

EDUKASI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENGEMBANGKAN DAN PEMASARAN BATIK DESA PURWO BAKTI

¹vivi Yosefri Yanti, ²Risti Afriyani, ³Ahmad Risman, ⁴Yuda Pratama Putra, ⁵Chairunnisa Azzahra,
Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Muara Bungo, Indonesia
Email: viviummuba@gmail.com¹, afriyani.risti96@gmail.com², rismanummuna@gmail.com³,
yuda.putra.pr@gmail.com⁴, azzahrachairunnisa57@gmail.com⁵

ABSTRAK

Industri batik di Desa Purwo Bakti, Jambi, memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, para pengrajin batik masih terkendala dalam memasarkan produk mereka secara luas. Edukasi digital marketing bertujuan untuk membekali para pengrajin batik dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan platform digital untuk memasarkan produk mereka. Edukasi dilakukan dengan metode pelatihan dan pendampingan. Materi pelatihan meliputi: Pengenalan platform digital, teknik pembuatan konten yang menarik, strategi pemasaran digital. Setelah mengikuti edukasi, para pengrajin batik mampu: membuat akun dan mengelola platform digital, membuat konten yang menarik untuk mempromosikan produk batik, menjalankan strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan sosial media Facebook, Whatsapp dan Instagram.

Kata Kunci :

Batik, Logo Merek,
Pemasaran Digital

ABSTRACT

The batik industry in Purwo Bakti Village, Jambi, has great growth potential. However, the batik artisans are still constrained in marketing their products widely. Digital marketing education aims to equip batik artisans with the knowledge and skills to market their products using digital platforms. Education is carried out using training and mentoring methods. The training materials include an introduction to digital platforms, interesting content creation techniques, and digital marketing strategies. After attending the education, the batik craftsmen can create accounts and manage digital platforms, create interesting content to promote batik products and carry out digital marketing strategies by utilizing social media Facebook, WhatsApp and Instagram.

Keywords:

Batik, Brand
Logo, Digital
Marketing

PENDAHULUAN

Dusun Purwo Bakti adalah salah satu dusun dari 5 dusun dan 3 Kelurahan yang berada di wilayah administrasi Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo. Dusun Purwo Bakti di pimpin oleh seorang Rio. pada tanggal 25 Maret 2020 Dusun Purwo Bakti menggelar pemilihan Rio yang diikuti oleh 4 kandidat, yang akhirnya dimenangkan oleh kandidat nomor urut 1 yang merupakan satu - satunya kandidat Rio Perempuan yakni Lenny Maryani, Amd. Kep. ini adalah kali pertama dalam sejarah Dusun Purwo Bakti di pimpin oleh Seorang Datin Rio (Sebutan untuk Kepala Desa Perempuan di Kabupaten Bungo). Datin Rio Purwo Bakti di lantik pada tanggal 14 April 2020 oleh Bupati Bungo H. Mashuri, S.P., M.E

Pada awalnya Dusun Purwo Bakti belum berdiri sendiri, karena merupakan kawasan pemukiman yang administrasinya dahulu masuk kewilayah Tanjung Gedang dan sebagian masuk wilayah Air Gemuruh dalam Marga Bathin III, Kecamatan Muara Bungo Kabupaten Bungo Tebo (Bute). Selanjutnya atas dasar keinginan Pasirah Kepala Marga, maka pemukiman Kampung Jawa Pal Empat menjadi Kawasan Dusun Baru yang diberi nama Dusun Purwo Bakti.

Dusun Purwo Bakti terkenal dengan ciri khas oleh-olehnya yaitu pisang sale yang di produksi oleh ibu-ibu rumah tangga, bagi mereka pisang merupakan sumber penghasilan yang dapat di olah berbagai macam makanan bertujuan untuk menambah penghasilan rumah tangga mereka, selain itu Dusun Purwo Bakti juga baru membentuk kelompok batik tulis pada tanggal 24 Agustus 2022 dengan mengusung budaya dan menampilkan ciri khas Purwo Bakti (motif pisang).yang pengrajinnya juga dari ibu-ibu rumah tangga bertempat tinggal di Dusun setempat, yang diresmikan oleh ibu Datin Lenny Maryani, Amd. Kep, dengan awal pembentukan kelompok

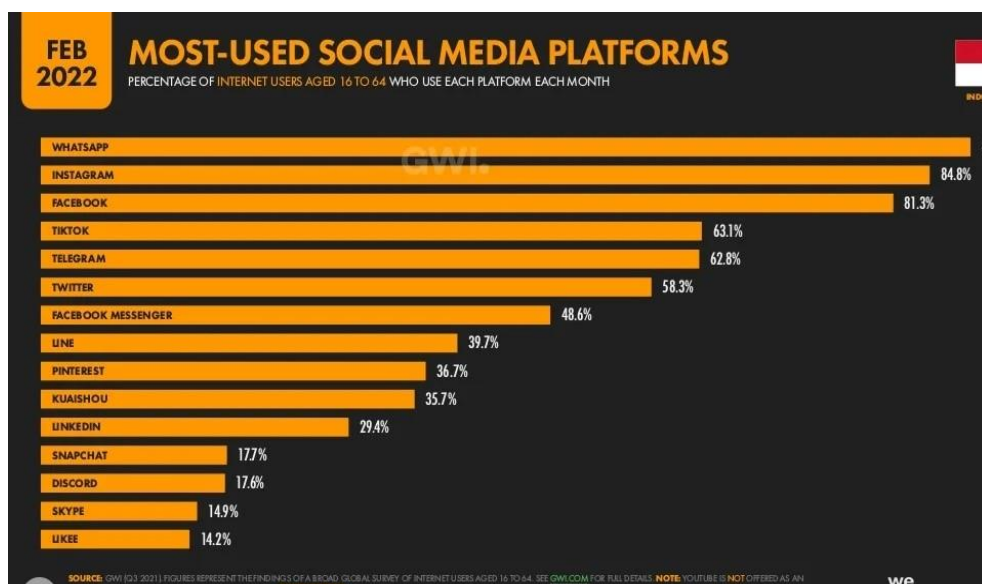
pembatik ini terdiri dari 4 kelompok, dalam satu kelompok terdiri dari 4 orang pembatik. Dikarenakan ciri khas Dusunnya adalah pisang, maka motif batik tulis juga melukiskan gambar pisang dan daun pisang.

Pembuatan batik tulis yang dilakukan secara manual menggunakan canting dan berbahan malam serta proses pewarnaan yang memakan waktu cukup lama, membuat corak dan kualitas batik tulis sangat istimewa dan harganya juga lebih tinggi dibandingkan dengan batik yang dicetak atau batik printing. Batik juga merupakan suatu keahlian yang turun-temurun, yang sejak mulai tumbuh merupakan sumber penghidupan yang memberikan lapangan kerja yang cukup luas bagi masyarakat Indonesia khususnya Dusun Purwo Bakti.

Kelompok batik tulis Dusun Purwo Bakti ini terbentuk dari inisiatif ibu-ibu rumah tangga itu sendiri dengan modal dari dana dusun yang sangat terbatas, berkat kemauan mereka yang sangat tinggi maka terbentuklah kelompok pembatik dengan alat seadanya, mereka membentuk kelompok dengan nama Lissa Batik diambil dari singkatan nama pembatik sendiri yaitu lia, susi, sus dan anita, sedangkan tiga kelompok lainnya belum memiliki nama, brand produk dan platform media social untuk melakukan pemasaran digital. awal pembentukan dari 4 kelompok pembatik, hanya 3 kelompok yang terus maju dan telah menghasilkan karya batik daerah Dusun Purwo Bakti sampai saat ini.

Kelompok Lissa Batik adalah kelompok pertama yang sudah menciptakan brand logo produk serta telah memasarkan batiknya dengan memanfaatkan aplikasi facebook dan whatsapp, namun mereka mengakui brand logo mereka belum sempurna karena mereka belum faham mengenai logo, dan mereka pun meminta bantuan percetakan untuk mendesain logo sederhana untuk kelompok lissa batik. Disamping itu dua kelompok lainnya mereka belum memiliki nama kelompok, brand logo dan platform media sosial untuk memasarkan hasil karya batik mereka. Logo merupakan suatu tampilan dari brand agar konsumen dapat dengan mudah mengenali produk batik itu sendiri, logo yang baik yaitu logo sebaiknya mudah terbaca, terlihat jelas, koheren, mudah dimengerti, mudah diingat dan sederhana sehingga batik Dusun Purwo Bakti mudah di kenali (Destrina et al. 2022).

Pada saat ini, menjalankan sebuah usaha dan memasarkan produk dengan menggunakan internet merupakan satu hal yang dianggap mutlak dan wajib dikuasai. Digital *marketing* melalui internet atau memanfaatkan teknologi seperti website, blog ataupun media sosial menjadi solusi yang tepat, praktis, efisien, juga biayanya yang tergolong murah. Oleh karena itu, dengan kepraktisan yang tersedia pada platform media sosial, promosi dapat dilakukan secara gratis dan efisien (Ramadhani, Artikel, and Mojo 2021). Hal ini berdampak positif karena pengrajin batik mampu memanfaatkan internet untuk memasarkan hasil karya batiknya melalui platform media sosial yang di sukai. Berikut gambar survei Hootsuite pada bulan Februari 2022 tentang penggunaan media sosial di Indonesia.



Gambar 2. Survei Hootsuite (Februari, 2022)

Berdasarkan hasil survey dari Hootsuite pada Februryari 2022, platform media sosial yang sering

digunakan oleh masyarakat Indonesia di peringkat pertama adalah pengguna Whatsapp sebanyak 88,7% dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 87,7% (naik). Peringkat kedua penggunaan platform media sosial adalah Pengguna Instagram sebanyak 84,8% dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 86,6% (turun). Peringkat ketiga adalah Pengguna Facebook sebanyak 81,3% dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 85,5% (turun). Platform media sosial ini menjadi tolak ukur bagi pemasaran industri batik untuk memanfaatkan platform media sosial dalam meningkatkan pemasaran batik.

Masalah yang dihadapi dalam pemanfaatan digital marketing untuk mengembangkan dan pemasaran pada industri batik di Dusun Purwo Bakti adalah Para kelompok pembatik belum menciptakan logo tampilan dari brand batik Dusun Purwo Bakti agar dapat di kenal oleh konsumen. Belum menggunakan platform media sosial dalam promosi pemasaran secara maksimal.

Berdasarkan latar belakang masalah, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kemampuan para pengrajin batik Desa Purwo Bakti dalam memasarkan produk mereka secara luas melalui platform digital. yakni meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin batik dalam menggunakan platform digital seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, membantu para pengrajin batik dalam membuat konten yang menarik dan informatif untuk mempromosikan produk mereka, memberikan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan para pengrajin batik, membangun komunitas online untuk para pengrajin batik Desa Purwo Bakti agar dapat saling berbagi informasi dan pengalaman.

METODE

Kegiatan pelatihan dilaksanakan di Dusun Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo. Program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan sistem pelatihan dan pendampingan terpadu. Tahapan kegiatan tersebut terdiri dari tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pendampingan.

1. Tahap Persiapan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

Sebelum kegiatan dilaksanakan maka dilakukan persiapan - persiapan sebagai berikut:

- Melakukan survey serta meminta izin kepada Datin Dusun Purwo Bakti untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat khususnya kepada para pembatik.
- Melakukan pendataan dan wawancara kepada pembatik di rumah produksi batik agar kami mengetahui apa saja yang perlu kami persiapkan pada acara kegiatan pelatihan.
- Mempersiapkan alat dan bahan untuk kegiatan pelatihan.
- Menentukan waktu pelaksanaan dan lamanya kegiatan Bersama tim.
- Menyebarkan undangan acara kegiatan kepada kelompok pembatik.
- Menentukan dan mempersiapkan desain logo yang akan diusulkan kepada kelompok pembatik.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Kegiatan edukasi pemanfaatan digital marketing untuk mengembangkan dan pemasaran industri batik desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo Provinsi Jambi. Dilaksanakan di Kampung Eko wardoyo Rt. 06 rumah ibu Ita Jumari pada hari rabu tanggal 14 Desember 2022. Kegiatan ini berlangsung dari jam 14.00 s/d 17.00 WIB. Peserta kegiatan pelatihan ini adalah ibu-ibu rumah tangga yang berjumlah 12 orang, terdiri dari 3 kelompok. Pada tahap ini pengabdian bersama pembatik bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

- Narasumber memberikan pelatihan diikuti oleh perangkat dusun beserta para pengrajin batik.
- Pengabdian bersama pembatik merancang dan mendesain logo.
- Pengabdian bersama pembatik memberi nama-nama motif hasil karya pembatik untuk di *upload* ke akun sosial media.
- Pengabdian bersama pembatik membuat akun media sosial untuk memasarkan karya batik tulis.
- Pengabdian juga turut memasarkan produk ke kolega pengabdian.
- Kegiatan pada tahap pelaksanaan ini, pengabdian dan pembatik akan senantiasa bekerja sama, sehingga kedua belah pihak akan bekerja bersama.

3. Tahap Pendampingan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Ketiga adalah tahap pendampingan. Pada tahap ini pengabdian senantiasa melihat progres produksi dan pemasaran batik, pengabdian juga membuat laporan, video kegiatan yang diunggah di sosial media youtube dan facebook, membuat artikel untuk berita surat kabar, dan tetap

membantu pembatik memasarkan produk secara online maupun secara langsung. Pengabdian dan kelompok pembatik juga membuat whatsapp group untuk selalu menjalin silaturahmi.

Khalayak sasaran kegiatan pelatihan ini adalah para pembatik berprofesi sebagai ibu-ibu rumah tangga di Dusun Purwo Bakti dimana mereka memanfaatkan waktu luangnya untuk membatik. Melalui kegiatan pelatihan ini para pembatik mampu memanfaatkan platform sosial media sebagai sarana promosi dalam memasarkan batik.

Kegiatan pelatihan ini memiliki relevansi bagi masyarakat yang memiliki UMKM lain. Melalui pelatihan ini pembatik dapat menerapkan pemasaran melalui digital marketing sehingga dapat meningkatkan pemesanan batik tulis selain itu brand logo batiknya dapat di kenal oleh masyarakat luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Edukasi pemanfaatan digital marketing ini bertujuan untuk memperkenalkan batik tulis khas Dusun Purwo Bakti dengan menciptakan logo sebagai salah satu proses branding dan strategi marketing menggunakan sosial media. Adapun alur pemberian materi pengabdian sebagai berikut :

A. Merancang Logo Brand

Logo merupakan bagian penting untuk mengenalkan dan memasarkan produk. Logo yang digunakan hendaknya mengandung filosofi, sederhana, namun elegan (Gunawan and Gunawan 2020). Logo Awal untuk Kelompok Lissa Batik



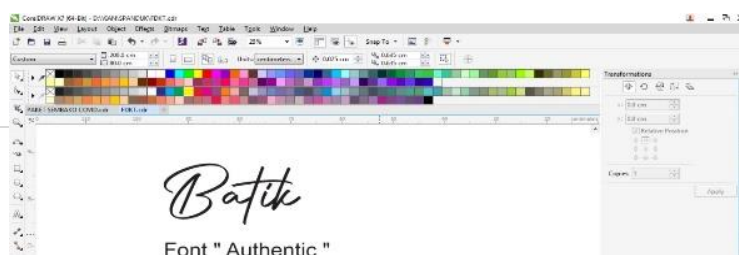
Berdasarkan hasil diskusi perangkat dusun dengan tim pengabdian, maka disepakati logo sebagaimana tersaji pada Gambar 3. Logo tersebut memuat inisial nama dari setiap kelompok pembatik.



Gambar 3 Desain Logo Batik Perancangan pembuatan logo menggunakan aplikasi CorelDRAW X7

CorelDRAW adalah aplikasi yang berfungsi sebagai editor grafik vektor yang menghasilkan gambar visual. Aplikasi ini fokus pada editor gambar, sehingga banyak dipakai oleh pengguna dalam bidang advertising, desain visual, percetakan, dan bidang lain yang memerlukan format visualisasi. (Budiarta and Sila 2022).

Tulisan Lissa Batik, Hawa Batik, FN Batik, dan D'ersya Batik merupakan singkatan dari nama-nama kelompok pembatik yang di buat sebagai logo, yakni Lissa Batik merupakan singkatan dari (Lia, susi, sus dan anita), Hawa Batik memiliki arti perempuan pembatik yang Tangguh, FN batik singkatan dari nama Fitria Ningsih sedangkan D'ersya singkatan dari nama anak pembatik yaitu Diana Eri Syafitri, didesain nama menggunakan *Font Authentic* dengan *Font Size 37 point*, tulisan Batik Tulis menggunakan *Font Book Antique* dengan *Font Size 13 point*, tulisan PURWOBAKTI menggunakan *Font Avantgarde BK BT* dengan *Font Size 10 point*. desain dapat dilihat pada gambar 6. Desain penulisan.



Gambar 4. Desain Penulisan menggunakan aplikasi CorelDRAW X7

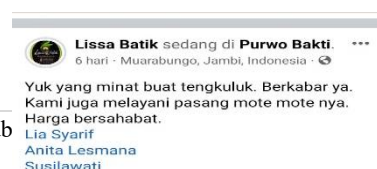
Tulisan Lissa Batk, Hawa Batik, FN Batik, dan D'ersya Batik dimodifikasi lebih menarik di lihat, daun pisang dimodifikasi dengan bentuk menyerupai bentuk canting yang digunakan untuk melukis batik. Adapun makna dari setiap elemen yang terdapat didalam logo Batik Purwobakti, yakni:

1. Daun Pisang dan Buah Pisang
Memiliki makna bahwasanya yang menjadi ciri dari Batik Purwobakti adalah Pohon pisang. Dimana didaerah Dusun Purwo Bakti terdapat banyak Pohon Pisang disitulah awal dimana Motif-motif yang tercipta sesuai dengan tanaman yang tumbuh subur didusun Purwo Bakti. Dari mulai daun, pelepah dan buah pisang.
2. Canting pada Daun Pisang
Canting adalah alat yang digunakan dalam melukis batik Purwo Bakti, yang mencirikan batik tersebut masih batik tulis manual hingga membutuhkan alat canting sebagai media melukis.
3. Tulisan Purwobakti
Menandakan daerah Purwo Bakti yang ada di Kabupaten Bungo yang menjadi salah satu sentral batik serta pusat oleh-oleh khas Kabupaten Bungo.
4. Ikon Media Sosial
Menandakan informasi yang dapat dihubungi untuk pemesanan Batik Purwo Bakti.
5. Background Hitam
Melambangkan kesan keteraturan dan kenaggunan yang menenangkan dan kenyamanan.
6. Line Hijau dan Kuning pada bentuk Oval
Warna hijau melambangkan alam dan kesejukan. selanjutnya warna kuning melambangkan keceriaan, menyenangkan, optimis dan bahagia. Dimana hijau diambil dari makna tumbuhan yang tumbuh subur di Dusun Purwo Bakti dengan tanaman pisang serta kesejukan daerah tersebut, untuk warna kuning melambangkan bahwasannya warna-warna yang digunkan adalah warna-warna cerah seperti warna kuning, merah, orange dan warna-warna cerah lainnya.

B. Digital Marketing

Digital marketing dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi secara digital. Salah satu contoh pemasaran digital adalah internet marketing (*e-marketing*). E-marketing merupakan suatu proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya internet (Sagita and Wijaya 2022).

Pemasaran digital dalam pelatihan ini bertujuan untuk mengedukasi pembatik tentang cara memasarkan produk secara online. Selama ini pembatik memasarkan produknya dengan cara mulut ke mulut, pengabdian telah memberikan pelatihan pemasaran digital dalam memanfaatkan aplikasi platform media sosial yaitu Facebook, Instagram, dan Whatsapp agar pembatik bisa memasarkan batik tulis Dusun Purwo Bakti dan dapat di kenal oleh masyarakat luas agar omset pesanan lebih meningkat. Dapat di lihat pada gambar berikut



Gambar 5. Digital *Marketing* melalui FacebookGambar 6. Digital *Marketing* melalui InstagramGambar 7. Digital *Marketing* melalui Whatsapp

Kegiatan ini menunjukkan hasil positif dalam hal peningkatan digital marketing dalam pengembangan kususny pada industri batik pada warga Dusun Purwi Bakti Kecamatan Batin III

Kabupaten Bungo Jambi. beberapa pertanyaan atau keluhan seputar materi yang disampaikan pembatik maupun anggota pelatihan yang belum terpecahkan menjadi agenda materi untuk pelatihan selanjutnya. Saat akhir pelatihan, setelah diamati adanya peningkatan kemampuan pembatik dalam peningkatan dalam kemampuan pembuatan logo, pengetahuan dalam digital *marketing* sebesar 30%. Angka ini didapat dari beberapa pertanyaan yang diberikan kepada pembatik “Lissa Batik, Hawa Batik, FN Batik dan D’ersya Batik Beberapa pertanyaan memang dapat dijawab meski beberapa pertanyaan masih sulit untuk dijawab. Kesimpulannya, terjadi peningkatan softskill pembatik meningkat sebesar 30%.



Gambar 8. Dokumen Pelatihan

Satu bulan setelah pelatihan, dilakukan kembali pengamatan seputar pemasaran batik tulis Dusun Purwo Bakti, pemasaran batik sudah dilakukan secara digital *marketing* oleh dua kelompok Hawa Batik, FN Batik melalui platform sosial media, peningkatan penjualan atau pendapatan setelah pelatihan ini sebesar 10%-20%. Dengan adanya peningkatan ini maka kesejahteraan anggota pembatik Dusun Purwo Bakti kelompok “Lissa Batik, Hawa Batik, FN Batik dan D’ersya Batik meningkat dan ini dampaknya dapat dirasakan juga di masyarakat Dusun Putwobakti karena pesanan batik sudah mulai berdatangan dan dari itu pembatik memiliki kenaikan pendapatan serta hasil karya batik tulis Dusun Purwo Bakti dapat di kenal oleh masyarakat luas sekaligus dapat menambah penghasilan ibu-ibu rumah tangga pekerja batik Dusun Purwo Bakti.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian Edukasi Digital Marketing untuk Batik Desa Purwo Bakti bertujuan dapat meningkatkan kemampuan para pengrajin batik Desa Purwo Bakti dalam memasarkan produk mereka secara luas melalui platform digital. dengan metode pengabdian Pelatihan dan pendampingan, dengan materi yang di berikan pengenalan platform digital, teknik pembuatan konten yang menarik, dan strategi pemasaran digital. hasil dari pengabdian ini sangat bermanfaat bagi pengrajin baktik diantaranya dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin batik dalam menggunakan platform digital, dapat meningkatkan kemampuan para pengrajin batik dalam membuat konten yang menarik dan informatif serta dapat meningkatkan pemahaman para pengrajin batik tentang strategi pemasaran digital.

PERSANTUNAN

Pelaksanaan pelatihan ini tak terlepas dari beberapa dukungan. Pertama, ucapan terima kasih disampaikan kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Muara Bungo. Kedua, ucapan terima kasih kepada LP3M Universitas Muhammadiyah Muara Bungo yang telah melaksanakan program pendanaan dana hibah pengabdian kepada masyarakat pada dosen. Ketiga, terima kasih kepada datin dan sekretaris Dusun Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo yang sudah menjadi mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tak lupa pula ucapan terima kasih kepada mahasiswa Prodi Bisnis Digital yang terlibat dalam pelatihan ini.

REFERENSI

- Budiarta, I G M, and I N Sila. 2022. “Pemanfaatan Aplikasi Coreldraw Sebagai Media Pembelajaran Pada Kuliah Desain Komunikasi Visual Prodi Pendidikan Seni Rupa” *Jurnal Pendidikan Seni Rupa* ... 12(2): 115–28.

- <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPSP/article/view/49230%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPSP/article/download/49230/22273>.
- Destrina, Aulia Afra, Galvin Christian Lukyanto, Mentari Clara, and Dewanti Siti. 2022. "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM Rajutan BKL Bismo." *Pengabdian pada Masyarakat*: 1473–78.
- Effendi, N., Yanti, V.Y., Afriyani, R.A., & Nelvia, R. (2023). PENINGKATAN PENDAPATAN MELALUI PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN DIGITAL MARKETING KELOMPOK WANITA PENGRAJIN BATIK. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*.
- Gunawan, Barbara, and Yordan Gunawan. 2020. "Pelatihan Dan Pendampingan Pemasaran Batik Di Lendah Kulonprogo Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara* 4(1): 204–15.
- Jundrio, Harry, et al. *Bisnis Digital*. Eureka Media Aksara, 2023
- Ramadhani, Muhammad Fajar, History Artikel, and Kecamatan Mojo. 2021. "ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMKM MELALUI DIGITAL MARKETING PADA KERIPIK PISANG BANNA-QU." *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)* 2(2): 153–58.
- Sagita, Gita, and Zeffanya Raphael Wijaya. 2022. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07." *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen* 1(3): 24–31.
- <https://purwobakti.desa.id/artikel/2020/4/14/profil-desa>
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>