

## Pemberdayaan Masyarakat melalui Digitalisasi Promosi Para Pengrajin Batik Tulis Area Desa Pait

Muhammad Hasan F., Fanny Iga W., Gamaliel Brian D., Alviando Galih S.

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

\*Penulis korespondensi, Surel: muhammad.hasan.2105225@students.um.ac.id

Paper received: 14-12-2022; revised: 28-12-2022; accepted: 10-1-2023

### Abstract

Kasembon sub-district is one of the sub-districts that has a local commodity, batik, with an area of 14,780 hectares. The district is located between 500 and 700 meters above sea level. Kasembon District is also an area that has abundant cultural wealth. The community in the area, from the availability of qualified human resources knowledge of making batik with various community cultures to the cool air. Cultural tourism that can be developed is cultural tourism. This is because the human resources in Pait Village have great potential to be used as a written batik industrial area. The human resource potential of Pait Village is so abundant that it needs to be developed further. The output targeted in this community service is in the form of Instagram-based digital marketing, marketplace Shopee and Tokopedia, and insight into massive online sales marketing. To support this, further planning is needed for the cultural tourism village area to increase sales of Batik Tulis in Pait Village. It is hoped that this empowerment can improve the surrounding community's economy.

**Keywords:** community service; cultural tourism; human resource wealth; promotion of digitalization

### Abstrak

Kecamatan Kasembon merupakan salah satu kecamatan yang masuk dalam salah satu daerah yang memiliki komoditi lokal yaitu batik dengan luas wilayah 14.780 Ha. Kecamatan ini berada di ketinggian antara 500 sampai 700 meter dari permukaan laut. Kecamatan Kasembon ini juga merupakan daerah yang memiliki kekayaan budaya bangsa yang melimpah. Masyarakat di daerah tersebut, mulai dari tersedianya SDM yang mumpuni, pengetahuan akan membuat batik dengan kebudayaan masyarakat yang bermacam-macam, sampai udara yang sejuk. Wisata budaya yang dapat dikembangkan merupakan wisata budaya. Hal ini dikarenakan sumber daya manusia yang ada pada Desa Pait memiliki potensi besar untuk dijadikan sebagai kawasan industri batik tulis. Potensi SDM Desa Pait sangat melimpah sehingga perlu dikembangkan lebih lanjut. Luaran yang ditargetkan pada pengabdian kepada masyarakat ini berupa pemasaran digital berbasis Instagram, marketplace shopee dan Tokopedia dan berwawasan penjualan marketing secara massive di Internet. Demi mendukung hal itu, diperlukan dilakukan perencanaan lebih lanjut terhadap kawasan desa wisata budaya agar dapat meningkatkan penjualan Batik Tulis yang ada di Desa Pait. Diharapkannya dengan adanya pemberdayaan ini dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

**Kata kunci:** pengabdian masyarakat; wisata budaya; kekayaan SDM; digitalisasi promosi

### 1. Pendahuluan

Kecamatan kasembon merupakan salah satu kecamatan yang masuk dalam salah satu daerah yang memiliki komoditi lokal yaitu Batik tulis dengan luas wilayah 14.780 Ha. Kecamatan ini berada di ketinggian antara 500 sampai 700 meter dari permukaan laut. Kecamatan ini memiliki penduduk berjumlah 50.525 jiwa, yang terdiri dari 25.171 orang laki-laki dan 25.353 orang perempuan. Mayoritas penduduknya memeluk agama Islam dan bermata pencaharian sebagai petani dan wiraswasta. Kecamatan Kasembon ini juga merupakan daerah yang memiliki kekayaan budaya lain yang melimpah. Beraneka ragam

budaya dan perkebunan menjadi ketahanan pangan masyarakat di daerah tersebut, mulai dari tersedianya budaya yang beraneka ragam, pengetahuan akan berbudaya masyarakat yang bermacam-macam, sampai banyaknya pekerja budaya di daerah ini.

Salah satu wilayah yang berpotensi untuk dijadikan kawasan wisata budaya batik tulis adalah di Desa Pait. Produk batik yang dapat dikembangkan merupakan batik tulis dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang ada. Hal ini dikarenakan banyaknya pengrajin pada Desa Pait memiliki potensi besar untuk dijadikan sebagai penghasil batik tulis yang mumpuni. Sumber daya manusia yang dimiliki masih belum dapat dimaksimalkan.



**Gambar 1. Potensi Pengrajin Batik Desa Pait**

Hasil Batik Tulis Gambar 1 biasanya hanya dipajang di galeri batik untuk diperjualbelikan sehingga penjualan batik ini kurang berkembang hanya di wilayah sekitar saja. Sehingga memerlukan penjualan yang lebih luas untuk produk daerah ini.

## **2. Metode**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi beberapa proses/tahap. Adapun tahapan tersebut antara lain adalah (1) Persiapan, (2) Pelaksanaan, dan (3) Evaluasi dan Pelaporan. Rincian pada Gambar 2.

### **2.1. Tahap Persiapan**

Pada tahap ini dilaksanakan beberapa kegiatan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Tahap persiapan sendiri meliputi:

a. Survei dan analisis kebutuhan

Survei dilakukan untuk mengetahui kondisi asli pada kegiatan pengabdian masyarakat ini. Survei akan dilakukan dengan mengunjungi langsung ke lokasi serta melakukan wawancara dengan kepala Desa Pait. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data dan informasi mengenai pengrajin batik yang ada di Desa Pait sehingga dapat dijadikan acuan dalam pemberdayaan digitalisasi promosi produk batik.

b. Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi dilakukan untuk mendapatkan posisi yang tepat sebagai spot foto & video produk yang akan di unggah di media massa serta akun digitalisasi promosi produk (shopee & IG).



Keterangan:



Gambar 2. Rincian Kegiatan

## 2.2. Tahap Pelaksanaan

- Pembuatan desain konten akun digitalisasi promosi yang disesuaikan dengan konsep yang telah ditetapkan sebelumnya.
- Pengambilan bahan konten foto & video sebagai penyusun konten serta buku katalog yang disesuaikan dengan konsep sesuai perencanaan.
- Pelaksanaan Kegiatan. Pada tahap ini dilaksanakan kegiatan Penyusunan konten foto, video, E-Modul, buku katalog serta pengunggahannya di media digital

## 2.3. Tahap Akhir

- Evaluasi pelaksanaan kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan berdasarkan hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan. Hasil evaluasi dapat berupa ketercapaian solusi yang ditawarkan kepada masyarakat serta target dari kegiatan pengabdian ini.

- b. Pembuatan Laporan Kegiatan  
Setelah proses evaluasi maka dilanjutkan dengan proses pembuatan laporan kegiatan. Laporan kegiatan berisi semua proses yang telah dikerjakan sebelumnya sebagai bukti ketercapaian output yang diharapkan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Persiapan

Tim pengabdian Universitas Negeri Malang berinisiatif memberikan suatu inovasi dalam rangka membantu masyarakat Desa Pait membuat digitalisasi promosi bagi para pengrajin batik di desa Pait, sebagai upaya memperkenalkan luaskan produksi batik desa Pait ke Masyarakat agar dapat meningkatkan penjualan produk batik Gamawening. Dikarenakan penjualan batik Gamawening yang masih mengandalkan penjualan offline sehingga belum banyak Masyarakat yang mengetahui dibuatlah akun digitalisasi promosi untuk para pengrajin batik agar menarik minat Masyarakat luas serta meningkatkan penjualan. Tampilan Digitalisasi Promosi dapat dilihat pada Gambar 3, 4 dan 5.

Sebagai salah satu Desa di Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang yang memiliki berbagai potensi, Desa Pait merupakan desa yang potensial untuk dikembangkan menjadi desa mandiri melalui UMKM batik. Berdasarkan informasi lapangan yang diperoleh dari kepala Desa Pait terdapat beberapa permasalahan yang cukup menghambat dalam promosi kerajinan batik desa yang menjadi pendapatan sebagian warga desa. Permasalahan-permasalahan tersebut adalah:

- a. Kurangnya pengetahuan tentang digitalisasi promosi produk batik Desa Pait.
- b. Belum tersedianya Akun digitalisasi promosi produk batik Desa Pait.
- c. Kurangnya penjualan produk batik Gamawening yang menyebabkan mengendapnya hasil produk yang berimbas pada pemasukan Masyarakat Desa Pait

Berikut adalah hasil dari pengabdian masyarakat berupa E-Book tutorial pembuatan akun, Desain IG & Buku katalog.

#### 3.2. Tahap Evaluasi dan Pelaporan

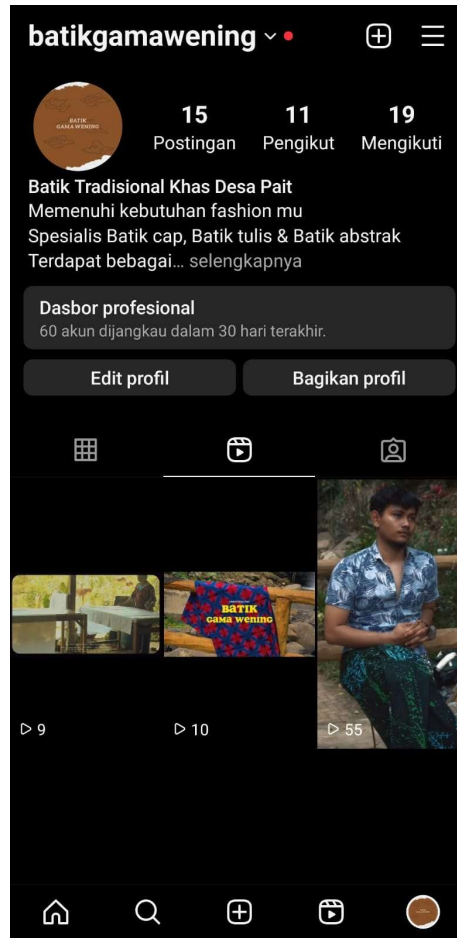
Tahap akhir adalah tahap evaluasi dan pelaporan, evaluasi dilakukan berdasarkan hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan. Hasil evaluasi berupa capaian dari solusi yang ditawarkan kepada mitra Desa Pait. Sosialisasi pada Desa Pait dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 3. E-Book Digitalisasi Promosi



Gambar 4. Desain Katalog Produk



Gambar 5. Desain Akun Digitalisasi Promosi Batik Gamawening



Gambar 6. Sosialisasi Desain kepada pihak Desa Pait

#### 4. Simpulan

Digitalisasi Promosi digunakan sebagai sarana memperkenalkan produk batik Desa Pait Kemasyarakatan Luas untuk meningkatkan penjualan produk. Dengan adanya Digitalisasi Promosi ini dapat secara efisien memperkenalkan produk Batik Gamawening dan diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan para pengrajin Batik Desa Pait. Selain itu dapat menggenjot UMKM Batik di kawasan Desa Pait agar dapat menjual produk secara *massive* dan *Go Internasional*.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu kegiatan ini, khususnya Pihak Desa Srigonco dan Tim Pengabdian Universitas Negeri Malang yang mendukung pelaksanaan kegiatan ini, serta media-media publikasi yang membantu menyebarkan info-info positif terkait pelaksanaan kegiatan ini yang diharapkan agar masyarakat lain dapat menjadi contoh sehingga dapat berkreasi melalui kegiatan serupa.

### Daftar Rujukan

- Gusthomi, M. (2020). *LKP: Rancang bangun digital marketing untuk membantu pemasaran di UMKM belva batik tulis Madura* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- Hotana, M. S. (2018). Industri e-commerce dalam menciptakan pasar yang kompetitif berdasarkan hukum persaingan usaha. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 1(1), 28-38.
- Larasati, F. U., Aini, N., & Irianti, A. H. S. (2021). Proses Pembuatan Batik Tulis Remekan di Kecamatan Ngantang. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1).
- Purwiantoro, M. H., SW, D. F. K., & Hadi, W. (2016). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM). *Eka Cida*, 1(1).
- Rahmidani, R. (2015). Penggunaan e-commerce dalam bisnis sebagai sumber keunggulan bersaing perusahaan. *Pengguna. E-Commerce dalam bisnis sebagai sumber keunggulan bersaing Perusah., no. c*, 345-352.
- Setiawan, D., Fitri, L. E., Wijaya, R., & Putra, D. N. (2020). Diseminasi aneka kerajinan batik bagi meningkatkan produktivitas daya saing produk berbasis e-commerce pada UMKM batik di Kecamatan Pelayangan Kota Jambi. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(1), 35-43.