

Pengabdian kepada Masyarakat Strategi Memasuki Pasar Global untuk Meningkatkan Pendapatan Keuangan Mse Tenun Ikat di Jepara Kudus

Masno Marjohan ^{1*}, Sri Retnaning Sampurnaningsih ², Pranoto ³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen dan Program Studi Magister Manajemen,
Pascasarjana Universitas Pamulang, Indonesia

dosen00124@unpam.ac.id^{1*}, dosen01366@unpam.ac.id²

Korespondensi email: dosen00124@unpam.ac.id

Article History:

Received: Februari 13, 2025;

Revised: Februari 25, 2025;

Accepted: Maret 19, 2025;

Published: Maret 20, 2025;

Keywords: Transparency,
Accountability, Information,
Reporting, Bawaslu

ABSTRAK. Financial statements are information related to finance in a company where it can be used to analyze the company's condition and assess the company's capacity in a separate period and increase healthy financial flow. In the accounting cycle for one period, it can be ensured monthly, semester or for a period of one year. Community Service Activity with the title Entering Tthe Global market Strategy to Encrease Financial Sttream of Weaving Ikat MSEs in Jepara Kudus. The purpose of Community Service is to provide briefings on how to enter the global market to increase financial flows in micro and small fish weaving businesses in Jepara. The activity method used was presentation and question and answer to the PKM participants. It is hoped that the results of this activity are that the participants can understand how the strategy to enter the global market such as exports which is ultimately expected to increase the income and welfare of micro and small businesses in Jepara in particular. The results of this Community Service are expected to achieve a global market strategy and to increase financial flows for MSMEs.

ABSTRAK

Laporan keuangan merupakan sebuah informasi berkaitan keuangan di perusahaan dimana dapat dipakai untuk menganalisa keadaan perusahaan serta menilai kapasitas perusahaan dalam periode tersendiri dan meningkatkan aliran keuangan yang sehat. Pada siklus akuntansi untuk satu periode dapat dipastikan bulanan, semester atau untuk periode satu tahun. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul Strategi Entering Tthe Global market to Encrease Financial Sttream of Tenun Ikat MSEs in Jepara Kudus. Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah untuk memberikan pengarahan tentang bagaimana strategi dalam memasuki pasar global untuk meningkatkan arus keuangan pada usaha mikro dan kecil Tenun Ikan di Jepara. Metode kegiatan yang digunakan adalah presentasi dan tanya jawab kepada para peserta PKM. Diharapkan hasil kegiatan ini adalah para peserta sudah dapat memahami bagaimana strategi memasuki pasar global seperti ekspor yang pada akhirnya diharapkan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan para usaha mikro dan kecil Tenun ikat di Jepara khususnya. Hasil dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan tercapai strategi pasar secara global dan untuk meningkatkan arus keuangan untuk UMKM.

Kata Kunci: Kewirausahaan, UMK, Strategi Bisnis, Pendapatan

1. PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) telah diakui di seluruh dunia sebagai salah satu komponen vital dalam perekonomian suatu negara. Di era perdagangan bebas, pasar dipenuhi dengan persaingan bisnis yang sangat ketat, di mana UKM diharapkan dapat menjadi penggerak pasar, baik di tingkat domestik maupun internasional. Untuk menjalankan peran penting ini, UKM di Indonesia perlu melakukan berbagai perbaikan,

terutama dalam hal menciptakan daya saing di pasar global.

Globalisasi ekonomi menghadapkan UKM pada tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), yang merupakan bagian dari pemasaran global. Pemasaran global ini menekankan pendekatan geosentris dan berfokus pada pemanfaatan aset, pengalaman, serta produk yang dihasilkan perusahaan di seluruh dunia, sambil berupaya melakukan adaptasi terhadap keunikan masing-masing negara. UKM, khususnya dalam industri tenun ikat, juga merasakan dampak dari persaingan global tersebut, termasuk dalam hal pemasarannya hingga ke pasar ekspor.

Potensi industri tenun di Indonesia, sebagai salah satu usaha kecil dan menengah (UKM), hingga kini belum sepenuhnya tergali. Hal ini disebabkan oleh belum berkembangnya sistem manajemen operasional dan produksi yang efektif (Rusnani dan Andini, 2014). Saat ini, banyak pengusaha tenun tradisional mulai enggan melanjutkan produksi mereka karena merasa kalah bersaing dengan perajin batik. Kurangnya minat dari para pengusaha ini salah satunya dipengaruhi oleh waktu produksi yang panjang dan minimnya apresiasi dari masyarakat terhadap tenun tradisional Indonesia.

Berbagai masalah seperti keterbatasan modal juga menyebabkan produksi menjadi terbatas. Selain itu, terdapat kebutuhan mendesak untuk pembinaan dalam pengelolaan keuangan yang baik, serta pemberdayaan dan pengelolaan sumber daya manusia yang lebih kreatif, dan menghadapi kendala pemasaran yang terbatas (Jasin, 2011).

Meningkatkan aliran keuangan bagi UMKM akan mencerminkan kinerja keuangan, yang baik akan dapat meningkatkan pertumbuhan usaha. Usaha akan tumbuh dan berkembang tentu membutuhkan komponen-komponen yang saling mendukung dan peningkatan kinerja keuangan menjadi salah satu usaha untuk memperbaiki keuangan UMKM. Balanced scorecard merupakan salah satu tawaran untuk manajer dalam mengukur kinerja dengan estimasi keuangan dan non keuangan. Balanced scorecard menjadi pilihan untuk manajer yang baik agar meningkatkan pandangan mengenai visi misi dan strategi perusahaan untuk meraih keuntungan (Samryn, 2012).

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini, kami melakukan kerjasama dengan Pembina Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Tenun ikat di Kudus Jepara Navisa yang dipimpin oleh ibu Vina Inayatuzzulfa, M.Pd.

Selaku ketua para usaha Tenun Ikat Jepara bu Vina sangat mendukung para usaha mikro dan kecil demi meningkatkan kesejahteraan anggotanya melalui berbagai kegiatan baik pengarah maupun pelatihan terkait kegiatan usaha mereka.

Dirasakan masih sangat perlu pengarahan, motivasi dan pelatihan yang terkait pengembangan usahanya seperti pengelolaan sumber daya manusia, manajemen Pemasaran, dan manajemen keuangan, kegiatan ekspor dan lainnya dalam meningkatkan pendapatan usaha mereka.

Tenun Ikat Troso, inilah sejarahnya. Tenun ini telah menjadi salah satu identitas Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Bagi sektor industri di Jepara, Tenun Ikat Troso kini menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat Desa Troso, Kecamatan Pecangaan. Tenun ikat ini memiliki sejarah panjang.

Menurut penuturan pak Abdul Jamal, selaku Sekretaris Desa Troso dan ibu Vina bahwa berdasarkan catatan yang dilansir dari situs warisanbudaya.kemdikbud.go.id, Tenun Ikat Troso ada sejak tahun 1935. Itu berawal dari alat tenun Gedog warisan turun-temurun.

Kemudian sekitar tahun 1943 mulai berkembang alat Tenun Pancal dan kemudian pada tahun 1946 beralih menjadi Alat Tenun Bukan Mesin (ATMB) hingga sekarang.

Pak Jamal mengaku sampai saat ini memang belum ada bukti otentik yang bisa meyakinkan kapan Tenun Ikat Troso diproduksi di Desa Troso. Namun Di Desa Troso sudah terdapat 283 pengusaha tenun kelas menengah ke atas. Sedangkan industri rumahan, tercatat ada 900. Serta terdapat 7 ribu unit ATBM. “Tenun Ikat Troso sudah menjadi napas perekonomian masyarakat desa kami,” kata pak Jamal. Produk Tenun Ikat Troso sudah memenuhi pasar nasional dan bahkan mendunia. Negara- negara yang menjadi pasar paling besar yakni Somalia, Uni Emirat Arab dan beberapa negara di Benua Afrika. “Kalau di tingkat nasional, pasar paling besar tetap di Bali,” ucap pak Jamal.

Tak hanya menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat Desa Troso, Tenun Ikat Troso juga telah ditetapkan sebagai Warisan Budaya Takbenda (WBTb) oleh Kementerian Kebudayaan Riset dan Teknologi pada 21 Oktober 2022.

Hal ini juga merupakan fondasi krusial untuk menjaga dan meningkatkan keberlangsungan UMKM Tenun Ikat Troso. Salah satu elemen yang dapat mendorong kinerja finansial adalah dengan menganalisis sudut pandang yang terdapat dalam ide balanced scorecard lewat keterampilan manajemen, taktik bisnis, dan fokus pada pasar. Elemen-elemen ini akan menjadi fokus dalam studi yang dilakukan terhadap peningkatan kinerja.

Kemampuan untuk mengelola merupakan elemen krusial dalam meningkatkan hasil finansial suatu perusahaan, karena manajemen yang memutuskan arah dan strategi yang akan diterapkan untuk mencapai sasaran organisasi. Untuk mencapai tujuan perusahaan dengan cara yang efektif dan efisien, diperlukan empat aspek manajerial yang baik serta

prinsip-prinsip yang sesuai dalam dunia bisnis. Seorang pemimpin seharusnya dapat melaksanakan fungsi-fungsi utama manajemen dengan baik demi keberlangsungan usaha dan untuk memenuhi target perusahaan.

Faktor lain yang juga sangat penting adalah rencana bisnis. Rencana bisnis mencakup kemampuan entrepreneur untuk mengevaluasi konteks perusahaan, merumuskan strategi, melaksanakan rencana yang dibuat untuk mencapai tujuan perusahaan, serta menilai strategi yang telah diterapkan untuk menyusun strategi baru untuk periode selanjutnya. Aspek ini krusial karena strategi yang dipilih akan memengaruhi seberapa besar pendapatan perusahaan dari penjualan setiap periode, yang selanjutnya akan berdampak pada performa keuangan perusahaan yang dapat dinilai melalui profit yang dihasilkan.

Jepara merupakan sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten ini terletak di sepanjang garis pesisir pantai utara Jawa, sehingga memiliki beberapa objek wisata pantai yang terkenal. Selain itu, Jepara juga dikenal sebagai salah satu daerah industri meubel dan relief ukir kayu dan menyandang gelar The World Carving Center. Jepara juga menjadi tempat lahirnya pahlawan nasional yang terkenal dengan emansipasi wanita, yaitu R.A. Kartini. Selain memiliki objek wisata alam, Jepara juga memiliki kekayaan budaya berupa tenun ikat Troso. Tenun tersebut dibuat dengan alat tradisional yang terbuat dari rangkaian bambu atau kayu yang digerakkan oleh manusia. Troso sendiri diambil dari nama salah satu desa di kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara. Desa Troso merupakan salah satu desa di antara 12 desa yang berada di wilayah Kecamatan Pecangaan, tepatnya 15 km arah selatan dari ibu kota Kabupaten Jepara. Awalnya usaha kerajinan tenun di Desa Troso masih berupa kegiatan sampingan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Saat ini, usaha kerajinan tenun ikat dikembangkan menjadi sentra industri kecil untuk memenuhi permintaan pasar. Disebutkan oleh Alamsyah et.al (2013: 40), menurut tradisi lisan, keberadaan tenun ikat Troso diperkirakan bersamaan dengan masuknya agama islam pada masa Kerajaan Mataram. Pada awalnya, tenun ikat Troso diciptakan sebagai kebutuhan sandang masyarakat setempat, yang diprakarsai oleh Mbah Senu dan Nyi Senu yang digunakan untuk menemui ulama besar yang disegani, yaitu Mbah Datuk Gunadi Singorejo yang sedang menyebarkan agama Islam di Desa Troso.

Pendapatan

Pendapatan dalam usaha adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan atau organisasi dari kegiatan aktivitasnya seperti penjualan produk dan/atau jasa kepada pelanggan. Bagi pemerintah seperti pendapatan melalui penerimaan atau pungutan pajak. Bagi investor, pendapatan kurang penting dibanding keuntungan, yang merupakan jumlah

uang yang diterima setelah dikurangi pengeluaran. Pertumbuhan pendapatan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut. Pertumbuhan pendapatan yang konsisten, dan juga pertumbuhan keuntungan, dianggap penting bagi perusahaan yang dijual ke publik melalui saham untuk menarik investor.

Pendapatan adalah kenaikan modal perusahaan akibat penjualan produk perusahaan. Arus masuk aktiva atau peningkatan lainnya atas aktiva atau penyelesaian kewajiban entitas (atau kombinasi dari keduanya) dari pengirim barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan. Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya (Sadono Sukirno 2006).

Soekartawi (2012) menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula.

Usaha mikro, dan kecil (UMK)

Usaha mikro dan kecil atau (UMK) adalah istilah umum merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2008.

- Yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,- Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan

utama. Dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah dan seterusnya

Perbedaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Walau sering dibahas sebagai satu kesatuan, UMKM adalah akronim dari tiga jenis bentuk usaha: mikro, kecil, menengah. Inilah beberapa perbedaannya.

- **Usaha Mikro**

Usaha mikro biasanya dimiliki perseorangan atau keluarga, dan keuntungan bersihnya di bawah 50 jutaRupiah per tahun. Biasanya keuangan pribadi dan modal masih bisa disatukan dalam perhitungannya.

- **Usaha Kecil**

Usaha kecil biasanya mendapat keuntungan bersih di bawah 300 juta Rupiah per tahun. Usaha ini bisa terdiri dari bisnis informal (misalnya industri sepatu rumahan) atau perusahaan dan institusi berskala kecil (misalnya toko kecil).

- **Usaha Menengah**

Usaha menengah biasanya sudah memiliki sistem pembukuan lengkap, terpisah dari uang pribadi. Pendapatannya bisa di atas 300 juta Rupiah per tahun. Banyak di antara usaha menengah yang sudah memiliki NPWP dan legalitas lainnya.

Teori Wirausaha UKM

Menurut Schumpeter dalam As'ad(2002) mengemukakan bahwa wirausaha atau *entrepreneur* adalah seseorang yang menggerakkan perekonomian masyarakat untuk maju ke depan, mencakup mereka yang mengambil risiko,mengkoordinasi penanaman modal atau sarana produksi, yang mengenalkan fungsi faktor produksi baru atau yang mempunyai respon kreatif dan inovatif. Clelland dalam As'ad (2002) mendefinisikan wirausaha adalah orang yang menerapkan kemampuannya untuk mengatur, menguasai alat-alat produksi dan menghasilkan hasil yang berlebihan yang selanjutnya dijual atau ditukarkan dan memperoleh pendapatan dari usahanya tersebut² . Wirausaha adalah orang yang menciptakan kesejahteraan untuk orang lain, menemukan cara-cara baru untuk menggunakan sumber daya, mengurangi pemborosan, dan membuka lapangan kerja yang disenangi.

Suryana (2013) juga berpendapat bahwa seorang wirausaha adalah mereka yang melakukan saha-usaha kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup . Wirausaha juga dapat didefinisikan sebagai orang yang memiliki, mengelola, dan melembagakan usahanya

sendiri. Faktor yang mendorong seseorang mengambil keputusan berwirausaha dapat diketahui melalui penilaian kepribadian khususnya pengalaman dan latar belakangnya.

Dalam usaha, adanya seorang partner sangat dibutuhkan demi lancarnya usaha yang kita lakukan. Silaturahmi ini dapat mempererat ikatan kekeluargaan dan memberikan peluang- peluang bisnis baru. Pentingnya silaturahmi ini juga dapat dilihat dari hadis berikut:”Siapa yang ingin murah rizkinya dan panjang umurnya, maka hendaklah ia mempererat hubungan silaturahmi.”(HR. Bukhari)

2. METODE

Kerangka Pemecahan Masalah

Dari analisis situasi PKM, maka dapat dibuat kerangka pemecahan masalah yang dihadapi antara lain:

- Memberikan-pengarahan dan motivasi dalam meningkatkan usaha ke pasar global
- Memberikan pelatihan digital marketing untuk pemasaran ke pasar global.

Merubah mindset mereka tentang bagaimana meningkatkan usaha melalui kreatifitas, inovasi dan teknologi digital.. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan mereka khususnya dan meningkatkan kesejahteraan warga di desa Troso.

Khalayak Sasaran

Sasaran dalam kegiatan Pengabdian ini adalah para usaha mikro dan kecil Tenun ikat di desa Troso Kudus Jepara.

Tempat dan Waktu

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ang dilakukan dosen Prodi Magister Manajemen Universitas Pamulangan dilaksanakan pada:

Tanggal: 22-23 Agustus 2024

Tempat: Balai Desa Troso Jepara Kudus.

Tim Dosen dari Universitas Pamulang adalah Dosen Tetap Manajemen S-2, Universitas Pamulang yaitu: Dr. Masno Marjohan S.E., M.M, Dr. Sri Retnaning Sampurnaningsih, MSc., Dr. Pranoto S.E., M.M dan Mahasiswa-mahasiswa yang lain.

Metode Kegiatan

Metode kegiatan yang digunakan dalam pengarahannya dan motivasi ini yaitu berupa presentasi singkat tentang strategi usaha ke pasar global dan digital marketing dengan bantuan AI dalam pembuatan konten Marketing.

Tahap persiapan dilakukan pada awal Juli 2024, meliputi:

- Observasi dan survei ke desa Troso oleh tim advance.
- Pemantapan konsep Pengabdian Kepada Masyarakat yang berupa rapat internal maupun rapat online pada pihak terkait
- Pembuatan instrumen pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, berupa *handout* presentasi.
- Persiapan alat dan bahan, terdiri dari yaitu Alat dan bahan presentasi.

Metode kegiatan ini berupa penyuluhan dan pelatihan keterampilan digital marketing dengan AI. Berikut ini adalah tahapan yang dilakukan :

Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi :

- Informasi awal, pada tahap ini didapatkan informasi dari kegiatan silaturahmi pada UMK desa Troso melalui ketua usaha mikro dan kecil Ikat Tenun oleh Bu Vina
- Partisipasi Mitra

Mitra berpartisipasi aktif dalam setiap rencana kegiatan. Sebelum proposal ini dibuat terlebih dahulu dilakukan survei awal dan wawancara secara online untuk mengetahui kondisi mitra dan hal-hal apa yang perlu dibenahi atau dilakukan untuk memberdayakan kelompok mitra. Pengajaran secara teori dan praktik merupakan kegiatan yang diusulkan oleh mitra dan rencananya akan dilaksanakan di tempat balai umk mitra.

Tahap Pelaksanaan Penyuluhan

Tahap ini menjelaskan tentang strategi usaha ke pasar global dan memberikan motivasi untuk dapat meningkatkan pendapatannya dan bagaimana memasarkan secara digital dengan membuat konten dengan bantuan AI.

Tahap Pelatihan

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu :

- **Metode Demonstrasi**

Metode demonstrasi ini menunjukkan contoh kepada para peserta untuk mengerjakan/praktek penggunaan bantuan AI seperti ChatGBT.

Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab sangat penting bagi para peserta pelatihan. Metode ini memberi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan hal-hal yang masih kurang/belum jelas untuk dipraktekkan nanti.

Metode Simulasi

Metode simulasi ini diberikan kepada para peserta pelatihan dalam memberikan kesempatan untuk mempraktekkan dengan membuka aplikasi ChatGBT.

Peralatan yang digunakan adalah Laptop, Infocus, Materi pelatihan yang telah disusun. Hal ini dilakukan sampai mitra dapat mengerti tentang Pelatihan dan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana.

Tahap akhir

Diakhir acara akan ditarik kesimpulan dari serangkaian materi, dan peserta juga akan dibagikan materi pelatihannya, untuk menunjang kegiatan PKM dan juga sebagai bukti laporan, maka ada bagian dokumentasi yang akan mengabadikan setiap kegiatan yang berlangsung dalam acara tersebut.

Evaluasi Pelaksanaan

Program Mitra juga dilibatkan dalam evaluasi program untuk menilai sejauh mana program telah dilaksanakan, apa dampak yang timbul setelah dilakukan berbagai kegiatan program, dan apa yang perlu dibenahi atau dikembangkan pada tahun mendatang. Mitra nantinya diharapkan menjadi acuan dalam pelaksanaan program pembelajaran, serta menjadi subjek dalam pengembangan usaha. Tentunya, sangat diharapkan bahwa rangkaian kegiatan yang dilaksanakan dapat membantu meningkatkan perekonomian mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sejarah Desa Wisata Tenun Ikat Troso Sejarah Desa Wisata Tenun Ikat Troso tidak terlepas dari keberadaan tenun di Desa Troso. Sebagian besar masyarakat di Desa Troso merupakan pengrajin tenun. Pengetahuan mengenai tenun telah diwariskan secara turun temurun dalam sebuah keluarga. Aktivitas menenun masyarakat Desa Troso dari dulu sampai sekarang ditujukan sebagai mata pencaharian masyarakat yang sedikit atau bahkan tidak memiliki lahan pertanian.

Sejarah Tenun Troso begitu panjang dan mengalami pasang-surut. Untuk dapat mempertahankan menenun sebagai mata pencaharian utamanya, masyarakat Desa Troso melakukan adaptasi ekonomi. Adaptasi ekonomi dilakukan dengan cara mengirim hasil tenun ke kota-kota besar dan mengeksport hasil tenun ke berbagai negara. Adaptasi tersebut membawa dampak yang cukup besar terhadap keberadaan tenun di Desa Troso, seperti membuat motif tenun dan teknik menenun yang disesuaikan dengan permintaan

pasar. Hal ini membuat tenun di Desa Troso menjadi sangat beragam jenisnya.

Akan tetapi beragam motif tersebut sampai sekarang masih dihasilkan menggunakan cara- cara yang tradisional, yaitu menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) dan sebagian besar hasil tenun Desa Troso adalah jenis tenun ikat. Menurut cerita masyarakat, keberadaan tenun di Desa Troso dikaitkan dengan sesepuh desa, yaitu almarhum Ki Senu dan almarhumah Nyi Senu. Keduanya adalah sepasang suamiistri yang memiliki keterampilan menenun pertama kali di Desa Troso. Ada dua versi cerita yang berkembang di masyarakat. Pertama adalah dahulunya kain tenun tersebut digunakan untuk bertemu dengan ulama yang disegani di Jepara, tepatnya di Desa Mayong, yang bernama Datuk Gunadi (Datuk Singaraja). Kedua, Ki Senu dan Nyi Senu membuat tenun sebagai mata pencaharian untuk pembangunan ekonomi masyarakat desa. Tahun 2010 tentang Desa Wisata Atraksi Tenun Ikat Troso.

Pembahasan

Strategi Memasuki Pasar Global Untuk Meningkatkan Aliran Keuangan Umk Tenun Ikat Di Jepara Kudus

Untuk meningkatkan arus keuangan usaha mikro dan kecil (UMK) tenun ikat di Jepara dan Kudus, memasuki pasar global memerlukan strategi yang terstruktur dengan baik. Berikut adalah strategi terperinci untuk mencapainya:

- Riset Pasar dan Penempatan
 - Mengidentifikasi Pasar Sasaran: Melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi pasar internasional dengan permintaan tinggi untuk tekstil tradisional dan kerajinan tangan. Fokus pada wilayah dengan apresiasi budaya terhadap produk kerajinan (misalnya, Eropa, Amerika Utara, Jepang).
 - Memahami Preferensi Pelanggan: Pelajari tentang preferensi global, termasuk desain, pola, dan bahan yang menarik bagi pembeli internasional.
 - Analisis SWOT: Menganalisis kekuatan (warisan, keunikan), kelemahan (produksi terbatas), peluang (minat global terhadap produk berkelanjutan), dan ancaman (persaingan, biaya tinggi).
- Pengembangan Merek dan Penceritaan
 - Menonjolkan Warisan: Membangun merek di sekitar signifikansi budaya dan sejarah tenun ikat dari Jepara dan Kudus.
 - Sudut Pandang Keberlanjutan: Menekankan proses produksi dan bahan yang ramah lingkungan agar selaras dengan permintaan global akan produk yang

berkelanjutan.

- Mengembangkan Identitas Merek yang Kuat: Menggunakan visual, logo, dan slogan yang menarik yang beresonansi dengan khalayak internasional.
- Adaptasi Produk
 - Inovasi Desain: Berkolaborasi dengan perancang busana untuk memodernisasi pola tradisional agar menarik secara global tanpa kehilangan keaslian.
 - Diversifikasi Penawaran: Memperkenalkan berbagai produk seperti barang mode, aksesoris, dan dekorasi rumah menggunakan *tenun ikat*.
 - Jaminan Kualitas: Mempertahankan standar internasional untuk kualitas dan daya tahan.
- Pemasaran Digital dan E-commerce
 - Bangun Kehadiran Online: Buat situs web profesional dan profil media sosial yang memamerkan produk dan signifikansi budayanya.
 - Bermitra dengan Marketplace: Cantumkan produk di platform global seperti Etsy, Amazon Handmade, atau platform regional di pasar sasaran.
 - SEO dan Pemasaran Konten: Gunakan blog, video, dan kiriman media sosial untuk menceritakan kisah tenun ikat dan dorong lalu lintas organik.
 - Manfaatkan Influencer: Berkolaborasi dengan influencer mode dan budaya untuk mempromosikan produk.
- Kemitraan Strategis dan Distribusi
 - Berkolaborasi dengan Agensi Ekspor: Bekerja sama dengan agensi yang berpengalaman dalam mengeksport kerajinan tangan untuk menangani logistik dan kepatuhan.
 - Bergabung dengan Pameran Dagang: Berpartisipasilah dalam pameran dagang dan ekspo global untuk memamerkan produk dan terhubung dengan distributor.
 - Bermitra dengan Merek Internasional: Berkolaborasi dengan merek mode atau dekorasi global untuk koleksi edisi terbatas.
- Pengembangan Kapasitas untuk UKM
 - Pelatihan Keterampilan: Memberikan pelatihan dalam teknik menenun tingkat lanjut, kontrol kualitas, dan desain modern.
 - Literasi Digital: Melengkapi perajin dengan keterampilan digital untuk mengelola penjualan dan pemasaran daring.
 - Dukungan Finansial: Memfasilitasi akses ke pinjaman atau hibah untuk

meningkatkan produksi dan infrastruktur.

- Sertifikasi dan Kepatuhan
 - Sertifikasi Budaya: Memperoleh status indikasi geografis (IG) atau sertifikasi warisan budaya untuk tenun ikat.
 - Sertifikasi Ramah Lingkungan: Memperoleh sertifikasi keberlanjutan untuk menarik pembeli yang peduli lingkungan.
 - Kepatuhan Hukum: Memastikan semua peraturan ekspor dan impor dipenuhi.
- Pemantauan dan Umpan Balik
 - Lacak Data Penjualan: Menganalisis produk dan pasar mana yang berkinerja terbaik.
 - Umpan Balik Pelanggan: Terus mengumpulkan dan menerapkan umpan balik dari pembeli internasional.
 - Sesuaikan Strategi: Gunakan wawasan untuk menyempurnakan strategi pemasaran, produksi, dan distribusi.

Pengaruh Faktor Lingkungan Internal

Berikut ini beberapa faktor lingkungan internal yang terdapat pada Desa Wisata Atraksi Tenun Ikat Troso:

- Organisasi Desa Wisata Atraksi Tenun Ikat Troso dikelola oleh sebuah kelompok masyarakat yang sudah sadar usaha Tenun Ikat. Kelompok tersebut bernama Kelompok UMKM Tenun Ikat Jepara NAVIS, Desa Troso, Kab, Jepara. Masuk dalam Surat Keputusan Petinggi Troso No. 03 tahun 2015. Anggota Pokdarwis terdiri dari masyarakat Troso yang merupakan pengrajin tenun dan perangkat desa.
- Sumber Daya Manusia Sebagian besar masyarakat Desa Troso bermata pencaharian sebagai penenun. Keahlian ini diperoleh secara turun temurun, motif yang dihasilkan pun beragam jenisnya. Hal ini dikarenakan Kabupaten Jepara dan telah dikenal baik di dalam dan luar negeri.
- Peluang Usaha telah dikenal sebagai Sentra Industri Tenun, karena mayoritas masyarakatnya bermata pencaharian sebagai penenun yang menghasilkan beberapa motif tenun yang sudah dikenal oleh masyarakat. Salah satu motif tenun yang paling terkenal adalah motif tenun SBY (Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), karena motif ini pernah digunakan oleh beliau sewaktu menjadi Presiden RI pada tahun 2010. Dimana waktu itu, desa torso dikunjungi oleh ribuan wisatawan dan mampu memproduksi hingga 5000 lebih kain untuk setiap harinya.
- Pangsa pasar dari Desa Wisata Tenun Ikat Troso ini masih terbuka luas karena tidak

ada target khusus. Bahkan desa Troso sebagai desa wisata ini bias dikunjungi oleh semua kalangan, baik dari segi usia, jenis kelamin maupun profesi.

- Promosi lebih banyak dilakukan oleh Pemerintah Desa dan Pemerintah Kabupaten. Selain itu juga melalui media cetak dan elektronik.

4. SWOT ANALISIS

Tabel 1. Analisis SWOT

INTERNAL	KEKUATAN (STRONG)	KELEMAHAN (WEAKNESS)
	Memiliki SDM yang trampil membuat ikat tenun	Tidak mempunyai sumber daya alam atau daya tarik alam untuk wisata
	Memiliki beragam jenis motif dengan kualitas yang baik.	Fasilitas wisata yang belum lengkap seperti hotel berbintang 4 dan 5
	Akses menuju lokasi cukup mudah dijangkau	
Lokasi dekat dengan wisata religi ke makam para sunan		
EKS	PELUANG (OPPORTUNITY)	ANCAMAN (TREATH)
	Adanya izin/ regulasi dari Pemerintah	Adanya lokasi sejenis dengan keindahan alam yang lebih menarik
TERNAL		wisata
	Tenun Troso Telah banyak dikenal masyarakat	Pangsa pasar/target wisatawan belum spesifik
	Wisatawan yang datang ke Desa Troso sangat beragam	Masyarakat belum memanfaatkan teknologi untuk media promosi secara optimal

Tabel 2. Analisis SWOT

Strength - Opportunity	Strength dan Weakness
1. Terus meningkatkan SDM dalam ketrampilan tenun troso dan mengembangkan motif-motif yang bervariasi sehingga dapat menarik wisatawan atau konsumen domestik maupun luar negeri.	Mengembangkan daerah wisata dengan tujuan tenun Ikat Troso Membangun infrastruktur dan akomodasi Peraturan Pemerintah untuk mengembangkan daerah wisata desa Troso. Kerjasama dengan investor untuk
2. Tempat pembuatan (workshop) tenun ikat dikembangkan lebih profesional sehingga karyawan dapat bekerja dengan nyaman.	membangun daerah Troso Perkenalan dengan teknologi tenun ikat dan digital marketing dapat meningkatkan
3. Perkenalan dengan teknologi tenun ikat dan digital marketing dapat meningkatkan produktifitas tenun troso melalui promosi secara optimal dan produksi lebih banyak dengan waktu yang singkat.	produktifitas tenun troso melalui promosi secara optimal dan produksi lebih banyak dengan waktu yang singkat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini disambut dengan sangat antusias oleh para peserta, karena kegiatan seperti ini memberikan motivasi untuk memasuki dunia usah global sehingga berdampak peningkatan pendapatan dari anggota UMKM Tenun Ikat Troso di Jepara Kudus

Kegiatan yang dilakukan pada UMKM Tenun Ikat Troso dapat diambil kesimpulan terkait tujuan dari PKM yaitu Strategy Entering The Global Market To Encrease Financial Stream Of Tenun Ikat MSEs In Jepara Kudus, antara lain

Strategi Strength - Opportunity

Untuk terus meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam keterampilan tenun Troso, diperlukan pengembangan motif-motif yang lebih bervariasi agar dapat menarik minat wisatawan serta konsumen domestik maupun internasional. Selain itu, pengembangan tempat pembuatan (workshop) tenun ikat secara lebih profesional akan menciptakan lingkungan kerja yang nyaman bagi karyawan, sehingga meningkatkan produktivitas. Pengenalan teknologi dalam proses tenun ikat serta pemanfaatan digital marketing menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing industri ini, karena memungkinkan promosi yang lebih optimal dan produksi dalam jumlah yang lebih besar dalam waktu yang lebih singkat. Penguatan sektor ini juga dapat didukung dengan mengembangkan daerah wisata berbasis tenun ikat Troso, membangun infrastruktur serta akomodasi yang memadai, dan mendorong kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan desa wisata Troso. Kerjasama dengan investor juga menjadi langkah

strategis untuk membangun daerah ini sebagai pusat produksi dan wisata tenun ikat. Selain itu, peserta UMKM yang telah mengikuti pelatihan strategi peningkatan pendapatan melalui pasar global mengharapkan adanya pelatihan lanjutan terkait pemanfaatan digital marketing secara lebih intensif. Dalam hal ini, pembuatan e-catalog menjadi kebutuhan penting untuk meningkatkan promosi produk tenun ikat Troso, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan bagi para pelaku UMKM.

Saran

Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam keterampilan tenun Troso menjadi langkah penting dalam mengembangkan industri ini, terutama melalui inovasi motif yang lebih bervariasi untuk menarik minat wisatawan serta konsumen domestik maupun internasional. Selain itu, pengembangan workshop tenun ikat secara lebih profesional akan menciptakan lingkungan kerja yang nyaman bagi karyawan, sehingga meningkatkan produktivitas. Pengenalan teknologi dalam proses tenun ikat serta pemanfaatan digital marketing juga menjadi strategi efektif untuk meningkatkan daya saing industri ini, memungkinkan promosi yang lebih optimal serta produksi yang lebih efisien dalam waktu yang lebih singkat. Di sisi lain, dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan desa Troso sebagai destinasi wisata melalui pembangunan infrastruktur dan akomodasi yang memadai sangat diperlukan. Kolaborasi dengan investor juga menjadi langkah strategis dalam mendorong pertumbuhan dan pengembangan daerah, sehingga industri tenun Troso dapat berkembang secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Indahtri, S., & Maziyah, S. (2013). *Kearifan lokal pada industri tenun Troso: Potret kewirausahaan pada masyarakat desa*. Madina.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (1993). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Indaryani, M., & Sumekar, K. (2020). Pendampingan pengabdian kepada masyarakat bagi pengrajin tenun Troso di Kabupaten Jepara. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1, 65–71.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. Vans Nostrand Reinhold.
- Kusnawan, A., & Nur, Y. P. (2020). Pemberdayaan aset tenun Bipolo melalui metode marketing mix training untuk menumbuhkan kemandirian masyarakat desa (Sebuah studi atas peran pengabdian KKN Nusantara di Desa Bipolo, Kec. Sulamu, Kab. Kupang). *Al Khidmat: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 66–70.

- Maftukha, N. (2019). Visualisasi motif tenun hasil anak usia dini di Suku Baduy Luar. *Jurnal Narada*, 6, 295–312.
- Maheswari, A. A. I. A., Azhizah, N. D., Nugraha, I., & N, M. P. H. (2020). Peran digital marketing dalam upaya meningkatkan omset penjualan tenun Endek dan Songket Desa Telaga Tawang. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 371–375. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v5i4.1258>
- Mahmuda, D., Apriani, W., Zurmansyah, E., & Santoso, P. P. A. (2022). Pelatihan pemanfaatan limbah tenun dengan teknik patchwork bagi komunitas pengrajin tenun. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, 3(4), 378–385. <https://doi.org/10.36596/jpkmi.v3i4.490>
- Masno, dkk. (2023). PKM-Sosialisasi penerapan investasi online pada CV Cahaya Agribiz Cianjur. *SocServe: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 6–10.
- Masno, dkk. (2024). PKM-Meningkatkan kemampuan berwirausaha UMKM melalui manajemen keuangan yang baik untuk calon dan pelaku usaha di lingkungan RW 011 dan 019, Serua Ciputat Tangerang Selatan bersama Yayasan Masjid Al Ikhlas. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat: Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 4(2), 152–157.
- Masno, dkk. (2024). PKM-Pelatihan pengelolaan arus kas dan laporan keuangan pada UMKM di Kelurahan Pesanggrahan Jakarta Selatan. *APPA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 187–193.
- Masno, dkk. (2024). PKM-Penerapan ilmu manajemen keuangan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi di Desa Ciwalat Kecamatan Pabuaran Kabupaten Sukabumi. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 4(2), Juli 2024.
- Masno, dkk. (2024). PKM-Penguatan permodalan koperasi dengan skema crowdfunding pada Koperasi ISM Karya Sinar Bahari, Desa Tanggul Jaya, Kelurahan Banten, Kecamatan Kasemen, Kota Serang, Provinsi Banten. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 4(2), Juli 2024.
- Masno. (2016). *Analisa laporan keuangan perusahaan*. Sibuku Media.
- Purwati, A. A., Hamzah, M. L., & Irman, M. (2023). Implementasi teknologi digital pada pengelolaan UMKM Cahaya Kemilau (Pengrajin tenun songket Melayu Riau). *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(1), 108–118.
- Sarjan, M., Ulansari, B. R., Fitriana, D., & K, W. S. (2021). Pemanfaatan tanaman lokal sebagai pewarna alami tenun tradisional Sembalun Lawang. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(3), 20–29.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Memahami penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Sumartono, et al. (2009). *Sejarah kebudayaan Indonesia: Seni rupa dan desain*. Rajawali Press.
- Surat Keputusan Petinggi Troso Nomor 03 Tahun 2015 tentang pembentukan kelompok sadar wisata Desa Troso Kecamatan Pecangaan Tahun 2015.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Utama, I. G. B., & Mahadewi, N. M. E. (2012). *Metodologi penelitian pariwisata dan perhotelan*. Andi.