

Pengembangan Pemasaran Batik Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di UMKM Batik Art and Gallery Lochatara

Meila Nur Asrifah¹, Rachmalia Eka Prameswari², Choiri Nur Anisa³, Putri Rismawati⁴,
Nimas Ayu Anggraini⁵, Wildati Mawwadah⁶

IAIN Kediri

Meila Nur Asrifah¹, Rachmalia Eka Prameswari², Choiri Nur Anisa³, Putri Rismawati⁴, Nimas Ayu Anggraini⁵, Wildati Mawwadah⁶

Kilas Artikel

Volume 1 Issue 3
September 2023

Article History

Submission: 24-05-2023

Revised: 31-07-2023

Accepted: 05-08-2023

Published: 15-09-2023

Kata Kunci:

Batik, Penjualan, UMKM,
Karyawan, Media Sosial

Keywords:

Batik, Sales, MSMEs,
Employees, Social Media



Welfare Jurnal Pengabdian
Masyarakat is licensed under a
Creative Commons Attribution-Share
Alike 4.0 International License.

Abstrak

Sektor UMKM berperan penting dalam pembangunan ekonomi dalam masyarakat. Selain berperan strategis bagi pembangunan, UMKM juga memiliki fungsi sebagai sarana guna pemerataan hasil dari pembangunan yang telah ada. Keberadaan UMKM di Indonesia berkembang pesat dan berjamuran di mana-mana. UMKM mempunyai peran besar di dalam strategi baik domestik regional maupun nasional. Pemasaran merupakan kegiatan inti menjalankan suatu usaha, sehingga harus dilakukan dengan matang. Sebab kegiatan pemasaran merupakan pondasi untuk menjalankan usaha. Pemasaran adalah serangkaian kegiatan dalam usaha perdagangan yang bertujuan untuk memenuhi permintaan konsumen aktual maupun konsumen potensial atas barang atau jasa yang ditawarkan. Dalam melaksanakan pemasaran UMKM Batik and Art Lochatara belum maksimal dalam penggunaan media sosial dan masih sangat kurang dalam penerapan secara menyeluruh. Sehingga pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan Sumber Daya Alam, Sumber Daya Manusia dan Sumber Modal. Dengan adanya pengabdian kepada masyarakat ini sejumlah karyawan dan masyarakat yang tergabung dalam komunitas Batik and Art Lochatara telah cukup menambah pengetahuan tentang penggunaan media sosial sebagai sarana memperkenalkan produk UMKM dan penyebaran brosur yang efektif digunakan untuk melakukan pemasaran di area wisata.

Abstract

The MSME sector plays an important role in the economic development of society. In addition to playing a strategic role in development, MSMEs also have a function as a means to distribute the results of existing development. The existence of MSMEs in Indonesia is growing rapidly and mushrooming everywhere. MSMEs have a big role in both domestic regional and national strategies. Marketing is the core activity of running a business, so it must be done carefully. Marketing activities are the foundation for running a business. Marketing is a series of activities in a trading business that aim to meet actual and potential consumer demand for the goods or services offered. In carrying out the marketing of MSMEs, Batik and Art Lochatara have not been optimal in the use of social media and are still lacking in overall implementation. So that this service aims to increase Natural Resources, Human resources, and Capital Resources. With this community service, a

Korespondensi:

Meila Nur Asrifah
meilaasrifah@gmail.com

number of employees and the public who are members of the Batik and Art Lochatara community have sufficiently increased their knowledge about the use of social media as a means of introducing MSME products and distributing brochures that are effectively used for marketing in tourist areas.

1. PENDAHULUAN

Sektor UMKM berperan penting dalam pembangunan ekonomi dalam masyarakat. Selain berperan strategis bagi pembangunan, UMKM juga memiliki fungsi sebagai sarana guna pemeratakan hasil dari pembangunan yang telah ada (Anggoro et al., 2023). Tahun 2023 kebangkitan ekonomi dipimpin oleh UMKM. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf/Kabaparekraf) Sandiaga Salahuddin Uno mengemukakan bahwa tahun 2023 UMKM menjadi pahlawan perekonomian nasional, memberi peluang usaha dan lapangan pekerjaan (Kominfo) (Astuti & Matondang, 2022).

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah salah satu jenis usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro (Natalina et al., 2021). Keberadaan UMKM di Indonesia berkembang pesat dan berjamuran di mana-mana (Nugraha et al., 2023). UMKM mempunyai peran besar di dalam strategi baik domestik regional maupun nasional (Rosyidah et al., 2023). Pemasaran merupakan kegiatan inti menjalankan suatu usaha, sehingga harus dilakukan dengan matang. Sebab kegiatan pemasaran merupakan pondasi untuk menjalankan usaha (Komunikasi, 2023).

Nilai ekspor batik pada triwulan 1 dan 2 tahun 2020 mencapai US\$21,54 juta, lebih tinggi dibandingkan 2019 sebesar US\$17,99 juta. Pertumbuhan tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya diversifikasi produk batik. Berdasarkan potensi tersebut, agenda pemulihan ekonomi nasional besar diperkirakan akan ditopang oleh industri kerajinan dan batik. Negara tujuan untuk ekspor batik Indonesia yaitu Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa, dll. Meneropong potensi batik yang sangat baik, Pemerintah terus berupaya memperluas pasar-pasar baru tingkat global (RI, 2021).

Salah satu UMKM yang ada di Kediri yaitu Gallery Batik and Art Lochatara yang berada di Desa Jajar, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri. Gallery Batik and Art Lochatara menyediakan kain batik dengan jenis handprint, cap, maupun tulis dengan motif khas Kediri. Produk yang dimiliki Lochatara tidak hanya kain batik sanya, melainkan baju batik jadi, penyewaan kostum, dan juga pusat oleh-oleh yang baru saja diresmikan pada bulan Januari 2023. Tetapi produk yang paling menonjol di Gallery Lochatara yaitu batiknya. Motif batik yang diproduksi didesain langsung oleh owner antara lain motif nanas yang merupakan buah ikon dari Kecamatan Wates, motif kuda lumping atau jaranan yang merupakan kesenian khas Kediri, motif Simpang Lima Gumul, dll. Bahan dasar yang diaplikasikan untuk motif batik berasal dari yang bertemakan Alam Khadiri.

Mengingat pentingnya peran usaha UMKM ini dalam perekonomian, dan membutuhkan teknik pemasaran yang lebih, maka kami tim pengabdian melaksanakan kegiatan pengabdian ini (Zakaria et al., 2023). Tujuannya adalah agar UMKM ini dapat lebih dikenal dan dapat berkembang lebih luas.

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian ini menggunakan beberapa langkah pada usaha Batik and Art Gallery Lochatara yang berada di Jalan Kenanga 07/02, Desa Jajar, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri yang dirintis oleh Bapak Heri Setiawan, SE. MM dan Ibu Sih Panganti, SE. Pengabdian ini akan melibatkan karyawan Gallery Batik Lochatara bagian marketing

sehingga diharapkan dari karyawan tersebut nantinya akan berkontribusi dalam hal marketing yang tidak hanya marketing online saja. Berikut langkah-langkah pelaksanaannya:

1) Survei proses marketing UMKM Batik and Art Gallery Lochatara

Dalam hal ini dilakukan pada jalannya bagian marketing di UMKM Batik and Art Gallery Lochatara. Melakukan observasi dan wawancara yang mana hal ini dimaksudkan untuk mengetahui apa saja kendala dalam marketing UMKM Batik Lochatara, yang mana hal tersebut akan mempermudah jalannya kegiatan pengabdian ini.

2) Tahap perencanaan

Tahap ini merupakan tahap penyusunan rencana dan mengidentifikasi perencanaan program yang akan dilaksanakan kemudian dirumuskan berbagai kebutuhan dalam perencanaan sistem pemasaran secara offline.

3) Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi memberikan pengetahuan awal mengenai pemasaran secara offline kepada karyawan serta memberikan penyampaian rancangan program kegiatan apa saja yang akan dilakukan.

4) Pelaksanaan

Tahap ini melakukan kerja sama dengan karyawan Batik and Art Gallery Lochatara dalam melaksanakan program kerja sistem pemasaran offline yang telah direncanakan sebelumnya.

5) Evaluasi, Kegiatan ini dilakukan setelah menyelesaikan program kegiatan.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Institut Agama Islam Negeri Kediri merupakan pusat pendidikan inovasi pembelajaran dan pusat incubator dalam pengabdian masyarakat. Sesuai dengan tujuan pengabdian yang hendak dicapai, maka tim pengabdian masyarakat sangat berupaya dalam keberhasilan kegiatan yang dijalankan selama mahasiswa melaksanakan magang 2 praktik keuangan syariah dengan optimal. Kegiatan praktik keuangan syariah kelompok 5 dilaksanakan di Jl. Kenanga 07/02, Desa Jajar, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri, Jawa Timur ini merupakan kegiatan yang berupaya dalam meningkatkan penjualan produk UMKM Batik and Art Lochatara melalui pemasaran batik dan penyebaran pamphlet yang dimulai sejak 20 Februari sampai 07 Maret 2023. Berdasarkan metode yang digunakan terdapat empat tahapan dalam pelaksanaan praktik keuangan syariah, sebagai berikut:

1) Discovery

Berdasarkan hasil pelaksanaan magang praktik keuangan syariah yang dilakukan yang oleh mahasiswa IAIN Kediri kelompok 5 di Batik and Art Lochatara dalam melaksanakan pemasaran belum maksimal dalam penggunaan media sosial dan masih sangat kurang dalam penerapan secara menyeluruh. Media pemasaran hanya melalui Whatsapp, Instagram, dan Facebook, belum mengenal dan belum menerapkan secara menyeluruh ke berbagai *marketplace* seperti Bukalapak, Tokopedia, Lazada dan lain sebagainya. Namun, hanya melalui Shopee saja. Padahal media tersebut sangat berpengaruh, menarik perhatian masyarakat, dan banyak memberikan manfaat. Apalagi bagi kalangan yang gemar belanja yang memiliki peluang besar jika mengaplikasikan media tersebut secara menyeluruh.

Desa Jajar, Kecamatan Wates banyak mempunyai industri yang dapat dijadikan kegiatan pengabdian masyarakat agar dapat dibudidayakan yang mengambil salah satu industri terkenal yaitu Batik and Art Lochatara dengan melalui pengabdian magang ini untuk

meningkatkan penjualan produk UMKM Batik and Art Lochatara melalui pemasaran batik menggunakan *marketing mix*.

Berdasarkan data informasi yang telah kami peroleh terdapat 5 orang pada industri Batik and Art Lochatara yang telah kami wawancarai mengenai batik, mulai dari profil dan sejarah, produksi, dan kendala yang dihadapi pada saat pendirian usaha hingga pemasaran yang dilakukan. Hasil wawancara yang diperoleh bahwa Batik and Art Lochatara awal mulanya mengajukan pelatihan bagi karyawan dan masyarakat setempat yang ingin mengunjungi Batik and Art Lochatara. Ciri khas dari Batik and Art Lochatara adalah motif gringsing, lidah api dan tunjung ijo. Karena yang menjadi fokus yaitu ingin meningkatkan penjualan produk UMKM Batik and Art Lochatara melalui pemasaran batik.

2) *Design*

Design merupakan metode pelatihan untuk mengatasi permasalahan para pengusaha UMKM yang cenderung kompleks. Metode ini dikenal sebagai metode berpikir komprehensif yang memiliki konsentrasi untuk menciptakan solusi dan inovasi berkelanjutan berdasarkan kebutuhan penggunaannya dengan melalui proses empati pada suatu kebutuhan yang bersifat pada manusia (Yunita, 2023). Melalui tahap pengabdian ini dilakukan dengan mengidentifikasi potensi atau asset yang dimiliki dengan melakukan pemetaan asset komunitas. Pemetaan asset komunitas merupakan cara untuk pengetahuan ke akses lokal atau pendekatan, tahap ini merupakan cara membuat seluruh komunitas menyadari bahwa masyarakat dapat membangun kontrol atas potensi yang tersedia. Tujuan pengabdian ini untuk memutuskan mengenai apa yang akan dilakukan berdasarkan sumber daya yang dimiliki.

Tabel 1.
Rencana Program Kerja

Aset	Rencana Program Kerja	Tujuan
Sumber Daya Alam (SDA) Sumber Daya Manusia (SDM) Sumber Modal	Memberikan sosialisasi pengetahuan tentang <i>marketplace</i>	Meningkatkan pengetahuan tentang dunia digital yang canggih dan mudah diaplikasikan
	Menyebarkan brosur kepada masyarakat luar untuk mengenalkan Batik and Art Lochatara	Mengenalkan produk batik kepada masyarakat luar yang belum mengetahui ciri khas, motif dan kualitas Batik and Art Lochatara

Sumber: Data diolah penulis, 2023.

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dirumuskan bahwa tentang asset komunikasi yang dimiliki oleh masyarakat, lalu Menyusun rencana program kerja yang bertujuan seperti pemaparan tabel di atas. Rencana program tersebut diperuntukkan kepada masyarakat yang bergabung atau menjadi komunitas yang memberikan dampak positif serta memasarkan sehingga dapat menambah pendapatan dan meningkatkan penjualan produk UMKM Batik and Art Lochatara.

3) *Define*

Define adalah menerjemahkan mimpi-mimpi menjadi gambaran program-program kerja nyata, menggali kekuatan agar masyarakat dapat melakukannya (Jarot, 2022). Dalam tahap *define* ini, masyarakat dan pengabdian bekerjasama dalam melaksanakan rencana program kerja yang telah dirancang sebelumnya dengan skala prioritas. Pelaksanaan magang 2 praktik keuangan syariah di Batik and Art Lochatara berdasarkan program kerja dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Pemberian sosialisasi tentang marketing

Social media marketing adalah strategi promosi dan pemasaran yang memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens secara luas. Batik and Art Lochatara menjadi tempat penentuan dalam menjalankan sosialisasi tentang marketing, karena Batik and Art Lochatara memiliki salah satu marketing berpendapatan terbilang tinggi bagi masyarakat. Dengan menggunakan ciri khasnya akan mempermudah pemasaran yang dilakukan dengan pembukaan stand bazar di wisata yang dapat dikunjungi oleh pengunjung dengan mudah dan berdatangan secara langsung ke tempat produksi Batik and Art Lochatara. Pada kegiatan ini, mahasiswa magang praktik keuangan syariah memberikan tentang pentingnya situs-situs jual beli *online* seperti *facebook marketing, Instagram marketing, twitter marketing, youtube marketing*. Sosialisasi ini sangatlah penting untuk dijalankan karena digital marketing merupakan pengetahuan luas yang wajib dipahami oleh masyarakat dan pelaku usaha dalam memperluas jaringan pasar atau segmentasi pasar, menjangkau konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produk UMKM sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan keunggulan pesaing bagi pelaku usaha.

b) Penyebaran pamflet ke masyarakat

Media komunikasi berperan penting dalam segala aspek yang terjadi kepada manusia yang saling berinteraksi satu sama lain. Salah satunya ditunjukkan dalam proses penyebaran pamphlet ke masyarakat yang menjadi media komunikasi dan sebagai sarana untuk menayangkan adanya informasi agar dapat meningkatkan pengetahuan (Rakhmat, 2009). Selain pemasaran yang sudah menggunakan media sosial, mahasiswa magang praktik keuangan syariah juga menggunakan cara pemberian informasi kepada masyarakat melalui penyebaran pamphlet yang dicetak lalu disebarkan kepada masyarakat di berbagai tempat strategis yang sudah ditentukan seperti; tempat wisata, tempat pendidikan, dan lain sebagainya. Hal tersebut menimbulkan dampak positif yang menjadikan konsumen tertarik khususnya orangtua atau masyarakat setempat yang awam akan dunia digital sehingga mudah mendapatkan informasi dengan media tulis lebih mudah dipahami dan dimengerti oleh masyarakat.



Gambar 2. Penyebaran Brosur Ke Tempat Wisata

Berdasarkan gambar di atas, mahasiswa magang praktik keuangan syariah membuat brosur dan disebarakan kepada masyarakat yang bersamaan dengan kegiatan sosialisasi dan pembagian voucher Batik and Art Lochatara dan brosur, yang bertujuan agar masyarakat mengetahui terdapat batik yang memiliki kualitas, motif, dan ciri khas yang mendominasi.

c) Reflection

Reflection adalah tutor atau pendamping dalam melakukan refleksi untuk mengetahui keberhasilan pendampingan yang telah dilakukan pada suatu kegiatan, khususnya dalam merancang lembar kerja yang baik (Suprayitno et al., 2023). Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah karyawan dan masyarakat yang tergabung dalam komunitas Batik and Art Lochatara ini, masyarakat telah cukup menambah pengetahuan tentang penggunaan media sosial sebagai sarana memperkenalkan produk UMKM dan memasarkan melalui digital marketing. Masyarakat sangat antusias mengikuti kegiatan ini dan sudah mengoperasikan dan memanfaatkan aplikasi media sosial dengan baik dan benar, namun dalam kegiatan ini masih banyak perbaikan mengenai pengetahuan tentang media informasi terkhusus masyarakat yang belum mengetahui dunia digital saat ini. Mengingat bahwa semua pelaku usaha belum faham dengan teknologi yang makin berkembang pesat, dan rata-rata pelaku usaha di Desa Jajar, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri sudah memasuki usia generasi lanjut umur 30 keatas, salah satunya Batik and Art Lochatara.

4. KESIMPULAN

Batik and Art Lochatara belum melaksanakan pemasaran secara maksimal, dan diperlukan metode *marketing mix* dalam meningkatkan penjualan produk. Sehingga dalam pengabdian yang telah kami lakukan memiliki beberapa tahapan dan program kerja yang bertujuan untuk meningkatkan Sumber Daya Alam, Sumber Daya Manusia dan Sumber Modal. Program kerja tersebut diantaranya yaitu yang *pertama* mahasiswa magang praktik keuangan syariah memberikan sosialisasi tentang pentingnya situs-situs jual beli online. Sosialisasi ini sangatlah penting untuk dijalankan karena digital marketing merupakan pengetahuan luas yang wajib dipahami oleh masyarakat dan pelaku usaha dalam memperluas jaringan pasar atau segmentasi pasar. *Kedua* yaitu Menyebarkan brosur kepada masyarakat luar untuk mengenalkan Batik and Art Lochatara. Mahasiswa magang praktik keuangan syariah membuat brosur dan disebarakan kepada masyarakat yang bersamaan dengan kegiatan sosialisasi dan pembagian voucher Batik and Art Lochatara, yang bertujuan agar masyarakat mengetahui terdapat batik yang memiliki kualitas, motif, dan ciri khas yang mendominasi. Berdasarkan kegiatan tersebut sejumlah karyawan dan masyarakat yang tergabung dalam komunitas Batik and Art Lochatara telah cukup menambah pengetahuan tentang penggunaan media sosial sebagai sarana memperkenalkan produk UMKM dan penyebaran brosur yang efektif digunakan untuk melakukan pemasaran di area wisata.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang berkontribusi dalam kegiatan Praktik Keuangan Syariah magang 2 gelombang 1 sehingga dapat berjalan lancar, yaitu : Mundhori, M.E selaku Dosen Pembimbing Lapangan. Hery Setiawan, SE. MM. selaku Direktur Utama. Sih Panganti, SE selaku Wakil Direktur. Ainaya Nuralbaniyah selaku bagian Humas. Kurnia Putri Pebriani selaku bagian Marketing. Erma Rohmatul Fadhilah selaku Karyawan. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan positif dan teman-teman yang dapat bekerja sama dengan baik selama magang berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, A., Rohmah, I. Y. A., Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). *Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi: Peluang dan Tantangan*. Pustaka Peradaban.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2022). *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media*. DEEPUBLISH.
- Komunikasi, I. R. I. K. (2023). *UMKM Kembali Jadi Pahlawan Ekonomi di Tahun 2023*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/46385/umkm-kembali-jadi-pahlawan-ekonomi-di-tahun-2023/0/berita>
- Natalina, S. A., Zunaidi, A., & Rahmah, R. (2021). Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Strategi Survive UMKM Di Masa Pandemi di Kota Kediri. *ISTITHMAR : Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 5(2), 43–62. <https://doi.org/10.30762/itr.v5i2.3376>
- Nugraha, B. B., Khasanah, D. U., Rafif, M., Alip, R., Fadilah, N., & Kediri, I. (2023). *Pendampingan Pemasaran Digital Pada UMKM Konveksi Aura Desa Kayenlor Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri*. 1(2), 235–241.
- RI. (2021). *Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia* (p. 2021). <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3305/diversifikasi-produk-batik-mendukung-pemulihan-ekonomi-nasional>
- Rosyidah, N., Rohmah, L., Yunitasari, D., Fitria, D., & Ningsih, C. (2023). *Pendampingan UMKM Batik CV . Wecono Asri dalam Meningkatkan Jumlah Peminat Melalui Pameran di Car Free Day Jl . Dhoho Kota*. 1(2).
- Suprayitno, N. F., Rachmat, Z., & Abbas, S. A. (2023). *Pelatihan Start Up KEDIP dan Up Skill Scale Program Dalam upaya Upgrading UMKM Desa Beralih ke Digital*. 1(2), 207–212.
- Yunita, A. R. (2023). *Pelatihan Pengembangan Usaha Melalui Pembaruan Desain Label Kemasan Pada UMKM Kacang Telur di Lappacinrana Kabupaten Sinjai*. 1(2), 242–247.
- Zakaria, M., Isti, S., Pertiwi, R. A., Firda, A., Alvin, C. K., Muna, A. I., & Marbiyanti, R. (2023). *Pendampingan Perbaikan Packaging sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Produk UMKM “ Mak Plengeh ” di Desa Blabak , Pesantren . Welfare*, 1(1), 25–31. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/380/259>