

PENGEMBANGAN PEMASARAN UMKM BATIK TULIS UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA GENILANGIT KECAMATAN PONCOL KABUPATEN MAGETAN

Nofitasari¹, Muhtadin Amri²

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

Email: nofitasarinofitasari95@gmail.com¹, muhtadinamri@iainponorogo.ac.id²

Abstrak: Pada masa pandemi yang sekarang ini banyak orang pengangguran kurangnya pendidikan dan minimnya pengetahuan mengenai ketrampilan, dengan begitu tujuan dari kegiatan ini adalah untuk pelatihan pengembangan pemasaran batik tulis yang ada di Desa Genilangit dari kegiatan yang kami lakukan ini dapat berguna dan juga mampu meningkatkan dan menumbuhkan semangat jiwa untuk berwirausaha untuk para ibu – ibu PKK khususnya anak muda agar lebih semangat dalam berinovasi dan berkarya agar masyarakat setempat bisa hidup dengan sejahtera dari hasil karya mereka selain memberikan pengarahan mengenai pentingnya berinovasi dan juga berwirausaha kita juga melakukan pelatihan mengenai dunia digital dimana cara untuk mempromosikan produk UMKM tersebut agar bisa terkenal dimasyarakat luas. Di dalam masyarakat Desa Genilangit dalam strategi pemasaran masih rendah sehingga batik tulis masih kurang terkenal di masyarakat luar desa genilangit, tujuan dari pengabdian ini maka kami membantu untuk mempromosikan dan memasarkan batik tulis Genilangit agar di kenal di masyarakat luas. Karena di zaman sekarang sudah semakin canggih dengan media sosial dunia maya maka untuk mempromosikan barang semakin mudah. Sebagai penjual yang baik haruslah berjualan dengan cara yang benar agar konsumen puas dengan produk yang kita jual, jangan karena berjualan online kita menipu dengan menjual barang yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen, karena pelanggan paling utama dalam melakukan transaksi jual beli.

Kata Kunci: Ekonomi, industri, pemasaran

Abstract: *During the current pandemic, many people are unemployed, lack education, and lack knowledge about skills, so the purpose of this activity is training for the development of written batik marketing in Genilangit village. The actions we carry out can be helpful and also able to increase and foster enthusiasm for entrepreneurship for PKK mothers, especially young people, so that they are more enthusiastic about innovating and creating so that local people can live prosperously from their work. In addition to guiding the importance of innovation and entrepreneurship, we also conduct training on the digital world and ways to promote UMKM products to be well-known in the broader community. Within the Genilangit Village community, the marketing strategy still needs to be higher, so hand-written batik needs to be famous outside Genilangit Village. This service aims to help promote the market of Genilangit-written batik so that it is known in the wider community. Because in this day and age, social media is increasingly sophisticated, so it's easier to promote goods. As a good seller, you*

must sell in the right way so that consumers are satisfied with the products you sell, don't because selling online we ch by selling goods that don't match consumer orders because customers are the most important in buying and selling transactions.

Keywords: *Economy, industry, marketing*

PENDAHULUAN

Desa Genilangit berada di Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan. Desa Wisata Genilangit merupakan Desa Wisata Berbasis Alam dan Budaya, berada di dataran tinggi. Sebagian daerah berada ketinggian di atas 1.000 meter di atas permukaan laut. Memiliki daya tarik wisata alam seperti wisata pendakian, wisata hortikultura, wisata outbond, wisata budaya, wisata buatan, wisata kuliner wisata edukasi serta wisata religi.

Di latar belakangi maraknya "selfie" dijalinlah kontak kerjasama dengan perhutani KPH Lawu untuk mengembangkan spot foto yang sedang digemari di wilayah hutan Genilangit. Melihat minat pengunjung yang antusias, pengembangan terus dilakukan dengan swadaya penduduk desa setempat dengan menggunakan asas kekeluargaan. Beberapa modal diperoleh dari warga sekitar dengan system bagi hasil. Dengan eranya sosial media kala itu, promosi wisata terbantu melalui media sosial sehingga objek wisata genilangit semakin dikenal dan banyak dikunjungi. Selain tempat selfi di des ataman wisata genilangit ada banyak fasilitas yang dapat dinikmati, ada kuda, peternakan sapi, ATV dan kantin juga semakin banyak. Saat ini Desa Genilangit melalui BUMDes juga menyiapkan pusat kuliner, souvenir serta UMKM batik tulis langit makmur di sekitar area (kominfo.go.id).

Saat ini, taman wisata Genilangit mampu berkembang dengan pengelolaan yang baik, taman wisata ini mampu memberikan lahan pekerjaan kepada 50 orang warga di Genilangit. Saat ini desa wisata genilangit menjadi salah satu dari tujuh finalis desa wisata Awards yang diadakan kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif BCA.

Di masa sekarang teknologi yang sudah semakin maju dan canggih dalam mempromosikan produk tidak lagi kesusahan dengan melalui handpone, atau gadget yang lainnya yang semua kalangan dari remaja, dewasa hingga orang tua sudah banyak yang menggunakan gadget untuk berbisnis, dengan kita memposting gambar maka para customer pelanggan kita akan membeli dengan mudah dengan cara online, sebagai penjual yang baik haruslah berjualan dengan cara yang benar agar konsumen puas dengan produk yang kita jual, jangan karena berjualan online kita menipu dengan menjual barang yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen, karena pelanggan paling utama dalam melakukan jual beli.

UMKM akan mampu bertahan dan bersaing apabila mampu menerapkan pengelolaan manajemen secara baik, pengelolaan UMKM yang dilakukan dengan cara mengolah SDM dan juga dapat dilakukan pengolahan manajemen keuangan dengan baik dan benar. UMKM merupakan penopang perekonomian negara. Menurut Nuhung

(2012) melalui bisnis, UMKM berperan penting dalam mengurangi pengangguran, memberikan pekerjaan, mengurangi kebutuhan, memperluas bantuan pemerintah dan membangun pribadi masyarakat. Pembangunan dan peningkatan wilayah UMKM sering diartikan sebagai penunjuk pencapaian kemajuan, terutama bagi negara-negara dengan upah per kapita yang rendah (Silitonga, 2019). Adapun permasalahan yang dihadapi oleh UMKM khususnya industri kerajinan batik, yaitu persaingan pasar dalam memasarkan produknya, karena pada saat ini banyak usaha yang menjalankan usahanya pada bidang batik. Salah satu UMKM yang menjalankan usaha tersebut, yaitu batik langit makmur. Batik langit makmur merupakan industri kecil atau dapat dikategorikan sebagai usaha kecil mikro menengah (UMKM) batik yang berada di Desa Genilangit kabupaten magetan di rintis oleh 15 orang yang mempunyai kreatifitas tinggi (Mandasari, 2019).

Peran penting keberadaan UMKM di Indonesia semakin terasa dalam proses pembangunan ekonomi nasional Indonesia. Pada awalnya keberadaan UMKM hanya dianggap sebagai sumber penting dalam penciptaan lapangan pekerjaan dan penggerak pembangunan ekonomi daerah di perdesaan, tetapi pada era globalisasi saat ini dan masa mendatang, keberadaan UMKM semakin penting yaitu sebagai salah satu sumber devisa ekspor non migas Indonesia. Dalam pengelolaan batik di Desa Genilangit untuk pemasaran masih rendah, maka dari itu pengabdian yang kami lakukan untuk membantu memasarkan batik tulis langit makmur melalui website marketing mix misalnya saja Shopee, Lazada, Tokopedia agar batik di Desa Genilangit lebih berkembang dan juga perekonomian di Desa Genilangit tidak menurun disituasi pandemi sekarang ini, karena Covid-19 yang sudah menyebar hampir di seluruh belahan dunia.

Indonesia merupakan negara berkembang yang mempunyai jumlah penduduk yang padat. Masalah kemiskinan dan pengangguran merupakan masalah yang terus menerus terjadi dan akan terus menjadi kendala dalam mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya. Usaha batik adalah salah satu usaha kecil yang ditekuni dengan sungguh-sungguh bantuan umum untuk area industri perjalanan. Selain perusahaan swasta, kawasan industri perjalanan juga area pilihan yang kurang terpengaruh oleh keadaan darurat keuangan. Batik Genilangit juga telah ditetapkan sebagai Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Magetan. Sektor ini dapat dikembangkan bagi masyarakat setempat

Industri adalah penyiapan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi produk jadi yang mendatangkan manfaat. Bisnis batik adalah sebuah organisasi yang melakukan metode yang melibatkan waxing (lilin), (pewarnaan) dan pengukuran (pemanasan) tekstur untuk menghadirkan tema-tema halus, yang semuanya membutuhkan ketelitian tinggi. Selanjutnya, menjual materi. Bisnis batik saat ini merupakan industri kecil dan menengah, kadang-kadang bergabung dengan industri rumah tangga. Dalam pembuatan batik tulis banyak memakan waktu jika corak yang di

inginkna rumit, tetapi jika corak tidak rumit maka dalam pembuatan tidak memakan waktu yang terlalu banyak.

Industri kecil merupakan salah satu bagian terpenting dalam perekonomian suatu negara, termasuk di Indonesia. Industri kecil berperan membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran dan tingkat kemiskinan yang selalu menjadi permasalahan utama yang dialami oleh negara berkembang. Komoditi yang dihasilkan oleh industri kecil memerlukan keahlian khusus yang bersifat lokal (turun-temurun) yang tidak mudah diadopsi oleh pihak luar, atau barang-barang yang mengandung unsur setempat. Batik merupakan salah satu kerajinan asli Indonesia yang memiliki corak khas sebagai cerminan dari kekayaan budaya nasional Indonesia. Proses pembuatan batik dilakukan oleh orang-orang yang sudah ahli dalam ilmu membatik dan biasanya ilmu membatik yang dimiliki tersebut didapatkan secara turun temurun dari keluarga mereka.

Menurut Dirjen IKM, pada tahun 2009 nilai produksi batik Indonesia rata-rata per tahun mencapai Rp.3.393,833 milyar dan nilai ekspor batik Indonesia rata-rata per tahun mencapai 114,8 juta US dollar atau hanya 3,1% Ini membuktikan bahwa pemasaran batik Indonesia dominan masih di dalam negeri, namun hal tersebut tetap membuktikan bahwa batik Indonesia memiliki potensi perdagangan bahwa batik Indonesia memiliki keseriusan di pasar dunia dan batik memiliki kebebasan yang luar biasa untuk lebih mengembangkan pasar, baik untuk kebutuhan pasar dalam negeri maupun kebutuhan sektor bisnis asing (Bonita, 2013). Salah satu bentuk kegiatan yang dapat dimulai dari masyarakat kecil adalah dengan memberdayakan masyarakat sekitar untuk ikut serta berpartisipasi mendukung perekonomian dalam sektor industri rumah tangga. Industri rumah tangga adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Industri rumah tangga dapat dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah (Aziz, 2017).

Masalah pokok dalam penelitian ini adalah lemahnya jaringan pemasaran untuk hasil produk batik Genilangit, jumlah tenaga kerja pembatik yang terbatas, dan sulitnya untuk memasarkan produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan dalam mengembangkan Industri Kecil Kerajinan Batik di Desa Genilangit. Batik adalah metode yang terlibat dengan menyusun gambar atau perbaikan pada media apapun menggunakan lilin batik sebagai batas naungan. Dalam membatik, lilin batik (malam) diaplikasikan pada tekstur untuk mencegah masuknya bayangan selama sistem pewarnaan. Meskipun demikian, masyarakat adat mengenal batik sebagai bahan yang memiliki tema dan motif yang khas. Dengan kata lain, orang awam mengenal batik sebagai motif, bukan sebagai teknik pembuatan kain.

Berdasarkan cara Pembuatannya batik di bedakan menjadi tiga macam, yaitu:

1. Batik Tulis yaitu dengan cara membatik menggunakan canting dan alat tradisional dengan ketrampilan dari tangan manusia.

2. Batik Cap adalah batik yang interaksi perakitannya melalui tahapan kesiapan, pemenuhan, naungan, pemurnian dan penyempurnaan. Pelaksanaan pembuatan batik loncatan lebih sederhana dan cepat. Kekurangan pada batik loncat adalah tema yang bisa dibuat terbatas dan tidak bisa membuat tema yang besar. Apalagi dalam batik tulis tidak ada pengerjaan cat semprot dan nuansa tema yang dianggap menentukan tema batik
3. Batik Tulis dan Cap

Sama dengan pembuatan batik tulis dan cap hanya saja kalau batik tulis cap ini harus lebih teliti karena pembuatannya terlalu rumit dan membutuhkan ketelatenan yang tinggi.

Batik Genilangit yang terletak di Gedung Al-Mujahidin RT 02/RW 01. Ds Genilangit Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan batik yang didirikan pada tahun 2 Oktober 2019 berawal dari keinginan ibu-ibu Desa Genilangit agar mempunyai penghasilan sendiri dan mempunyai kesibukan. Sejak saat itu ibu-ibu desa genilngit mengajukan pelatihan program PLK dari Ponorogo sedangkan dari desainya sendiri dari ibu-ibu yang mengikuti kegiatan pelatihan tersebut (Supardi, 2021).

Hingga saat penelitian ini dilakukan, batik tulis Genilangit yang berada di kecamatan poncol kabupaten magetan. Setelah mendirikan batik tulis tersebut hingga saat ini masih menjadi batik yang di senangi dan di terima dengan baik oleh masyarakat setempat, batik genilangit yang didirikan pada tahun 2 Oktober 2019 ini mengembangkan ciri khasnya batik yaitu sayur labu siam dan sudah di tampilkan dalam acara *fashion show* batik genilangit di taman wisata genilangit yang dimana pada saat itu banyak pengunjung dari luar Desa Genilangit yang melihat dan menonoton acara tersebut, itu adalah salah satu pemasaran batik genilangit agar banyak konsumen yang mengetahui bahwa di desa yang kecil ada sebuah kerajinan yang tersembunyi.

Pesatnya perkembangna batik tulis genilangit ini berawal dari ibu-ibu yang mengikuti pelatihan batik ini merupakan bukti bahwa batik tulis ini mendapat sambutan yang baik dari masyarakat. Dengan mengedepankan ciri khasnya yaitu sayur labu siam dalam kegiatan lain misalnya petani masih terjaga dengan baik di Desa Genilangit ini sehingga dalam mensejahterakan perekonomian masih terjaga. Dalam sebuah organisasi visi dan misi yang baik harus di barengi dengan sumber daya manusia yang cakap dan mumpuni dalam membaca kebutuhan primer dalam masyarakat serta mampu menganarkan generasi kepada pemahaman atas estafet pengetahuan dari masa ke masa.

Saat peneliti melakukan observasi awal, problem yang terjadi adalah kurangnya komunikasi dengan ibu-ibu batik tulis genilngit hal ini menyebabkan tidak efesiensinya waktu untuk mengetahui kelompok ibu-ibu memproduksi batik sehingga kita belum memproduksi batik berharap pada saat kelompok ibu-ibu batik memproduksi batik kita mendapat panggilan agar mengetahui cara membatik dan diharapkan dengan adanya kegiatan KPM-DDR ini, masyarakat Desa Genilangit memiliki pengetahuan dan

kemampuan untuk mengelola industri batik ini supaya lebih maju dan dikenal oleh masyarakat luar, dan juga untuk membantu perekonomian masyarakat serta mendukung kemajuan desa.

Batik merupakan karya seni terpuji bangsa Indonesia yang telah dikenal sejak zaman kerajaan Majapahit dan terus berkembang hingga saat ini (Salma dan Eskak, 2012). Namun demikian, dengan alasan masih lemahnya keamanan hukum atas izin inovasi kelompok masyarakat adat, batik tidak pernah dianggap memiliki tempat dengan negara lain atau dimiliki oleh perusahaan swasta (Patji, 2010; Tololiu, 2014). Karena itu, Indonesia telah mengatur investigasi, kelas, dan studio/presentasi yang berbeda. diidentikkan dengan batik untuk kemudian melakukan perbuatan yang halal.

Kehadiran pengakuan sejati dari yayasan global batik sangat erat kaitannya dengan kuantitas ajakan (Suliyanto et al., 2015). Kewenangan publik tersebut memberikan minat kepada pegawai pemerintah untuk memanfaatkan batik pada hari-hari tertentu, khususnya pada perayaan Hari Batik Nasional (Nurainun et al., 2008). Sedangkan masyarakat umum semakin bangga menggunakan batik, baik untuk yang tua maupun kaum muda (Utami & Triyono, 2011). Dampak lain pengakuan UNESCO adalah bertambahnya variasi teknik membatik (Wulandari, 2011). Saat ini terdapat batik yang dibuat secara tulis, lukis dan cap (Singgih, 2016). Ketiga jenis batik tersebut merupakan buatan tangan (handmade), sehingga proses pembuatannya relatif lama dan harga jualnya relatif mahal (Siregar, 2020).

METODE PENELITIAN

Metode ini menggunakan pendekatan (ABCD) *Asset Based Community Development*, yang menguntungkan asset dan potensi yang ada di sekitar dan dimiliki oleh kelompok batik tulis langit makmur. Batik tulis langit makmur memiliki potensi yang bisa jauh berkembang lebih pesat, potensi-potensi tersebut diantaranya; pertama produk batik tulis merupakan produk khas Desa Genilangit, kedua dalam persaingan tidak banyak memiliki pesaing karena motif batik memiliki ciri khas sendiri, namun dalam hal ini pengabdian menemukan kelemahan-kelemahan diantaranya pemasaran yang belum maksimal dan belum dikenal masyarakat luas.

Program KPM-DDR yang di lakukan di Desa Genilangit ini berupa peningkatan pemasaran produk langit makmur genilangit dengan menggunakan strategi pemasaran yang di mulai sejak Juli sampai 10 Agustus 2021. Pengabdian dalam melakukan kegiatan ini menggunakan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD). Karena pendekatan ABCD merupakan sebuah pendekatan yang merupakan asset dan potensi yang ada di sekitar dan di miliki oleh komunitas masyarakat.

Dalam metode ABCD ini asset yang dimiliki masyarakat Desa Genilangit yaitu wisata alam dan produk batik tulis langit makmur dengan hal ini pengabdian membantu mempromosikan batik tulis melalui sosial media dan pamflet agar batik tulis dikenal oleh masyarakat luar Desa Genilangit. Pendekatan yang dilakukan ini baik untuk Desa

Genilangit kecamatan poncol kabupaten magetan melalui kelompok batik tulis langit makmur untuk mengembangkan potensi yang ada guna memajukan ekonomi untuk masyarakat sekitar melalui ibu-ibu PKK dan kelompok ibu-ibu batik tulis agar di harapkan lebih berpartisipasi dalam kegiatan ini. Karena dalam masyarakat tidak semua memiliki cara pandang yang sama akan pemberdayaan dan pemanfaatan.

Usaha industri batik tulis langit makmur Genilangit memiliki potensi yang cukup baik. *Pertama*, lokasi industri yang dekat dengan warga desa dan juga dekat dengan wisata jadi, banyak pengunjung dari luar Desa Genilangit yang mengetahui bahwasanya di Desa Genilangit selain wisata yang indah ada kerajinan batik yang berkualitas tinggi. *Kedua*, digerakkan oleh warga masyarakat dan didukung oleh pemerintah desa agar semakin berkembang ke seluruh Indonesia. Tapi selain itu juga ada kelemahan-kelemahan yang ada yaitu kurangnya pemasaran dan pengetahuan akan teknologi dan informasi.

Pengabdian masyarakat ini dilakukan metode ABCD yang menggunakan beberapa tahapan yaitu sebagai berikut:

1. *Inkulturasi*, yaitu tahapan pengenalan terhadap daerah yang bisa dibayangkan pada tahap ini dilakukan cara untuk menghadapi daerah setempat sehingga muncul kepercayaan dan kepastian rasa aman dan juga nyaman sehingga memudahkan untuk melangkah ke tahap selanjutnya.
2. *Discovery*, adalah tahap pengungkapan informasi sebagai data yang di gunakan dalam penyusunan program kerja dan pada tahap ini juga disusun tentang perencanaan kegiatan yang akan dilakukan.
3. *Design*, merupakan tahap penyusunan rencana dan mengidentifikasi rencana program yang telah di susun pada dan ditentukan pada tahap discovery
4. *Define*, merupakan kerjasama untuk melaksanakan program kerja yang telah di tentukan
5. *Refelction*, adalah evaluasi yang telah dilaksanakan dari kegiatan yang telah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan KPM-DDR yang dilakukan di Desa Genilangit ini merupakan kegiaan yang berupaya untuk meningkatkan pemasaran batik melalui pemasaran dan penyebaran pamphlet yang dimulai sejak pada tanggal 05 juli sampai 10 agustus 2021. Berdasarkan metode ABCD yang digunakan ada lima tahapan dalam pelaksanaan KPM-DDR, yaitu sebagai berikut:

1. Inkulturasi

Sebelum melakukan kegiatan pengabdian di Desa Genilangit bapak kepala desa memberi tau aset apa saja yang ada di Desa Genilangit. Aset tersebut merupakan wisata alam dan produksi batik tulis. Dengan hal ini Pengabdian tertarik untuk bertempat di

batik tulis untuk membantu mempromosikan dan memasarkan agar dikenal oleh masyarakat luar Desa Genilangit.

Desa Genilangit yang berada di ketinggian di atas 1.000 mpdl. Luas wilayahnya sekitar 272.13 ha, di desa ini sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani. Pada kegiatan pengabdian masyarakat daring dari rumah (KPM-DDR) di Desa Genilangit bertempat di industri batik tulis langit makmur ini sudah berdiri sejak 02 oktober 2019 yang di dukung oleh aparat desa dan di setujui oleh kesepakatan bersama, namun dengan begitu kegiaan ini dalam melakukan pemasaran masih sangat rendah yang hanya dilakukan hanya dengan via whatsapp, instagram, dan juga facebook, pada saat belum pandemic pemasaran yang dilakukan dengan menampilkan karya batik tulis langit makmur dengan cara membuat fashion show dan juga membuka stand dan bazar yang di adakan di desa wisata genilangit maka dengan begitu, banyak dari dari masyarakat luar Desa Genilangit yang mengetahui bahwa di desa yang kecil ada batik dengan ciri khasnya yaitu batik labu siam.

Melihat kondisi yang seperti ini kami selaku peneliti ingin melakukan cara dan solusi agar perekonomian masyarakat stabil dan sejahtera tidak mengalami penurunan yang sangat drastis yaitu dengan cara mempromosikan dan memasarkan batik tulis, pengumpulan data-data ini dilakukan mulai tanggal 05 juli samapi 10 agustus 2021. Tercatat di Desa Genilangit mengenai mata pencaharain dapat dicatat yakni sebagai berikut:

Tabel. 1 Daftar Profesi Masyarakat Desa Genilangit

No	Jenis Profesi	Jumlah
1	Petani / Pekebun	1.383
2	Wiraswasta	793
3	Belum/ Tidak Bekerja	530
4	Pelajar / Mahasiswa	462
5	Karyawan Swasta	98
6	Perdagangan	51
7	Mengurus Rumah Tangga	40
8	Pedagang	25
9	Buruh Tani / Pekebun	15
10	Perangkat Desa	12
11	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	10
12	Tukang Batu	9
13	Pension	6
14	Pembantu Rumah Tangga	5
15	Tukang Jahit	4
16	Bidan	3

17	Buruh Harian Lepas	2
18	Kepala Desa	1
Total		3.434

Sumber: Data diolah penulis

Dari data tabel. 1 di atas dapat disimpulkan bahwa mata pencaharian masyarakat Desa Genilangit sebagian besar berprofesi sebagai petani.

2. *Discovery*

Berdasarkan hasil lapangan yang di lakukan pada kelompok batik tulis langit makmur dalam melakukan pemasaran masih sangat kurang belum maksimal dalam menggunakan media sosial. Mereka hanya menggunakan media via whatsapp, instagram, dan juga facebook belum mengenal jauh jauh tentang *marketplace* seperti shopee, lazada, toko pedia, dan lain sebagainya padahal media ini sangat bermanfaat dan menarik perhatian yang tinggi di masyarakat luar Desa Genilangit, apalagi bagi kalangan yang suka dengan belanja sehingga mempunyai kesempatan yang cukup besar apabila bisa menggunakan aplikasi pada media ini.

Desa Genilangit banyak memiliki industri yang dapat dibudidayakan pada kegiatan pengabdian mengambil salah satu industri yang terkenal yaitu batik tulis langit makmur dengan begitu tujuan pengabdian ini untuk meningkatkan hasil pemasaran dengan menggunakan *marketing mix*.

Berdasarkan informasi yang kami peroleh yang aktif pada industri batik tulis langit makmur ada 13 orang pada saat wawancara kami menanyakan hal-hal mengenai batik itu mulai dari sejarah berdirinya produksi batik hingga apa saja kendala yang di hadapi pada saat membatik sampai proses pemasaran. Hasil dari wawancara ini bahwa batik tulis langit makmur awalnya mengajukan dan juga ada program BLK dari ponorogo dan mengadakan pelatihan selama 28 hari, ciri khas dari batik tulis ini yaitu sayur-sayuran dengan menandai Desa Genilangit penghasil sayur yang melimpah. Karena focus peneliti ini ingin mentabikan perekonomian dan untuk mensejahterakan masyarakat melalui sektok ekonomi industry rumah tangga melalui pemasaran sosial media dan pemanfaatan Tekhnologi Informasi dan Komunikasi untuk para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya.

3. *Design*

Pada tahap ini pengabdian melakukan dan menginditifikasi potensi atau asset yang dimiliki dan dengan pemetaan asset komunitas. Pemetaan asset komunitas merupakan pendekatan atau cara untuk pengetahuan ke akses local. Tahapan ini merupakan cara untuk membuat seluruh komunitas menyadari bahwa masyarakat biasa mulai memimpin dan membangun control atas potensi asset yang tersedia dan tersimpan. Tujuan penelitian ini untuk memutuskan tentang apa yang akan dilakukan berdasarkan sumber daya yang tersedia.

Tabel. 2 Rencana Program Kerja

Aset	Rencana Program Kerja	Tujuan
1. Sumber Daya Manusia (SDA) 2. Sumber Daya Manusia (SDM) 3. Sumber Modal	1. Memberikan sosialisasi pengetahuan mengenai <i>marketplace</i> 2. Menyebarkan brosur kepada masyarakat luar Desa Genilangit untuk mengenalkan batik	1. Meningkatkan pengetahuan tentang dunia digital yang semakin canggih dan mudah di gunakan. 2. Mengenalkan produk batik kepada masyarakat luar yang belum mengetahui tentang kualitas dan motif batik genilangit dengan ciri khasnya.

Sumber: Data diolah penulis

Setelah dirumuskan tentang aset komunikasi yang dimiliki oleh masyarakat Desa Genilangit maka peneliti menyusun rencana program kerja tujuannya seperti pada tahapan yang ada di atas. Rencana program kerja ini ditujukan kepada ibu-ibu yang bergabung dalam komunitas batik tulis langit makmur. Program kerja ini diharapkan dapat membantu dan memberikan dampak yang positif serta dapat memasarkan sehingga dapat menambah penghasilan bagi ibu-ibu batik tulis dan juga pendapatan BUMDes.

Kami selaku peneliti melakukan pengamatan kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok batik tulis di Desa Genilangit beberapa hari sebelum melakukan penelitian tepatnya di awal Juli 2021. Sebelumnya pertemuan akan diadakan dan dilaksanakan yaitu tiga sampai empat kali dalam satu pekan namun, dikarenakan kondisi yang tidak memungkinkan maka kita persingkat. Ketika awal pertemuan dengan salah satu pengelola batik dan juga diberikan pengarahan mengenai batik maka peneliti tertarik dengan potensi dan menggali lebih dalam lagi tentang marketplace untuk memasarkan produknya agar ekonomi di masyarakat setabil dan juga sejahtera.

4. Define

Define pada tahap ini warga desa dan pengabdian bekerjasama dalam melakukan rencana program kerja yang telah dicatat sebelumnya dengan skala prioritas. Pelaksanaa KPM daring dari rumah di lapangan berdasarkan program kerja yang diurikan sebagai berikut:

a. Pemberian mengenai sosialisasi mengenai marketing

Dari data yang diperoleh dengan berbagai pertimbangan maka peneliti memutuskan skala prioritas yang menjadi asset utama yang dimiliki Desa Genilangit adalah sector industri rumah tangga batik tulis selain itu juga ada pengolahan kripik singkong, pengrajin, dan juga kesenian namun peneliti tertarik dengan marketing karena batik

menjadi salah satu pendapatan yang lumayan tinggi bagi masyarakat Desa Genilangit dengan menggunakan desain dengan ciri khasnya yaitu labu siam. Selain itu pemasaran yang dilakukan dengan membuka stand bazar di wisata genilangit yang pengunjungnya dari luar desa genilangit atau juga bisa mendatangi langsung tempat produksi batik tulis langit makmur tersebut. Pada kegiatan ini peneliti juga memberikan tentang pentingnya situs-situs jual beli online.

Sosialisasi tentang digital marketing sangatlah penting karena untuk pengetahuan kepada pelaku usaha dan memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan pesaing bagi para pelaku usaha.

b. Penyebaran pamflet ke luar Desa Genilangit

Meskipun dalam pemasaran sudah menggunakan sosial media, namun peneliti tetap menggunakan cara dengan pemberian informasi kepada masyarakat dengan membuat pamphlet yang dicetak kemudian disebarakan kepada masyarakat. Hal ini mampu menarik konsumen khususnya orang tua yang awam akan dunia digital sehingga mudah untuk mendapat informasi dengan media tulis yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat.



Gambar.1 Penyebaran Brosur ke Luar Desa Genilangit

Peneliti membuat brousur dan di sebarakan kepada masyarakat luar Desa Genilangit yang bersamaan bagi-bagi masker dan brosur, tujuannya agar mengetahui di Desa Genilangit yang kecil mempunyai batik tulis yang berkualitas tinggi dengan ciri khasnya sendiri dan kami lakukan didesa masing-masing anggota KPM-DDR.

5. Reflection

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah ibu-ibu yang tergabung dalam kegiatan komunitas batik ini, masyarakat telah cukup menambah pengetahuan tentang penggunaan sosial media sebagai pemasaran atau digital marketing. Para warga desa

antusias dan mengikuti kegiatan ini, dan juga masyarakat Desa Genilangit sudah bisa mengoperasikan dan memanfaatkan aplikasi media sosial itu dengan baik, namun dalam hal kegiatan ini masih banyak perbaikan mengenai pengetahuan tentang media informasi dan komunikasi bagi masyarakat yang terutama belum mengetahui dunia digital yang modern di zaman sekarang ini. Mengingat bahwa semua pelaku usaha tidak paham dengan teknologi yang semakin canggih dan rata-rata pelaku usaha di Desa Genilangit sudah memasuki usia generasi yang lanjut dengan umur 35 keatas.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang dapat disimpulkan dari hasil penjelasan diatas adalah kegiatan pengabdian masyarakat dapat sedikit membantu menstabilkan perekonomian masyarakat serta pemasaran di industri usaha batik tulis langit makmur di Desa Genilangit dan meningkatkan pengetahuan masyarakat setempat tentang pentingnya pemasaran menggunakan media sosial yang pernah digunakan dan aplikasi lainnya. Kegiatan pengabdian sosial ini untuk keseluruhan dikatakan berhasil, karena hal ini dapat dilihat dari pemahaman sekaligus pendapatan masyarakat dan juga dana BUMDes yang cukup meningkat setelah melakukan promosi melalui berbagai marketplace, media sosial dan juga dapat bertemu langsung dengan calon pelanggan. Selain itu masyarakat juga sudah mulai produktif menggunakan sosial media yang tersedia di aplikasi android. Untuk kendala yang peneliti alami adalah saat melakukan kegiatan dengan keterbatasan panggilan informasi secara langsung ke lokasi produksi batik, karena pada saat kegiatan berlangsung pemerintah sedang menerapkan PPKM, Sehingga semua kegiatan dibatasi dan pada saat itu pula di Desa Genilangit masuk dalam zona merah kasus Covid-19.

REFERENSI

- Abdul Aziz, (2017). *"Analisis Profitabilitas Usaha Bontot dan Kerupuk Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. UIN UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
- Abi Pratiwa Siregar, Alia Bihrajihant Raya, Dkk. (2020). Upaya Pengembangan Industri Batik Di Indonesia Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada VOL. 37 NO.1 , Hal 79 – 92
- Dewi Jayanti Mandasari, Joko Widodo, Sutrisno Djaja. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso, Universitas Jember, Volume 13 Nomor 1
- Farah Bonita. (2013). Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik di Kota Semarang Universitas Negeri Semarang EDAJ 2 (3)
- Felisia Meliana Ratri P.Silitonga. (2017). Strategi Pengembangan Umkm Batik Tulis Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
<http://kominfo.magetan.go.id>