

## PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN BRILIAN BATIK MELALUI DIVERSIFIKASI PRODUK DAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN

**Eny Widayawati\*, M Al Yasirri Ardi Rohmi, Novangga Fahriza Putra,  
Muhammad Fardan Adzkiya, Muhammad Tyas Fariskal Ardyansyah, Erika  
Diah Safitri, Miftakhul Nurjanah, Yuliana Dewi Permata Sari, Adida  
Purnomo, Nikmatur Rosidah, Navila Firdiani Inanda, Salsabila Bernika  
Putri Aulia**

Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia  
Koresponden penulis: eny.widayawati@unisma.ac.id

### Abstrak

*Bocek merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Desa Bocek sendiri memiliki beberapa potensi sumber daya alam yang melimpah seperti pertanian, peternakan, perkebunan, dan kerajinan batik. Dari semua sumber daya yang ada, sektor kerajinan batik yang menjadi fokus yang dapat dikembangkan dengan melakukan pengembangan dan menggencarkan pemasarannya. Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan minat membuat batik pada warga dan membuat batik lebih dikenal masyarakat luas bukan hanya di desa bocek. Media yang dilakukan untuk meningkatkan minat adalah dengan sosialisasi potensi batik dan Media yang digunakan dalam menggencarkan pemasarannya adalah dengan melakukan pelatihan dan pendampingan promosi lewat media sosial. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan agar kerajinan batik lebih diminati warga dan lebih dikenal oleh masyarakat luas serta tujuan akhirnya membangkitkan kerajinan batik di Desa Bocek.*

### Kata Kunci:

*digital marketing; development produk, penjualan*

### PENDAHULUAN

Budaya merupakan sebuah sistem yang mempunyai koherensi. Bentuk-bentuk simbolis yang berupa kata, benda, sastra, lukisan, nyanyian, musik dan kepercayaan mempunyai kaitan erat dengan konsep-konsep epistemologi dari sistem pengetahuan di masyarakat. Kebudayaan daerah adalah akar dari kebudayaan nasional. Oleh karena itu kebudayaan daerah harus dilestarikan dan dipertahankan, salah satu usaha untuk mempertahankan kebudayaan daerah adalah melalui pelestarian ekspresi budaya tradisional. (Kusumaningtyas et al, 2018).

Salah satu ekspresi budaya tradisional adalah Batik. Batik adalah sehelai kain yang dibuat secara tradisional dan terutama juga digunakan dalam matra tradisional, memiliki beragam corak hias dan pola tertentu yang pembuatannya menggunakan teknik celup rintang dengan lilin batik sebagai bahan perintang warna. Kerajinan batik menjadi bagian dari industri kreatif di Indonesia. Peluang

bisnis sektor industri kreatif ini secara komparatif dan kompetitif mampu mengangkat sumberdaya alam atau potensi lokal di Indonesia. Terlebih setelah tahun 2009, UNESCO menetapkan batik sebagai warisan budaya asli Indonesia, seluruh daerah berlomba menciptakan batik sesuai dengan identitas daerah masing-masing. (Gunawan, 2020).

Pada tahun 2009 UNESCO menetapkan Batik Indonesia sebagai *Masterpiece of The Oral and Intangible Heritage of Humanity* sebagai pengakuan internasional bahwa batik Indonesia merupakan bagian kekayaan peradaban manusia. Tidak hanya memiliki nilai historikal, batik juga memiliki nilai ekspor tinggi yang tumbuh pada semester I tahun 2020 di masa pandemi. Nilai ekspor batik pada Januari hingga Juli 2020 mencapai US\$21,54 juta, sedangkan dalam periode Januari hingga Juni 2019 angka tersebut berada di posisi US\$17,99 juta. Pertumbuhan nilai ekspor batik ini disebabkan oleh semakin banyak diversifikasi dari produk batik. Berdasarkan potensi itulah industri kerajinan dan batik didukung sebagai salah satu sektor yang dapat menjadi penopang agenda Pemulihan Ekonomi Nasional. Negara yang menjadi pasar utama batik Indonesia antara lain Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa. Melihat potensi yang sangat besar, Pemerintah berkomitmen untuk terus berupaya membuka pasar-pasar baru pada skala global. Upaya ini diyakini dapat membantu kembali meningkatkan kinerja industri batik nasional di tengah dampak pandemi sekaligus semakin memperkenalkan beragam batik khas Indonesia. (ekon.go.id, 2021).

Salah satu contoh kerajinan batik adalah Batik dari Desa Bocek yang dibranding dengan nama Brilian Batik. Brilian Batik didirikan oleh Ibu Uswatun. Brilian Batik memiliki motif khas tersendiri. Kebanyakan motifnya mengandung unsur hasil bumi seperti cabai dan kopi yang dikenal dengan nama Parang Lombok. Pengerjaan Brilian Batik sendiri paling cepat adalah 7 hari. Batik di desa Bocek sangat berperan penting dalam melestarikan salah satu kebudayaan Jawa, yaitu batik khususnya batik tulis. Namun kerajinan batik ini tidak diimbangi dengan Sumber Daya Manusianya. Banyak dari Sumber Daya Manusia yang awalnya menekuni pelatihan batik tulis ini namun mereka berhenti menekuninya lagi. Padahal dengan tetap menekuninya dan mengembangkannya dapat melestarikan kerajinan batik dan juga dapat meningkatkan UMKM di Desa Bocek. Semenjak pandemic Covid 19 sampai sekarang penjualan batik mengalami penurunan akibat PPKM yang berlaku dimasyarakat sehingga menyebabkan kerajinan batik di Desa Bocek mulai redup dan kurang dikenal oleh masyarakat luas. Untuk mengatasi permasalahan tersebut pengabdian berinisiatif untuk membantu membangkitkan lagi kerajinan batik dan sekaligus membantu meningkatkan pemasarannya, serta membantu untuk mengembangkan produk yang telah ada, dengan maksud supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas dan konsumen nantinya juga memiliki banyak pilihan dari pengembangan produk tersebut.

Strategi pengembangan merupakan upaya yang menuntut keputusan manajemen puncak atas pengembangan suatu usaha yang direalisasikannya. Disamping, itu strategi pengembangan ikut andil dalam mempengaruhi

berjalannya suatu organisasi dalam jangka waktu yang panjang sekira-kiranya selama lima tahun (Afridhal, 2017). Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2017) “*product development* adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan”. Sedangkan menurut Menurut Henry Simamora dalam Jasmani, 2019, “pengembangan produk adalah proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan mengkonversikannya kedalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial”. Pencarian produk baru didasarkan pada asumsi bahwa para pelanggan menginginkan unsur-unsur baru dan pengenalan produk baru akan membantu mencapai tujuan perusahaan.

Selain strategi pengembangan dari sisi produk, dapat dilakukan juga dari sisi pemasarannya. Sesuai dengan kemajuan teknologi, pemasaran yang sedang menjadi tren saat ini yaitu pemasaran Digital (*Digital Marketing*). Dengan adanya dunia digital saat ini telah merambah hampir semua kehidupan manusia dan telah membukakan kesempatan bisnis baru (Simatupang & Widjaja, 2012). Metode pemasaran dalam revolusi digital saat ini diarahkan pada pemasaran digital (*digital marketing*). Pelaku usaha mulai beralih dari dari yang semula sistem konvensional atau tradisional (offline) ke sistem modern yang sederhananya disebut pemasaran digital (online). Calon pelanggan akhirnya melakukan transaksi melalui internet (Purwana, et all, 2017). Penelitian yang dilakukan Theresa Pradiani tahun 2017 yang meneliti usaha ibu ibu PKK di Malang menunjukkan bahwa metode pemasaran digital terbukti meningkatkan pendapatan usaha. Menurutnya digital marketing adalah sarana paling efektif dan efisien dalam meningkatkan penjualan produk yang bahkan keuntungannya bisa mencapai 100 persen (Pradiani, 2018).

Dari fenomena sosial yang ada di Desa Bocek terlihat permasalahannya adalah masih kurangnya kepedulian masyarakat sekitar dalam melestarikan kerajinan batik sehingga fenomena tersebut membutuhkan perhatian khusus dari pemerintah desa setempat dan warga Desa Bocek. Untuk mengembangkan usaha Brilian Batik perlu dilakukan pengembangan yaitu seperti dari aspek produk dan dari aspek pemasaran. Dari aspek produk pengembangan bisa dilakukan dengan cara diversifikasi produk. Dari segi aspek pemasaran bisa dilakukan melalui digital marketing. Untuk pengembangan konten digital Brilian Batik sangat diperlukan agar pemasaran melalui media digital dapat lebih efektif. Konten digital bisa dilakukan dengan menggunakan foto produk, *content writer*, dan pembuatan timeline.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka tujuan dari pengabdian ini adalah untuk lebih menonjolkan dan membuat kerajinan batik desa Bocek lebih dikenal luas bukan hanya dikenal warga desanya saja. Selain itu, tujuan pengabdian ini adalah untuk membangkitkan lagi minat membatik pada warga Desa Bocek. Untuk merealisasikan hal itu, tim pengabdian ikut berpartisipasi dan membantu membatik, di sisi lain juga ikut memasarkan hasil dari kerajinan batik

tersebut dengan memanfaatkan media sosial. Dan yang terakhir memberikan pengembangan produk dalam bentuk lain.

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan Batik dan Sosialisasi pemasaran di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang ini memiliki tujuan untuk mengembangkan beberapa hal, yaitu: (a) Membangkitkan kembali minat Batik pada Masyarakat Desa Bocek Kecamatan Karang ploso; (b) Mengembangkan produk dari Brilian Batik; (c) Pelatihan dan pendampingan pemasaran batik supaya lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia, bahkan Dunia internasional.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode dalam kegiatan pengabdian ini diawali dengan survey ke rumah Ibu Uswatun untuk mengetahui bagaimana usaha batiknya. Kemudian masyarakat setempat diajak mengikuti sosialisasi tentang potensi batik Bocek. Setelah dilakukan sosialisasi maka mereka dilatih dan didampingi dalam melakukan pemasaran, terutama terkait dengan pemasaran online (*digital marketing*). Selain itu mereka juga diajari untuk membuat produk batik dalam bentuk hiasan dinding, sebagai upaya untuk diversifikasi produknya. Karena selama ini bentuk batik di Bocek adalah Kain.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian UMKM Brilian Batik dilaksanakan berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan untuk menemukan permasalahan-permasalahan yang dialami oleh Brilian Batik. Permasalahan yang ditemukan mencakup hilangnya minat membuat batik bagi warga desa Bocek dalam memproduksi batik dan tidak maksimalnya strategi pemasaran yang sudah ada.

Tahapan kegiatan dalam program pengabdian ini menunjukkan langkah-langkah solusi atas persoalan yang disepakati bersama yakni sebagai berikut:

- a. Melakukan sosialisasi tentang potensi Batik dan manfaatnya bagi kemandirian warga
- b. Usulan development produk melalui diversifikasi produk, yakni batik sebagai hiasan dinding
- c. Sosialisasi pemasaran secara digital

Sosialisasi dilakukan oleh pengabdian kepada warga Bocek khususnya warga Dusun Manggisari. Sosialisasi dilakukan untuk membangkitkan kembali potensi Batik Bocek. Pada sosialisasi ini dijelaskan manfaat dan potensi yang akan dapat diperoleh warga jika menekuni batik. Batik ini dapat menjadi ciri khas Desa dan mampu meningkatkan kemandirian bagi Desa tersebut. Selama ini Batik kurang diminati karena prosesnya yang lumayan lama dan penjualan yang belum seberapa. Potensi batik di desa Bocek ini sangat besar mengingat Desa Bocek terletak dikecamatan Karangploso yang merupakan daerah yang bersebelahan dengan kota Batu sebagai kota wisata. Apabila dipasarkan Batik Bocek ini bisa dijadikan sebagai oleh-oleh Khas Malang.

Setelah sosialisasi tentang potensi batik selesai, dilakukanlah pengembangan produk. Pengembangan produk dilakukan dengan melakukan diversifikasi produk. Selama ini, dalam produksinya Brilian Batik hanya memproduksi dalam bentuk kain jarik saja tanpa adanya inovasi lainnya. Maka dari itu, tim pengabdian melakukan diversifikasi produk pada batik Brilian dengan membuat batik yang bisa dijadikan sebagai hiasan dinding. Para peserta membuat batik bersama warga dan Ibu Uswatun. Pada saat membuat batik bersama para warga diajari membuat batik yang dapat dijadikan sebagai hiasan dinding. Setelah itu, hasilnya langsung diberikan ke Ibu Uswatun dan warga agar bisa dijadikan referensi pada saat membuat batik. Dengan adanya diversifikasi produk ini, maka calon konsumen akan lebih memiliki pilihan yang beragam saat akan membeli batik.



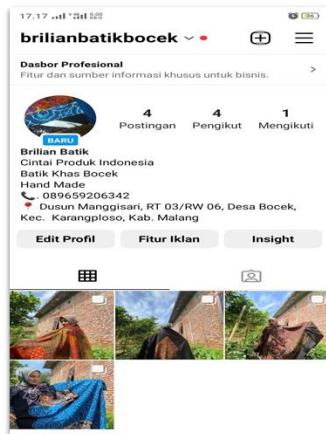
Gambar 1. Belajar membuat batik dan proses pembuatan batik hias dinding



Gambar 2. Diversifikasi produk (hiasan dinding)

Setelah pembuatan batik sebagai hiasan dinding, pengabdian memberikan pelatihan terkait pemasaran yang sedang trend saat ini, yaitu pemasarannya dengan memanfaatkan digital marketing. *Digital marketing* adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar dari sebuah produk atau *brand* melalui media *digital* secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana yang ada, salah satunya yaitu

melalui jejaring sosial (Purwana et al., 2017). Sederhananya, *digital marketing* adalah kegiatan membuat, mengelola dan meluaskan hubungan komersial secara *online*. Upaya untuk meningkatkan penjual Brilian Batik pengabdian melakukan pembuatan media sosial berupa Instagram dan mendampingi dalam penggunaannya. Tujuan dari dibuatnya Instagram adalah agar produk Brilian Batik jangkauan pasarnya lebih luas serta dapat meminimalkan anggaran biaya yang dikeluarkan dalam melakukan promosi. Hasil dari sosialisasi digital marketing adalah dibuatnya akun media sosial berupa Instagram yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3. Akun Instagram brilian batik

Akun Instagram dibuat dengan nama *brilianbatikbocek*, pemilik batik tersebut adalah Ibu Uswatun. Akun Instagram dibuat dengan profil bisnis, konten Instagram diunggah setiap minggu sekali dengan mempertimbangkan jam-jam yang dirasa ramai dihuni oleh pengguna sosial media Instagram.

Dengan adanya sosialisasi tentang potensi batik, pelatihan batik sebagai hiasan dinding, dan pendampingan pembuatan digital marketing (sosial media) di harapkan dapat menumbuhkan minat dari warga Desa Bocek, khususnya Dusun Manggisari untuk menekuni bidang membatik dan dapat meningkatkan penjualan dari produk UMKM Batik Brilian dari Desa Bocek.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) UMKM Brilian batik dapat menggunakan strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan sosial media seperti Instagram, Whatsapp, maupun marketplace. Upaya penerapan digital marketing adalah agar dapat meningkatkan penjualan produk Brilian Batik. Karena dengan memanfaatkan sosial media dapat memperluas pemasaran dan juga dapat melakukan transaksi jual beli secara online sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi pembelian; (2) Selain itu, dalam meningkatkan pemasaran produk Brilian Batik perlu

melakukan pengembangan produknya seperti melakukan diversifikasi batik yang bisa dimanfaatkan sebagai hiasan dinding bukan hanya bisa dimanfaatkan sebagai pakaian.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), Universitas Islam Malang, yang telah memberikan kesempatan untuk dapat melakukan program pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada warga dan segenap jajaran Pemerintah Dusun Manggisari, Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang yang telah memberikan sambutan baik terhadap pelaksanaan berbagai kegiatan yang dilakukan. Terakhir, ucapan terima kasih disampaikan kepada pemilik UMKM Batik Brilian yang telah memberikan kesempatan untuk bisa berkontribusi dalam pengembangan usaha batik tersebut.

### DAFTAR RUJUKAN

- Afridhal, M. (2017). Muhammad Afridhal. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 223-233.
- Ekon.go.id. 2021. Siaran Pers. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3305/diversifikasi-produk-batik-mendukung-pemulihan-ekonomi-nasional>
- Gunawan, Barbara. 2020. Pendampingan Industri Rumahan Batik di Trimurti Srandakan Bantul Yogyakarta. *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(2), 209-214. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/edimas/article/view/4236/3264>
- Jasmani.2019. Pengaruh Product Development Dan Promotion Mix Terhadap Peningkatan Penjualan Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Industri Baja Lapis Seng Di Indonesia). *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 1, No.2
- Kusumaningtyas, Rindia Fanny; Anitasari, Rahayu Fery; Kamal, Ubaidillah,; dan Aufa, Rina. 2018. Peran Pengrajin Batik dan Pelaku Usaha dalam Pengembangan Usaha Batik di Kabupaten Grobogan Sebagai Upaya Pemelestarikan Motif Batik Khas Kabupaten Grobogan (Sosialisasi Peraturan Perundang-Undang di Bidang Kekayaan Intelektual). *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia*. JPHI, 01(1): 67-78
- Kotler dan Keller (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macaman Jaya Cemerlang.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>

- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Simatupang, T. M., & Widjaja, F. B. (2012). Benchmarking of Innovation Capability in the Digital Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65(ICIBSoS), 948- 954. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.225>