

Peningkatan Manajemen Pemasaran Dan Mutu Pola Motif Batik Dermo Dengan Menggunakan Teknologi Informasi

¹Tri Esti Rahayuningtyas, ²Ery Mintorini, ³Moch. Sjamsul Hidajat, ⁴Choerul Umam

^{1,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang 50131

²Program Studi DKV, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang 50131

³Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang 50131

Artikel Info

Kata kunci:

Mutu
Pola
Batik

ABSTRAK

Batik Dermo merupakan produk Kelurahan Dermo kota Kediri. Dalam pengabdian masyarakat ini dilakukan pengembangan usaha Batik Dermo. Upaya pengembangan UMKM Batik Dermo ditujukan untuk meningkatkan daya saing dan meningkatkan kualitas Batik Dermo sebagai produk khas Kota Kediri khususnya Kelurahan Dermo yang diminati konsumen melalui perbaikan pengelolaan usaha. Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan manajemen bisnis dengan meningkatkan strategi pemasaran, meningkatkan mutu proses produksi, dan memperluas pemasaran melalui konten digital. Untuk mengembangkan Batik Dermo, metode yang digunakan adalah pelatihan, sosialisasi dan pendampingan. Implementasi pengembangan bisnis yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan manajemen bisnis melalui aspek pemasaran dan aspek konten digital dan peningkatan mutu pola batik yang dihasilkan melalui komputer. Semoga dengan pelatihan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini bisa menjadi titik awal baru bagi Batik Dermo untuk bersaing dengan produk batik dari daerah lain.

Author Korespondensi :

Choerul Umam,
Manajemen,
Universitas Dian Nuswantoro, Semarang
Email: choerul.umam@dsn.dinus.ac.id

1. PENDAHULUAN

Karya seni batik ini bukan hanya sekedar lukisan, seni yang akan dilukis harus memiliki tema yang mengandung makna filosofis. Filosofi corak batik ini erat kaitannya dengan budaya Jawa, yang sangat menitikberatkan pada simbol-simbol yang sangat meresapi falsafah hidup orang Jawa (Eny Kustiyah, 2017). Industri batik telah mempertahankan proses produksi tradisional manual sejak zaman kuno. Oleh karena itu, proses produksi satu kain batik berkualitas tinggi membutuhkan waktu yang lama. Hingga saat ini telah banyak inovasi alat-alat produksi batik untuk mempercepat proses produksi, seperti alat-alat listrik dan kompor listrik.

Di zaman sekarang ini, produktivitas dan strategi pemasaran terus dioptimalkan untuk meningkatkan pendapatan pengrajin Batik Dermo Kediri. Untuk mengembangkan bisnis Batik Dermo Kediri perlu dikembangkan tiga aspek yaitu aspek pemasaran, aspek konten digital dan aspek pola batik. Pengembangan Pemasaran Batik Dermo menggunakan website, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan *e-commerce* seperti Shopee dan Lazada. Hal ini untuk memperluas pasar Batik Dermo Kediri. Batik Dermo Kediri perlu dikembangkan agar pemasaran melalui media digital lebih efektif.

Media promosi adalah alat yang digunakan untuk mengomunikasikan produk, barang serta jasa agar lebih dapat dikenal oleh masyarakat luas. Sebenarnya dengan adanya media promosi online dan media promosi tradisional mempunyai tujuan yang sama yaitu agar masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai suatu produk dengan mudah (Lustono & Laila Cahyani, 2020; Choirina, et al., 2022). Media promosi melalui online pada saat ini sangat dibutuhkan untuk memasarkan suatu produk. Media promosi tersebut dapat melalui website, media sosial, dll. Dengan adanya media promosi tersebut, informasi dapat tersebar luas secara merata

dengan pesat sehingga tidak perlu mengeluarkan banyak biaya seperti melakukan promosi secara offline. Dari sosial media, kita juga dapat belajar dari kompetitor cara memasarkan produk yang sama jenisnya dengan yang kita jual sebagai pedoman maupun inspirasi serta sebagai media informasi dan untuk perbaikan manajemen usaha melalui peningkatan strategi pemasaran, perbaikan pada proses produksi dan juga perluasan pemasaran melalui konten digital.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa pelatihan proses pembuatan desain batik dengan memanfaatkan teknologi komputer dan manajemen pemasaran. Program ini digunakan untuk meningkatkan inovasi kreativitas produk dengan memberikan keterampilan teknik desain pola batik berbasis digital.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan kelompok pengrajin batik Dermo yaitu kelompok batik yang mayoritas ibu-ibu rumah tangga dari lingkungan kelurahan Dermo. Tepatnya kelompok batik Dermo yang bertempat di wilayah RW 03 tepatnya di Perumahan Dermo Kec. Mojoroto Kota Kediri yang anggotanya sampai saat ini ada 40 orang.

Sedangkan tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini melalui beberapa tahapan-tahapan, yaitu :

Tahap 1 : Pelaksanaan Persiapan

1. Koordinasi dengan tim pelaksana PKM
2. Survei lokasi mitra
3. Tim pelaksana PKM menjalin kerjasama dengan Mitra Batik Dermo
4. Koordinasi dengan Mitra Batik Dermo
5. Menetapkan jadwal dan tempat pelatihan baik dengan tim pelaksana PKM dan mitra batik Dermo

Tahap 2 : Pra Pelaksanaan

1. Pertemuan tim pelaksana PKM dan mitra batik Dermo untuk pelaksanaan sosialisasi
2. Sosialisasi pelatihan dengan peserta dari kelompok pengrajin batik Dermo

Tahap 3 : Pelaksanaan Pelatihan

1. Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah disepakati
2. Tim pelaksana kegiatan ini melakukan pelatihan program desain grafis dan manajemen pemasaran melalui tatap muka langsung

Tahap 4 : Pelaksanaan Evaluasi dan Pendampingan

1. Evaluasi program ini dilaksanakan setelah pelatihan program selesai dilakukan
2. Pendampingan kepada kelompok pengrajin batik Dermo dilaksanakan setelah program pelatihan selesai dilakukan

3. PEMBAHASAN HASIL

Kegiatan pengabdian Peningkatan Manajemen Pemasaran Dan Mutu Pola Motif Batik Dermo Dengan Menggunakan Teknologi Informasi dilaksanakan pada tanggal 1 Juni 2022 sampai dengan 31 Agustus 2022. Peningkatan kuantitas dan kualitas batik Dermo, peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat akan teknologi informasi khususnya program desain grafis sehingga menghasilkan pola motif batik berbasis IT dan Manajemen Pemasaran.

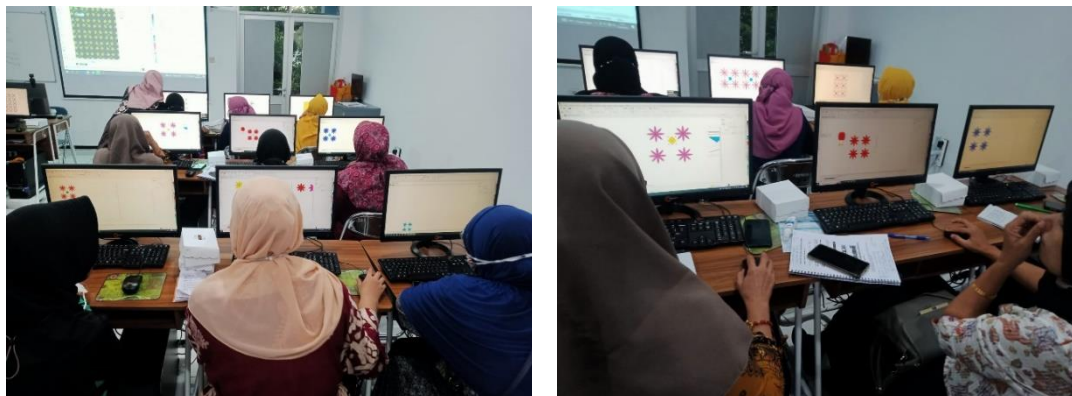
Melalui manajemen pemasaran berbasis digital, akan lebih memudahkan kelompok pengrajin batik Dermo memasarkan produknya dengan menjangkau pasar yang lebih luas. Pemaparan materi disampaikan oleh dosen dan mahasiswa yang terlibat sebagai tim pengabdian. Kelompok pengrajin batik akan mendapatkan keterampilan membuat desain batik melalui teknologi informasi, selain itu pengrajin batik Dermo juga akan mendapatkan manajemen pemasaran berbasis teknologi informasi. Selama ini batik Dermo dalam memasarkan hasil produksinya melalui dari mulut ke mulut, baik konsumen perorangan maupun kelompok/instansi.

Melalui manajemen pemasaran berbasis teknologi informasi, hasil produksi batik Dermo bisa meraih target pasar yang diinginkan serta mendapat lebih banyak konsumen. Dengan meningkatnya penjualan maka akan berpengaruh pada kesejahteraan pengrajin batik Dermo. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan cara :

1. Memberikan keterampilan komputer program desain grafis kepada kelompok pengrajin batik Dermo dalam bentuk pelatihan
2. Memberikan pelatihan manajemen pemasaran dalam bentuk toko online untuk mendukung penjualan batik Dermo, dengan jangkauan pasar yang lebih luas.

Melalui solusi di atas kelompok pengrajin batik Dermo :

1. Memiliki keterampilan membuat pola motif batik berbasis komputer, akan menghasilkan motif-motif batik yang inovatif mengikuti perkembangan jaman dan permintaan konsumen.
2. Meningkatkan kuantitas dan kualitas batik.
3. Melalui toko online, akan lebih memudahkan kelompok pengrajin batik Dermo memasarkan produknya.



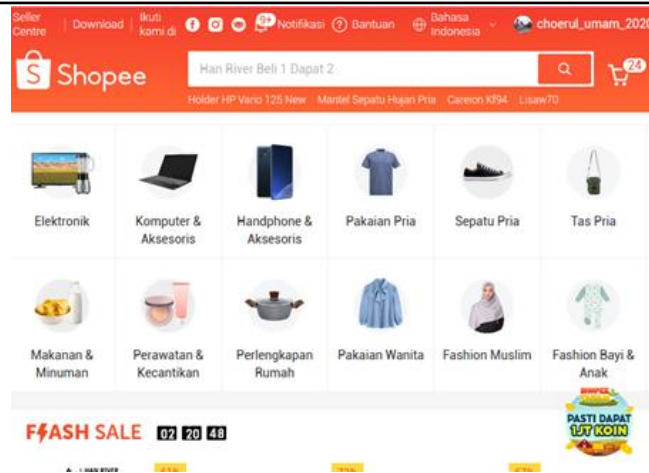
Gambar 1. Pelatihan Desain Grafis



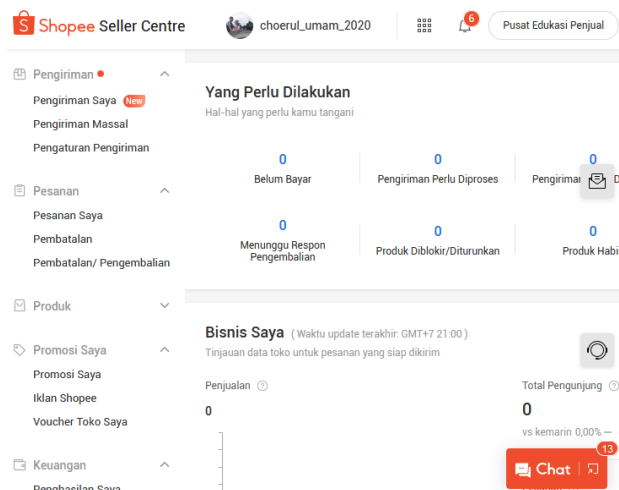
Gambar 2. Pelatihan Manajemen Pemasaran

Di dalam kegiatan pengabdian kelompok Batik Dermo mendapatkan pelatihan manajemen pemasaran, *E-Commerce* dan desain produk. Pelatihan dilaksanakan di balai kelurahan Dermo dan Kampus UDINUS Kediri. Kegiatan dilakukan oleh 4 dosen dan 2 mahasiswa. Peserta dari kelompok batik dermo sejumlah 20 orang. Kegiatan dilaksanakan sebanyak 10 pertemuan dan dilanjutkan dengan pendampingan.

Bentuk pelatihan manajemen pemasaran, peserta diajarkan metode-metode pemasaran yang bisa dipakai. Media yang bisa digunakan untuk pemasaran serta strategi pemasaran untuk era digital saat ini. Untuk materi *E-Commerce* peserta pelatihan mendapatkan materi perdagangan secara elektronik dengan model *marketplace*. Pelatihan ini dilanjutkan dengan praktikum secara langsung memasukkan produk kedalam *marketpace* yang paling populer saat ini. *Marketplace* yang digunakan adalah shopee. Peserta mendapatkan materi membuat akun, memasukkan produk, memanfaatkan fitur promo, gratis ongkir serta fasilitas untuk menyelesaikan order. Peserta diajarkan cara untuk melihat data penjualan serta analisis data dari laporan yang dihasilkan.

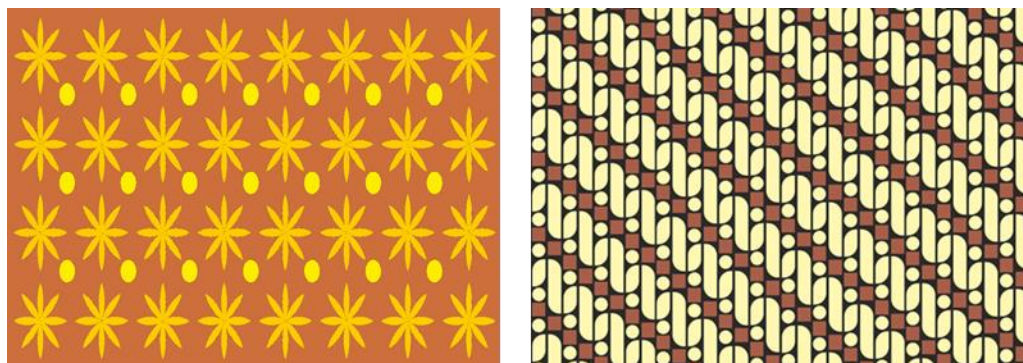


Gambar 3. Aplikasi shopee



Gambar 4. Shopee Seller Centre

Untuk materi desain grafis dilaksanakan di lab komputer yang ada di kampus UDINUS Kediri. Materi yang diberikan antara lain desain grafis menggunakan Corel Draw. Dari materi ini diharapkan menghasilkan desain yang kreatif, inovatif dan mempermudah proses pembuatan desain batik bagi pengrajin.



Gambar 5. Motif batik

Hasil dari evaluasi kegiatan yang telah dilakukan, kelompok batik tulis dermo merasa mendapatkan ilmu serta pengalaman baru dalam bidang manajemen pemasaran, *e-commerce* dan desain grafis.

Pertama, pelaksanaan kegiatan pengabdian untuk kelompok batik dermo kediri mendapatkan materi manajemen pemasaran. Dengan materi ini para peserta mendapatkan ilmu dan penjelasan tentang strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing produk, serta mampu meningkatkan angka penjualan.

Kedua, materi *e-commerce* dapat diterima peserta pelatihan dengan baik. Peserta pelatihan dapat memposting produk di *marketplace*. Produk dapat dilihat dan diakses oleh orang dimana saja dan kapan saja. Proses pembelian dan penjualan akan semakin mudah dan terpercaya. Peserta juga bisa melakukan analisa produk yang bisa digunakan untuk menentukan strategi pemasaran.

Ketiga, pelaksanaan kegiatan pengabdian untuk materi desain grafis berjalan dengan lancar dengan bantuan fasilitas lab kampus. Peserta mendapatkan pengalaman dengan praktik langsung dengan bimbingan dosen dan mahasiswa.

Pengrajin Batik Dermo, juga telah memiliki Toko Online dengan alamat <https://dermo-batik.blogspot.com/>



Gambar 6. Toko Online Batik Dermo Kediri

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di kelompok Batik Dermo Kediri ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Kegiatan pengabdian di kelompok batik dermo berjalan dengan lancar berkat dukungan dari kelurahan Dermo dan seluruh pihak yang terlibat.
2. Dalam pelaksanaan pengabdian yang dilaksanakan bagi mitra di kelompok batik dermo kediri peserta dapat memahami manajemen pemasaran, pemanfaatan *e-commerce* serta desain grafis untuk membentuk pola batik yang baik.

Sebagai masukan dari team pengabdian bahwa perlu ada kegiatan lanjutan untuk memperdalam materi yang sudah diberikan. Untuk desain grafis perlu pelatihan lebih lama dengan materi yang dapat meningkatkan kemampuan peserta serta bisa mendesain batik tulis yang baik secara digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Dian Nuswantoro yang memberikan kesempatan dan pendanaan demi suksesnya Pengabdian Peningkatan Manajemen Pemasaran Dan Mutu Pola Motif Batik Dermo Dengan Menggunakan Teknologi Informasi.

REFERENCES

- [1] Kustiyah, Iskandar E. "Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia Di Era Globalisasi." *Gema*, vol. 30, no. 52, 30 Jan. 2017.
- [2] Lustono & Laila Cahyani, F. (2020). Pengaruh Media Promosi Digital Atau Online Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanjadolo Online Shop Di Kecamatan Banjarnegara. *Jurnal Medikonis STIE Tamansiswa Banjarnegara*, 20, 11–24. <https://tambara.ejournal.id/medikonis/article/download/18/13/>
- [3] Damsar. *Pengantar Sosiologi Pendidikan*. Padang : Kencana, 2010.
- [4] H. M. Rasyid. *Ilmu Pendidikan (Teori & Praktis)*. Madura : Universitas Trunojoyo. 2014.
- [5] H. Siti Istiningasih, "Blended Learning, Trend Strategi Pembelajaran Masa Depan," *J. Elem.*, pp. 49–56, 2015.
- [6] M. Nugraha, N. B., Sellyana, A., & Suhaidi. "Pelatihan *E-Learning* Pada Guru SMA IT Plus Bazma Brilliant," vol. 2, no. 2, pp. 127–132, 2019, [Online]. Available: <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v2i2.334>
- [7] D. N. Wardani, "Daya Tarik Pembelajaran Di Era 21 Dengan *Blended Learning*," *JKTP*, vol. 1, no. 1, pp. 13–18, 2018.
- [8] S. Pustadi, "Pengembangan Modul Pelatihan Berbasis *Blended Learning* untuk Meningkatkan Keterampilan Inkuiri dan *Scaffolding* Guru Kimia," vol. 2, no. 2, pp. 1– 15, 2019.
- [9] Pradnyana, G. A., 2017, *Blended Learning*, Universitas Pendidikan Ganesha, Bali.
- [10] Ahmad, Perwira Negara, H. R., Ibrahim, M., & Etmy, D., *Pelatihan Pembelajaran Daring (Google Classroom) bagi Guru MTs dan MI Nurul Yaqin Kelanjur*, JPMB : Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkarakter, Vol. 3 (1), 66–79. <https://doi.org/10.36765/jpmb.v3i1.224>, 2020.
- [11] Kurnia, S., Choudrie, J., Mahbubur, R. M & Alzagool. (2015). E-Commerce Technology Adoption: A Malaysian Grocery SME Retail Sector Study.
- [12] Peri, G., Traverso, M., Finkbeiner, M., Rizzo, G (2012). Embedding Substrate in Environmental Assessment of Green Roofs Life Cycle: Evidence from an Application to the Whole Chain in a Mediterranean Site. *Journal of Cleaner Production*, 35. 274-284.
- [13] Derham, R., Cragg, P., & Morris, S. (2011). Creating Value: An SME and Social Media. Pacis Proceedings paper 53.
- [14] Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S & Jaafar N. I. (2015). Factors Influencing the Use of Social Media by SMEs and Its Performance Outcomes. *Industrial Management & Data Systems*. 115 (3). 570-588.
- [15] Bentler, P.M., Chou, C.P.(1987). Practical Issues in Structural Modeling. *Sociological Methods & Research*.