



PENINGKATAN PEREKONOMIAN INDUSTRI BATIK MANGROVE DENGAN KETRAMPILAN DIGITAL MARKETING

Oleh

Oryza¹, Irma², Erwin³, Endang⁴

¹Akuntansi, Universitas Darma Persada

^{2,4}Manajemen, Universitas Darma Persada

³Teknik Mesin, Universitas Darma Persada

E-mail: ¹oryza.fe@gmail.com

Article History:

Received: 21-05-2025

Revised: 11-06-2025

Accepted: 24-06-2025

Keywords: Increased Income, Batik Industry, Digital Marketing

Abstract: This training was carried out with UMKM Kebaya partners (Happy Work Group) in Muara Gembong District. From the results of the questionnaire, it can be seen that partners have experienced improvements in various training themes. A significant improvement can be seen from the second material, namely batik making using the dab method. From the evaluation results, partners have understood the method of dyeing with textike dyes, previously partners could only use natural dyes. Then, the partner can make batik using the dab and open and close method. So the batik results become more varied and have many colors. The results of training in understanding digital crime and digital marketing have also increased quite significantly. Partners already know the types of digital crime, before training partners have even experienced acts of fraud, some employees even often experience sexual violence from digital media. The speaker also provided an explanation regarding tips for determining colors in creating marketing designs, and provided knowledge for creating attractive videos and advertisements. In determining COGS before training, partners only use instinct, and not every cost is included. Training on COGS calculations and simple bookkeeping provides knowledge related to bookkeeping and COGS calculations.

PENDAHULUAN

Kecamatan Muara Gembong terletak di Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat, yang memiliki potensi alam dan budaya yang cukup unik. Salah satu potensi alam yang dapat dimanfaatkan adalah keberadaan mangrove yang tumbuh subur di sepanjang pesisirnya. Mangrove dikenal memiliki berbagai manfaat, baik untuk ekosistem, ekonomi, maupun budaya. Salah satu pemanfaatan mangrove yang dapat dikembangkan adalah sebagai bahan pewarna alami untuk batik tulis. Batik adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang memiliki nilai estetika tinggi dan potensi ekonomi yang besar, terutama dalam industri kerajinan tangan (Fatchan, 2020). Namun, tantangan yang dihadapi oleh pengrajin batik di daerah ini adalah terbatasnya akses terhadap bahan pewarna alami yang ramah lingkungan dan bernilai jual tinggi.

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan era digital, pelatihan digital marketing

menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Banyak pelaku usaha di Muara Gembong yang belum memanfaatkan platform digital secara maksimal untuk memasarkan produk mereka, termasuk produk batik. Digital marketing dapat membuka peluang pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional (Nurhadi, 2021). Oleh karena itu, pelatihan tentang digital marketing sangat penting untuk membantu masyarakat di Muara Gembong memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan usaha mereka.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan masyarakat Muara Gembong dalam membuat batik tulis menggunakan pewarna alami dari mangrove, serta memberikan pelatihan digital marketing sebagai sarana untuk memperkenalkan produk batik tulis mereka ke pasar yang lebih luas. Diharapkan melalui kegiatan ini, masyarakat setempat dapat meningkatkan kualitas hidup dan mengoptimalkan potensi sumber daya alam serta teknologi untuk meningkatkan perekonomian lokal.

Berdasarkan hasil survey tim PKM Unsada ke UMKM Kabaya (Kelompok Bahagia Berkarya) di Desa Pantai Bahagia Kecamatan Muara Gembong, Kabupaten Bekasi. Tim menemukan beberapa Permasalahan utama yang dihadapi UMKM

1. Mitra memiliki berbagai produk, namun belum menentukan produk unggulan yang harus diprioritaskan. dari analisa tim produk batik tulis memiliki pangsa pasar yang luas dan profit yang besar menurut kami produk batik tulis perlu dikembangkan. sehingga perlu ada pelatihan membatik agar menambah SDM pengrajin batik dan penentuan strategi untuk menentukan produk prioritas dan membuat skema keuangan.
2. Kurangnya sumber daya manusia dan akses terhadap teknologi belum meluas serta sulitnya akses yang harus dilalui ketika hendak menuju lokasi mitra ataupun mengimimkan paket produk karena harus ke kantor kecamatan (mengendarai prahu dengan biaya Rp 300.000,-), sehingga untuk menghadapi tantangan tersebut, kita harus membantu dan mendidik para wirausaha dalam penguasaan dan adopsi *digital technology marketing* serta membantu mitra berkolaborasi dengan penjual / toko di daerah kota serta penyebaran informasi produk oleh para *influencer*.
3. Kurang tepatnya penentuan harga perolehan produk (HPP) dan harga jual produk, hal ini dilatar belakangi ketersediaan bahan baku yang langka sehingga membawa dampak perubahan pada HPP dan harga jual, namun mitra masih memiliki keterbatasan pengetahuan sehingga bagi hasil perolehan laba yang diberikan kepada karyawan memiliki nominal yang cukup kecil. Selain itu, hal ini menyebabkan mitra tidak memiliki arus kas yang sehat, dan dapat berakibat bisnis tidak dapat *going concern*.

METODE

A. Metode pelaksanaan kegiatan:

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dalam lima tahapan yang saling terkait dan mendukung pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Setiap tahapan akan dilakukan dengan melibatkan masyarakat setempat serta memanfaatkan potensi lokal, terutama bahan pewarna alami dari mangrove, serta teknologi digital dalam



pemasaran produk batik. Tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi dan Penilaian Kebutuhan Masyarakat

Pada tahap pertama, dilakukan identifikasi kondisi dan kebutuhan masyarakat di Kecamatan Muara Gembong. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali informasi terkait potensi dan keterampilan yang sudah dimiliki oleh masyarakat, serta tantangan yang mereka hadapi, khususnya terkait dengan pembuatan batik dan pemasaran produk secara digital. Penilaian ini akan melibatkan observasi langsung di lapangan, wawancara dengan pelaku usaha lokal, serta diskusi dengan pemerintah daerah. Kegiatan ini penting untuk memastikan bahwa program yang diberikan relevan dan dapat diterima oleh masyarakat. Penilaian awal sangat berguna untuk memetakan potensi yang dapat dikembangkan lebih lanjut (Rukmana, 2021).

2. Pelatihan Pembuatan Batik Tulis dengan Pewarna Mangrove

Tahap selanjutnya adalah pelatihan pembuatan batik tulis dengan menggunakan pewarna alami dari mangrove. Pada pelatihan ini, peserta akan diajarkan teknik dasar dalam pembuatan batik, mulai dari persiapan bahan, pencelupan kain dengan pewarna alami mangrove, hingga proses pembuatan desain batik. Mangrove dipilih sebagai pewarna alami karena selain ramah lingkungan, juga memiliki potensi ekonomi yang tinggi. Penggunaan pewarna alami mendukung keberlanjutan dalam produksi batik (Fatchan, 2020). Batik tulis dengan bahan alami memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri yang dapat meningkatkan nilai jual produk (Sihombing & Wijaya, 2019).

3. Pembuatan Produk dan Pengolahan Hasil Batik

Setelah pelatihan, peserta akan diminta untuk mempraktikkan pembuatan batik tulis dengan pewarna mangrove secara mandiri. Dalam tahap ini, para peserta akan dibimbing dalam pengolahan hasil batik, termasuk proses pemadaman dan pengeringan batik agar kualitas produk tetap terjaga. Pendampingan ini akan dilakukan oleh para ahli batik dan pengrajin yang telah berpengalaman, guna memastikan setiap produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang sesuai standar industri batik (Fatchan, 2020). Selain itu, pengolahan yang tepat juga dapat memperpanjang daya tahan batik dan menjaga keasliannya sebagai produk yang berbasis budaya (Prasetyo, 2020).

4. Pelatihan Digital Marketing untuk Pemasaran Produk Batik

Tahap keempat adalah pelatihan tentang digital marketing untuk membantu masyarakat memasarkan produk batik mereka secara online. Pelatihan ini mencakup penggunaan platform digital seperti media sosial (Instagram, Facebook), marketplace (Tokopedia, Bukalapak), serta pembuatan website sederhana. Peserta akan diberikan pemahaman tentang strategi pemasaran digital, cara membuat konten yang menarik, serta teknik untuk meningkatkan visibilitas produk di dunia maya. Pelatihan ini juga akan membahas analisis pasar, cara mengukur efektivitas pemasaran digital, dan tips untuk meningkatkan penjualan produk batik secara online. Digital marketing memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya saing produk lokal dan mengakses pasar yang lebih luas (Nurhadi, 2021; Widiastuti, 2022).

5. Evaluasi dan Pendampingan Pasca-Pelatihan

Tahap terakhir adalah evaluasi dan pendampingan untuk memantau perkembangan peserta setelah pelatihan. Pada tahap ini, akan dilakukan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana keterampilan pembuatan batik dan pemasaran digital yang telah diajarkan dapat diterapkan. Pendampingan lanjutan akan diberikan kepada peserta yang membutuhkan bantuan untuk menyelesaikan tantangan yang mereka hadapi, seperti pemasaran produk,

pengelolaan media sosial, dan penjualan online. Tim pengabdian akan memberikan konsultasi serta bimbingan dalam bentuk workshop dan forum diskusi secara berkala. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan keberlanjutan dan dampak positif kegiatan pengabdian ini dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Muara Gembong (Wijayanto & Sulistyono, 2022; Widiastuti, 2022).

HASIL

Kegiatan PKM telah terlaksana, setidaknya terdapat 3 pelaksanaan kegiatan yang telah Tim PKM laksanakan, yakni : 1) Pelatihan cyber crime dan digital marketing pada tanggal 4 juni 2024, 2) Pelatihan Membatik dengan Metode Colet pada tanggal 28 Agustus 2024, 3) Pelatihan Pembukuan Keuangan Sederhana dan Perhitungan HPP (harga pokok produk) pada tanggal 10 september 2024. kegiatan ini setidaknya diikuti oleh 20 – 30 peserta dari UMKM Kebaya dan ibu – ibu di Desa Pantai Bahagia, kecamatan Muara Gembong. Selama proses pelaksanaan kegiatan peserta sangat antusias untuk menyimak dan berdiskusi dengan narasumber dan tim PKM.

Dalam pelatihan cyber crime dan digital marketing, para peserta sangat antusias menyampaikan pengalaman praktik kejahatan cyber yang dialami oleh peserta. Modus yang disampaikan cukup beragam, bahkan tidak sedikit peserta atau warga di desa pantai bahagia mengalami kerugian materi maupun sikis. Peserta juga cukup antusias pada saat narasumber Bapak Ferdica Wahyu, ST., MM. menyampaikan materi terkait tips membuat konten yang menarik.

Dalam pelatihan kedua, yakni membatik dengan metode colet para peserta sangat antusias. Pelatihan ini merupakan pelatihan pertama yang didapatkan oleh peserta mengenai teknik pewarnaan dengan pewarna kimia dan melukis atau mencolet. Dalam pelatihan ini, peserta mendapatkan pengetahuan yang sangat berharga, salah satunya peserta sebelumnya hanya mengetahui pewarnaan dengan pewarna alami. Pewarna alami membutuhkan dana yang lebih besar dan hasil warna hanya dapat digunakan untuk beberapa kali celup. Sedangkan pewarna kimia cukup hemat karena bisa digunakan untuk 20 – 40 kali celup. Dalam pelatihan kedua, tim PKM juga memberikan materi tambahan yakni membuat syal / slendang dengan hiasan manik – manik. Pembuatan produk slendang diharapkan dapat menjadi opsi bagi calon pembeli untuk membeli produk batik apabila membeli kain batik meteran dirasa mahal.

Selanjutnya, pada pelatihan ke tiga yakni pelatihan pembukuan keuangan sederhana dan perhitungan HPP, dalam pelatihan ini peserta khususnya pemilik UMKM kebaya mendapatkan peningkatan pengetahuan. Sebelumnya para peserta hanya menentukan harga jual secara perkiraan saja. Lalu, mitra jadi faham seberapa sehat perputaran omzet selama 1 tahun yang lalu.

Produk yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah batik tulis dengan metode colet dengan motif bunga pidada. Design motif bunga pidada merupakan hasil hibah dari Universitas Darma Persada sebagai upaya mendukung kemajuan UMKM di muara gembong agar memiliki ke khasan / ciri khas dalam motif batik. Selain itu, produk outer atau kimono yang didesign dengan gaya jepang karena Universitas Darma Perada identic dengan budaya jepang. Kimono atau outer merupakan kombinasi bahan tenun torso dan kain batik tulis khas muara gembong.



Gambar a. hasil pengembangan produk



Gambar b. Proses pembuatan batik



Gambar c. Motif bunga pidada

KESIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan kegiatan PKM ini, Tim PKM menyimpulkan bahwa seluruh rangkaian kegiatan PKM yang terdiri dari 3 sesi pelatihan telah terlaksana seluruhnya. Dalam kegiatan PKM ini luaran yang telah tercapai adalah : pencatatan Hak Cipta (Luaran tambahan), pendaftaran design batik bunga pidada (sedang dalam proses pengajuan hak cipta), Penerbitan artikel di media massa, penerbitan video dokumentasi di youtube dan instragram. Adapun luaran yang belum tercapai adalah publikasi artikel di jurnal nasional, saat ini tim PKM sedang menyusun artikel yang rencananya akan kami submit dibulan oktober.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kemendikbud, atas diberikan kesempatan dan dukungan melalui Hibah Pengabdian kepada Masyarakat yang telah kami terima. Hibah ini telah memberikan peluang berharga bagi kami untuk melaksanakan kegiatan pengabdian yang dapat memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, khususnya dalam pengembangan potensi lokal melalui pembuatan batik tulis dengan pewarna alami mangrove dan pelatihan digital marketing di Kecamatan Muara Gembong.

Dukungan yang diberikan oleh DRTPM Kemendikbud sangat berarti bagi kami dalam mewujudkan tujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat, memberdayakan ekonomi lokal, serta melestarikan budaya Indonesia. Kami berharap kerja sama ini dapat terus berlanjut dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat dan bangsa Indonesia.

Sekali lagi, kami menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam atas perhatian dan kepercayaan yang diberikan kepada kami. Semoga kegiatan ini dapat membawa manfaat yang luas dan berkelanjutan bagi seluruh pihak yang terlibat.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Fatchan, S. Pemanfaatan pewarna alami mangrove dalam industri batik: Kajian potensi sumber daya alam di pesisir. *Jurnal Penelitian Alam*, 18(2) (2020.), 120-131.
- [2] Nurhadi, M. Digital marketing sebagai pendorong pertumbuhan usaha mikro di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(3) (2021), 87-98.
- [3] Prasetyo, A. Keberlanjutan industri batik dengan pewarna alami: Perspektif ekonomi dan budaya. *Jurnal Kebudayaan*, 15(3)(2020), 55-67.
- [4] Rukmana, D. Pemberdayaan masyarakat melalui identifikasi potensi lokal untuk pengembangan ekonomi kreatif. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 10(1) (2021), 45-59.
- [5] Sihombing, E., & Wijaya, B. Pengembangan industri batik ramah lingkungan dengan pewarna alami. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 6(2) (2019), 120-135.
- [6] Widiastuti, A. Optimalisasi digital marketing untuk pengembangan UMKM di era digital. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 8(1) (2022), 45-60.
- [7] Wijayanto, A., & Sulisty, H. Batik tulis: Warisan budaya Indonesia dan pengembangannya melalui inovasi pewarna alami. *Jurnal Kebudayaan*, 20(4) (2022), 77-92.