

Edukasi Penerapan *Digital Marketing* Bagi Pengrajin UMKM Batik

¹Irma Christiana, ²Linzy Pratiwi Putri, ³Rezza Asmara Putra
^{1,2}Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Email : irmachristiana@umsu.ac.id

Abstract: *The development of technology in this digital era provides many benefits and conveniences in the economic world. Both companies have implemented and followed this era by utilizing digital technology as one of the strategies to advance their business. The purpose of this activity is as a means to provide solutions for batik micro, small and medium enterprises (MSMEs) to be able to follow the digital era in order to be able to compete with businesses and companies. The benefit of this activity is to provide motivation for batik business actors to be able to keep up with the times to market their products through digital media or E-Commerce. I carried out this socialization activity in the Tanjung Rejo Village, Dusun XIV for education that taught me to be able to follow the digital era and apply it in their business in the village.*

Keywords: *micro small and medium enterprises, digital era, digital marketing*

Abstrak: Perkembangan teknologi di era digital ini memberikan banyak manfaat dan kemudahan dalam dunia ekonomi. Baik dalam perusahaan-perusahaan telah banyak menerapkan dan mengikuti era ini dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai salah satu strategi untuk memajukan bisnisnya. Tujuan dari adanya kegiatan ini ialah sebagai sarana untuk memberikan solusi terhadap para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) batik untuk bisa mengikuti era digital demi dapat bersaing dengan bisnis dan perusahaan. Manfaat kegiatan ini untuk memberikan motivasi bagi para pelaku usaha batik untuk bisa mengikuti perkembangan zaman untuk memasarkan produknya melalui media digital atau E-Commerce. Kegiatan sosialisasi ini saya lakukan di lingkungan Desa Tanjung Rejo Dusun XIV untuk edukasi yang mengajarkan untuk bisa mengikuti era digital dan menerapkannya dalam usaha mereka di desa.

Kata Kunci: Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, Era Digital, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Batik adalah hasil karya bangsa Indonesia yang merupakan perpaduan antara seni dan teknologi oleh leluhur bangsa Indonesia dan menjadi kebanggaan bangsa Indonesia. Batik Indonesia diakui oleh UNESCO sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan budaya takbenda atau Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity, pada 2 Oktober 2009. Pengakuan ini membuktikan betapa khasnya batik sebagai budaya Indonesia. Walaupun batik pernah diklaim oleh negara tetangga, Malaysia, dan mereka pun pernah melayangkan keberatan atas pengakuan UNESCO tersebut (Iwan Santosa, 2022)

Batik di Indonesia sangat beragam, setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas motif batik, dari motif-motif yang khas tersebut kita bisa mengenali dari mana motif batik itu berasal, misalnya di daerah pesisir akan menghasilkan batik dengan motif yang berhubungan dengan laut, begitu pula dengan yang tinggal di pegunungan akan terinspirasi oleh alam sekitarnya; sifat dan tata kehidupan daerah; kepercayaan dan adat di suatu daerah; serta keadaan alam sekitar termasuk flora dan fauna. (Uly, 2022)

Desa Tanjung Rejo yang berada di Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara, adalah salah satu desa yang letaknya berada di wilayah pesisir pantai timur Sumatera. Sebagian besar mata pencaharian penduduknya adalah sebagai petani dan nelayan. Disamping itu di desa ini terdapat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pengrajin batik. Hasil batik dari UMKM ini juga sangat bagus hanya saja saat ini batik yang ada di Sumatera Utara masih jarang dikenal masyarakat, karena di Indonesia batik identik berasal dari daerah Jawa, sehingga dalam hal penjualan batik sendiri masih belum tinggi. Selain karena terkendala belum dikenalnya batik tersebut, juga kemungkinan disebabkan sistem pemasarannya yang masih bersifat konvensional

Seiring pesatnya perkembangan teknologi UMKM dan para pengrajin diharapkan bisa memanfaatkan pemasaran dengan sistem yang modern yaitu dengan menggunakan pemasaran secara digital (*digital marketing*) untuk memasarkan produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM atau pengrajin tersebut.

Digital marketing dapat didefinisikan sebagai kegiatan marketing termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial (Sanjaya, R., & Tarigan, 2009). *Digital marketing* merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara



digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (*e-marketing*)

Keberadaan internet saat ini mengarah kegiatan komersial dimana pelanggan dapat melakukan transaksi melalui berbagai aplikasi (Kurniawan, A & Asharudin, 2018) Penggunaan internet ini memungkinkan informasi mengalir bebas antara pembeli dan penjual, menghilangkan biaya dari proses bisnis dan meningkatkan pilihan pelanggan. Dengan demikian, diperlukan perhatian terhadap pengembangan UMKM. Strategi pemasaran online berpengaruh positif terhadap peningkatan laba UMKM (Setiawati, I & Widyartati, 2017)

Berlatar belakang permasalahan yang dihadapi UMKM/pengrajin batik di Desa Tanjung Rejo dalam hal pemasaran produknya (batik) karena masih menggunakan system pemasaran yang konvensional, maka kegiatan pengabdian masyarakat yang penulis lakukan bertujuan untuk memberikan edukasi pemahaman dalam penggunaan media digital/ *digital marketing* sebagai langkah untuk mengenalkan produk batik ke masyarakat luas agar bisa lebih optimal dalam penjualannya.

METODE

Pengabdian ini menggunakan metode ceramah dan demonstrasi/pelatihan terkait pemasaran dengan menggunakan berbagai media berbasis web. Sebelum pelaksanaan pelatihan dilakukan terlebih dahulu survey dengan pengamatan langsung di lokasi dan melakukan wawancara dengan pengarij batik. Beberapa pengrajin batik yang dijumpai mengaku bahwa selama ini penjualan hanya dilakukan dari secara orang per orang ataupun membuka toko dengan omset penjualan yang tidak begitu besar.

Kegiatan pengabdian dilanjutkan melakukan edukasi tentang *digital marketing* dengan memberikan pemahaman dan menjelaskan nilai penting melakukan usaha dengan didukung menggunakan media digital sebagai alat untuk bersaing dan memajukan usahanya di era digital saat ini. Disamping melakukan edukasi/ sosialisasi tentang *digital marketing*, penulis memberikan pelatihan bagaimana membuat promosi melalui media digital seperti facebook, instagram, you tube, marketplace dan lain sebagainya serta tim pengabdian juga memberikan pelatihan fotografi untuk produk batik.

HASIL



Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Batik Desa Tanjung Rejo Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara berjalan dengan lancar. Berikut hasil pengabdian masyarakat yang telah diperoleh :

a. Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing

Pada kegiatan ini, peserta diharapkan mempunyai pengetahuan tentang konsep digital marketing, yakni konsep digital marketing dan konsep e-commerce. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 14 Agustus 2022 dimulai dari jam 09.00 sampai jam 10.00 dihadiri oleh 14 peserta. Peserta mengikuti kegiatan dengan antusias, hal ini dapat dilihat dari peserta yang menyimak penjelasan dengan baik. Peserta juga melanjutkan berdiskusi dengan pemateri setelah acara selesai. Sehingga dapat diindikasikan bahwa peserta sosialisasi menyambut positif kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

b. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Pada kegiatan ini, peserta diharapkan mempunyai keterampilan penggunaan dan optimalisasi produk teknologi informasi. Kegiatan yang dilaksanakan pada kegiatan ini yaitu pelatihan penggunaan produk teknologi informasi, praktek pembuatan blog, dan praktek pembuatan konten digital. Kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing dilaksanakan pada hari yang sama dimulai dari jam 10.00 – 12.00. Kegiatan dilaksanakan dengan metode ekspositori (ceramah) dikombinasikan dengan diskusi jika ada hal-hal yang perlu ditanyakan oleh peserta. Selama kegiatan pelatihan dan pendampingan, peserta beberapa kali mengajukan pertanyaan terkait teknis pembuatan blog dan konten digital, hal ini mengindikasikan rasa ingin tau peserta tinggi dan minat dalam mengikuti pelatihan peserta sangat baik

Adapun dokumentasi kegiatan disajikan pada gambar-gambar berikut ini:





Gambar 1. Memberikan Edukasi



Gambar 2. Pelatihan Memfoto Produk Batik



Gambar 3 : Motif Batik Yang Dihasilkan



Gambar 4. Di Depan Bengkel Workshop Batik

KESIMPULAN

Desa Tanjung Rejo memiliki potensi desa yang sangat bagus baik dari SDA maupun SDM. Terbukti dari hasil kegiatan penulis selama melaksanakan pengabdian masyarakat adanya potensi UMKM batik yang dapat lebih dikembangkan dan bisa lebih maju. Melalui pemasaran secara digital, akan memperluas jangkauan pengenalan produk batik ke pasar yang lebih luas dengan proses yang jauh lebih mudah. Sehingga melakukan adaptasi digital di masa saat ini merupakan peluang besar yang dapat dimanfaatkan UMKM batik untuk dapat terus eksis dalam mengembangkan usahanya

DAFTAR PUSTAKA

- Iwan Santosa. (2022). Bangga Batik Indonesia yang Mendunia. *Maranatha News*. <https://news.maranatha.edu/featured/bangga-batik-indonesia-yang-mendunia>
- Kurniawan, A & Asharudin, M. (2018). Small and Medium Enterprises (SMEs) Face Digital Marketing. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, 12. <http://jurnal.unpad.ac.id/sawala/article/view/26588/pdf>
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Setiawati, I & Widyartati, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Seminar Nasional Dan Call for Paper Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi Jurnal Ilmiah Dalam Menyikapi Permenristekdikti RI No.20 Tahun 2017*.
- Uly. (2022). 5 Daerah Penghasil Batik Terbesar di Indonesia. umpan.com/berita-hari-ini/5-daerah-penghasil-batik-terbesar-di-indonesia-1wJcrQ0ky97/full/gallery/1