiatan ini merupakan Hibah Kemdikbudristekdikti Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat tahun Anggaran 2023. Segenap pimpinan dan civitas akademika Universitas Kristen Indonesia Toraja, Mitra Kelompok Pengrajin Tenun Kelurahan Sa'dan Matallo dan semua pihak yang ikut berkontribusi selama proses kegiatan pengabdian di Kelurahan Sa'dan Matallo sampai hasil kegiatan berupa artikel pengabdian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arina, R., Sucipto, S., & Ishaq, M. 2022. Pendampingan Pemasaran Produk Berbasis Digital Pada Umkm Busana Muslim Di Kabupaten Gresik. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Volume 3(2), 511-518.
- Hamzi, F, & Mubarok, A.F. 2019. Perencanaan Keuangan Keluarga untuk Anggota BKM Unggul Jaya Pecangan Kulon, Jepara. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, Volume 4(3) 239-248
- Ichsan, M & Widyastuti, T. 2017. Penguatan Tata Kelola dan Pemasaran Olahan Salak untuk Wisatawan Mancanega. *Berdikari: Jurnal Inovasi dan Penerapan Ipteks*, Volume 5(2), Halaman 69-79
- Nurlela, & Rangkuti, C. 2017. Analisis Perbandingan Metode Penentuan Harga Pokok Produksi pada CV. Satu Angin Persada. *Jurnal Bisnis Administrasi*, Volume 06(01), 69- 72
- Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Edisi XII revisi 2022
- Rachmawati, R. 2018. Peranan bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, Volume 2 (2), Halaman 143-150

- Febry Lodwyk Rihe Riwoe, Mumuh Mulyana, Siti Sarah, Aprini Ruth Elisabeth Wahi Lede. 2022. Pendampingan Penggunaan Social Media Marketing Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan* Volume 3 No. 1. Halaman 23-32
- Setiadi, P., Saerang, D. P. E., & Runtu, T. 2014. Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Penentuan Harga Jual pada CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 14(2), 70-81
- Susila, I, Wolok, T & Pakarya, A.R. 2019. Implementasi Ipteks untuk Standardisasi, Pemasaran, dan Distribusi Produk Kerajinan Sulaman Kian Karawo Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. Volue 4 (1) Halaman 61-70
- Widyastuti, I., & Mita, D. 2018. Akuntansi Perhitungan Harga Pokok Penjualan dengan Metode Pesanan untuk Menentukan Harga Jual. *Jurnal Moneter*, Volume (1), 74-85.
- Widjaja Yani Restiani, Doni Purnama Alamsyah, Heni Rohaeni, & Bambang Sukajie. 2018. Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 1 No. 3 Agustus 2018, Hal. 465-476
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/view/4012/2535>