

DIGITAL MARKETING BAGI KELOMPOK MASYARAKAT PEMBATIK KARANG WREDA PANDU DEWANATA DI DESA RANDUAGUNG KECAMATAN SINGOSARI

Sopannah^{1*)}, Endah Puspitosarie¹⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi, Universitas Widyagama Malang, Malang

*Email Korespondensi : anasopannah@widyagama.ac.id

ABSTRAK

Kelompok masyarakat pembatik Karang Wreda Pandu Dewanata di dirikan pada Tanggal 2 Oktober 2018 di Desa Randuagung Kecamatan Singosari Kabupaten Malang. Kegiatan utama kelompok ini adalah membatik tulis. Berdasarkan hasil observasi terhadap situasi yang ada di kelompok pembatik ini, terdapat berbagai permasalahan diantaranya: (1) Pemasaran yang dilakukan hanya mengandalkan jika ada yang berkunjung ke Desa Randuagung (menanti kunjungan), (2) Minimnya peralatan membatik sehingga masih membutuhkan tambahan peralatan agar proses produksi semakin lancar, (3) Tempat untuk menaruh batik jadi, dan (4) Pembatik yang mempunyai modal usaha terbatas. Dari keempat permasalahan tersebut diatas, solusi di tahun pertama untuk meningkatkan penjualan adalah dengan mengadakan pelatihan pemasaran secara digital karena kondisi covid 19. Pelatihan ini bertujuan untuk menambah pengetahuan bagi SDM pembatik dalam membuat teknologi pemasaran secara online, seperti membuat media sosial. Tahapan yang akan dilaksanakan untuk untuk membantu mitra dalam mengatasi permasalahannya pertama tentang pemasaran digital adalah sebagai berikut adalah Tahap I adalah sosialisasi kegiatan dengan cara memberikan gambaran mengenai program yang dilaksanakan. Tahap II adalah pemilihan peserta yang akan dilatih pemasaran, dan Tahap III adalah pelatihan Digital marketing. Tahap IV adalah monitoring dan evaluasi untuk menilai tingkat keberhasilan program. Tahap V adalah penyusunan laporan. Di butuhkan waktu 3 bulan untuk melaksanakan kegiatan ini. Di harapkan kegiatan ini dapat meningkatkan penjualan batik dan sehingga dapat menggerekan pertumbuhan ekonomi disekitar lokasi Batik. Hasil pengabdian yang dilakukan adalah pelatihan digital marketing dengan tujuan menambah penjualan batik sehingga dapat menambah kesejahteraan masyarakat di Desa Randuagung.

Kata Kunci: batik tulis, digital marketing, karang wreda, desa randuagung

PENDAHULUAN

Desa Randuagung berada di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur yang berbatasan dengan: Sebelah Utara Desa Bedali Kecamatan Lawang, Sebelah Barat Desa Toyomarto Kecamatan Singosari, Sebelah Selatan Desa Ardimulyo Kecamatan Singosari, dan Sebelah Timur Desa Baturetno Kecamatan Singosari. Jumlah penduduk di Desa Randuagung adalah 16.480 jiwa dengan luas wilayah 518 Hektar. Desa Randuagung, Singosari terbagi menjadi 4 dusun yaitu Dusun gondang dengan jumlah penduduk 6.161 jiwa, Dusun krajan dengan jumlah penduduk 3.010 jiwa, Dusun randutelu dengan jumlah penduduk 3.633, dan dusun karang kunci dengan jumlah penduduk 3.676. Mayoritas penduduk desa randuagung beragama islam dengan jumlah 15.701 jiwa sedangkan agama hindu 125 jiwa, budha 11 jiwa, kepercayaan 4 jiwa, katolik 216 jiwa, dan kristen 423 jiwa.

Desa Randuagung mempunyai berbagai potensi yang akan dikembangkan yaitu potensi ekonomi, pertanian dan potensi pariwisata. Di karenakan Covid 19 yang belum tahu kapan akan berakhir, membuat berbagai usaha yang di koordinir BUMDES Mandiri terhenti. Dalam kerangka membangkitkan kembali geliat usaha, maka Kepala Desa Randu Agung bekerjasama dengan Universitas Widyagama Malang untuk bersama-sama menyelesaikan

berbagai permasalahan yang terjadi. Pada tanggal 5 Agustus 2020 Rektor beserta jajarannya melakukan kunjungan di Desa ini.



Gambar 1. Rektor UWG Melakukan Kunjungan di Desa Randuagung

Berdasarkan hasil kunjungan dapat diketahui salah satu potensi UMKM yang ada disana adalah pengembangan batik tulis. Batik yang dikerjakan menggunakan canting disebut batik tulis. Menurut Suerna (2010) Canting merupakan alat yang terbuat dari tembaga dengan bentuk cekung untuk menampung malam (lilin batik) yang memiliki ujung berupa pipa saluran kecil untuk keluarnya malam. Kegiatan pengembangan Batik Tulis ini dimotori agar dapat menjaga dan melestarikan warisan budaya setempat, Selain memelopori budaya Batik Tulis sendiri juga untuk membangkitkan ekonomi kreatif masyarakatnya melalui sentra- yang sudah dilakukan oleh Eyang Tatik. Batik ini sudah berjalan dua tahun tetapi perkembangannya masih belum signifikan. Masalah utama yang dihadapi adalah pemasaran, dimana selama ini Batik di jual jika ada pengunjung yang datang ke lokasi. Sementara kondisi pandemic tidak memungkinkan adanya kunjungan, oleh karena itu digital marketing menjadi solusi atas permasalahan tersebut.



Gambar 2. Suasana Kunjungan dan Pembelajaran Batik

Berdasarkan Rencana Strategis Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Widyagama Malang tahun 2016-2020, Tema Unggulan satu yaitu, Teknologi Sistem Informasi dan Komunikasi Kelompok Masyarakat, Desa dan UMKM, sesuai dengan kondisi permasalahan yang ada di Desa ini. Oleh karena itu, kami melakukan pengabdian dengan target adalah peningkatan penjualan batik melalui marketing digital bagi kelompok masyarakat pembatik di Desa Randuagung. Menurut Redtreeasia.com (2018) digital marketing merupakan suatu usaha untuk melakukan pemasaran sebuah brand atau produk melalui internet. Dengan untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu. Digital marketing dapat disimpulkan bahwa pemasaran atau mempromosikan produk / dengan melalui berbagai media internet seperti internet, facebook, youtube, ataupun media sosial lainnya.

Permasalahan Prioritas yang akan ditangani

Beberapa hasil observasi terhadap situasi yang ada di kelompok pembatik Karang Wreda Pandudewanata Desa Randuagung diantaranya adalah:

1. Pemasaran, sampai saat ini pemasaran yang dilakukan mengandalkan jika ada yang berkunjung ke KBP (menanti kunjungan), masih belum punya anggaran untuk ikut pameran, dan masih belum ada tenaga untuk menjual secara online.
2. Minimnya peralatan membatik, sampai saat ini masih mempunyai 2 meja, 2 wajan, 5 canting, sehingga masih membutuhkan tambahan peralatan agar proses produksi semakin lancar.
3. Showroom (tempat menaruh batik), sampai saat ini Batik Panduwinata belum mempunyai tempat untuk menaruh hasil batik yang sudah jadi di showroom, biasanya di taruh dirumah-rumah warga.
4. Terbatasnya modal warga sehingga perputaran uang sulit.

Dari 4 permasalahan yang ada di Batik Desa Randuagung, kami akan menjalankan permasalahan yang pertama terlebih dahulu yaitu mengadakan pelatihan pemasaran digital. Jadi pelatihan yang akan diadakan diharapkan dapat meningkatkan omzet penjualan batik, utamanya saat pandemic covid 19.

METODE PELAKSANAAN

Tahapan yang akan dilaksanakan untuk untuk membantu mitra dalam mengatasi permasalahannya pertama tentang pemasaran batik adalah sebagai berikut. Tahap pertama yaitu yang telah dilakukan oleh tim pengabdian adalah Sosialisasi Kegiatan yang dalam hal ini di wakili oleh Pak Suluh selaku orang yang di tunjuk eyang Tati melakukan komunikasi dengan pihak Mereka diberikan pemahaman apa yang harus dilakukan dalam kegiatan yang akan dilaksanakan dan bagaimana peran mereka dalam kegiatan ini. Sementara pada tahap yang kedua yaitu Pemilihan Peserta yang mempunyai keinginan maju dan berkembang. pProses penyampaian pelatihan terorganisir dan tepat sasaran sesuai degan jadwal. Tahap ketiga ialah pelatihan pada tahap ini diberikan pelatihan digital marketing bagi anggota komunitas batik untuk meningkatkan teknologi pemasaran sesuai dengan perkembangan zaman. Tahap keempat adalah Monitoring dan Evaluasi untuk menilai tingkat keberhasilan dan keberlanjutan kegiatan pengabdian ini. Tahapan evaluasi yang dilaksanakan antara lain:

- a. Monev persiapan sosialisasi pelatihan marketing digital
- b. Monev pada saat pelatihan berlangsung.
- c. Monev hasil pelatihan.

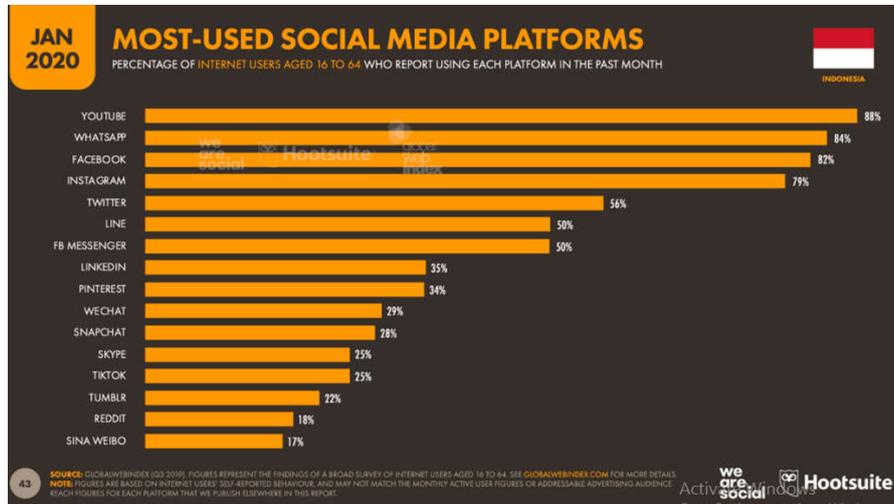
Penyusunan Laporan Tahap terakhir merupakan tahap akhir dalam kegiatan ini adalah Penyusunan laporan akhir kegiatan ini dimaksudkan untuk melaporkan rangkaian kegiatan secara institusi kepada sumber dana program ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil obeservasi dilapangan ditemukan bahwa kelompok pembatik Karang Wreda Pandu Dewanata Desa Randuagung terdapat permasalahan yang menjadi prioritas untuk ditangani yaitu kurangnya strategi pemasaran batik yang sebelumnya hanya menunggu pengunjung yang datang untuk membeli. Strategi yang dilakukan untuk mengembangkan pemasaran ialah dengan diadakannya pelatihan digital marketing yang diharapkan peserta pelatihan dapat menerapkan bagaimana cara melakukan digital marketing dengan baik. Pelatihan diadakan tanggal 13 November 2020 bertempat di Kampus 2 Universitas Widyagama Malang.

Pada saat pandemic, tidak memungkinkan terjadi interaksi penjualan secara langsung karena pengunjung atau pembeli sangat kecil untuk datang ke lokasi, oleh karena itu di butuhkan berbagai strategi pemasaran sesuai dengan kondisi saat ini. Berdasarkan data yang ada menunjukkan bahwa perilaku generasi Y dan Z semakin digital pada setiap harinya yang dikenal dengan *always connected with phone* yang artinya dimanapun berada dan kapanpun pasti akan mengutamakan dan menggunakan handphone untuk berbagai kegiatan yang dilakukan. Dengan adanya perilaku tersebut kegiatan digital marketing dapat

dilakukan dengan mudah melalui media digital seperti *Website, Media Social dan Online Advertising*. Berdasarkan hasil survei pada bulan Januari 2020 pengguna *YouTube* memiliki Prosentase yang tinggi sebesar 88% sehingga menjadikan *YouTube* sebagai media yang dianggap efektif untuk dilakukannya kegiatan pemasaran sekaligus memperkenalkan produk. *Selain YouTube, Whatsapp, Facebook dan Instagram merupakan Social Media* yang memiliki prosentase peminat yang tinggi (gambar 3).



Gambar 3. Penggunaan Sosial Media di Indonesia

Penggunaan internet berkembang sejak tahun 2006 dan 2007 dari berbagai penjuru dunia dan mulai berhubungan satu sama lain melalui media sosial (khan dan Siddiqui, 2013). Ada banyak definisi Digital Marketing di Dunia maya. Menurut Dedy dkk (2017) digital marketing merupakan eksploitasi terhadap teknologi digital yang digunakan untuk menciptakan suatu saluran untuk mencapai resipien potensial untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan konsumen yang lebih efektif. Selain itu banyak definisi lain terkait digital marketing yaitu kegiatan pemasaran yang menggunakan media berbasis internet (Wardhana, 2015). Menurut Hanif Rani (2020) pada kesempatan pelatihan pada tanggal 13 November 2020 tentang digital marketing, disebutkan bahwa Funnel (Tolls) yang dapat di gunakan untuk digital marketing sangat banyak, dan yang paling sering di gunakan adalah FB, IG, You Tube, Twiter, Linked dan Pinterest (Gambar 4)



Gambar 4. Digital Marketing Funnel

Selain menjelaskan marketing funnel, dalam pelatihan tersebut juga di praktekan pembuatan Tiktok untuk mempromosikan batik. Para peserta yang semua Ibu-Ibu diberi arahan bagaimana cara membuat konten marketing dengan media tiktok., dan kemudian

content tersebut akan di share melalui whatsapp dan media sosial lainnya dengan memperhatikan waktu-waktu yang tepat untuk mengupload penjualan. Selain itu para peserta diberikan arahan untuk mengupload kegiatan proses pembuatan batik tulis guna memberikan pemahaman bagi calon pembeli bahwa batik yang dibuat benar-benar hasil tangan para ibu-ibu kelompok pembatik Karang Wreda Pandudewata Desa Randuagung. Begitupun dengan pelatihan pemasaran melalui media tik tok ibu-ibu diajarkan step by step cara membuat video tiktok.

1. Tahap pertama yaitu melakukan shooting titik-titik batik yang akan diperkenalkan satu persatu .



Gambar 5. Pelatihan Shooting Titik-Titik Batik

2. Tahap kedua penggabungan potongan-potongan video menjadi satu video melalui aplikasi tiktok
3. Tahap ketiga pengenalan fitur-fitur tiktok untuk mempercantik video



Gambar 6. Pengenalan Fitur-Fitur Tiktok

4. Tahap terakhir cara menshare video tiktok dan juga cara mendownload video tiktok untuk disebar di media sosial lain selain tiktok.

Jadi tahapan pelatihan marketing digital yang di mulai dari teori yang menjelaskan tentang penggunaan digital marketing diakhiri dengan contoh penyusunan content digital marketing baik pengambilan gambar maupun video.

KESIMPULAN

Dari berbagai permasalahan yang ditemukan di kelompok pembatik Karang Wreda Pandu dewanata di Desa Randuagung sebagaimana yang telah diuraikan maka solusi yang ditawarkan ialah kerjasama dengan Universitas Widyagama Malang untuk pengembangan pemasaran batik tulis dengan menggunakan digital marketing guna meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk batik tulis lebih luas lagi. Harapan dan tujuan yang telah disusun penulis akhirnya dapat terealisasi yaitu dengan diadakannya pelatihan digital marketing pada tanggal 13 November 2020 yang di ikuti oleh peserta terpilih.

REFERENSI

- [1] Dewanti, R. (2010). *Membangun Daya Saing Potensi Daerah Melalui UKM, laporan riset 2010*. Jakarta: Binus University.
- [2] Irhandayaningsih, Ana. 2017. *Pengaruh Penggunaan Teknologi Tepat Guna dalam Meningkatkan Produktivitas UKM Batik Tulis di Kampung Batik Kauman Kota Pekalongan, ANUVA Volume 1 (1): 11-18, 2017*
- [3] Khan, F., & Siddiqui, K. (2013). The Importance of Digital Marketing: An Exploratory Study to Find The Perception and Effectiveness of Digital Marketing amongst The Marketing Professionals in Pakistan. *Journal of Information Systems and Operations Management*, 1-8.
- [4] Scoot-ladd, B., and Noonan, J. (2012). *Succession planning in family farm Business; Forum Manajemen Indonesia*, 13 November 2012 Yogyakarta.
- [5] Shukla, T. (2010). *Factors Affecting 'Internet Marketing' Campaigns with Reference to Viral and Permission Marketing. IUP Journal of Management Research. Hyderabad, vol 9(1):26*
- [6] Wardhana, A. (2015). *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*.
- [7] Dedi, P.ES., Rahmi, Sandy Aditya, 2017, *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, Vol. 1 No. 1 Juli 2017