



STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BATIK DI KAMPOENG JADOEL SEMARANG MELALUI DIGITAL MARKETING

Munifah^{a*}, Edy Siswanto^b, Hendri Rasminto^c, Nindi Anggi Wardani^d, Suprapti^e

^a Studi Vokasi/D3 Akuntansi, munifah@stekom.ac.id, Universitas Sains dan Teknologi Komputer,
Semarang Jawa Tengah

^b Studi Vokasi/D3 Akuntansi, edy@stekom.ac.id, Universitas Sains dan Teknologi Komputer,
Semarang Jawa Tengah

^c Studi Vokasi/D3 Akuntansi, hendri@stekom.ac.id, Universitas Sains dan Teknologi Komputer,
Semarang Jawa Tengah

^d Studi Vokasi/D3 Akuntansi, nindyardani@gmail.ac.id, Universitas Sains dan Teknologi Komputer,
Semarang Jawa Tengah

^e Studi Akademik/S1 Sistem Komputer, suprapti@stekom.ac.id, Universitas Sains dan Teknologi Komputer,
Semarang Jawa Tengah

* Korespondensi

ABSTRACT

This community service aims to support the development of batik businesses in Kampong Jadoel, Semarang, through the implementation of digital marketing strategies. This activity is motivated by the challenges faced by batik MSMEs, such as limited market access, low digital literacy, and competition in the era of globalization. The implementation method includes digital literacy training, mentoring in creating marketing content, and optimizing the use of digital platforms such as social media, marketplaces, and websites. The results of the program show an increase in participants' understanding of the concept of digital marketing, the ability to utilize digital media for promotion, and an increase in sales of batik products. In addition, stronger branding and more interactive relationships with consumers are created. This program also provides recommendations for business sustainability, such as the development of an integrated digital marketing system and ongoing coaching. It is hoped that this service can be a model for community empowerment in supporting economic independence based on local wisdom.

Keywords: Community Service, Batik, Digital Marketing, Old Village, Empowerment of MSMEs

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung pengembangan usaha batik di Kampong Jadoel, Semarang, melalui penerapan strategi digital marketing. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh tantangan yang dihadapi para pelaku UMKM batik, seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital, dan persaingan di era globalisasi. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan literasi digital, pendampingan pembuatan konten pemasaran, dan optimalisasi penggunaan platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website. Hasil dari program menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep digital marketing, kemampuan dalam memanfaatkan media digital untuk promosi, serta peningkatan penjualan produk batik. Selain itu, tercipta branding yang lebih kuat dan hubungan yang lebih interaktif dengan konsumen. Program ini juga memberikan rekomendasi untuk keberlanjutan usaha, seperti pengembangan sistem pemasaran digital yang terintegrasi dan pembinaan berkelanjutan. Diharapkan, pengabdian ini dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat dalam mendukung kemandirian ekonomi berbasis kearifan lokal.

Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat, Batik, Digital Marketing, Kampong Jadoel, Pemberdayaan UMKM

1. PENDAHULUAN

Industri batik merupakan salah satu sektor ekonomi kreatif yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Batik merupakan warisan budaya yang telah diakui oleh UNESCO pada tanggal 2 Oktober 2009 sebagai Intangible Cultural Heritage (ICH) atau warisan budaya tak benda pada sidang UNESCO di Abu Dhabi [1], batik tidak hanya memiliki nilai seni dan budaya yang tinggi, tetapi juga memiliki potensi ekonomi yang besar [2]. Produk batik Indonesia dikenal luas baik di dalam negeri maupun di pasar internasional. Namun demikian, banyak usaha kecil dan menengah (UKM) batik yang masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan bisnis mereka. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UKM batik adalah keterbatasan dalam hal pemasaran [3]. Metode pemasaran konvensional yang selama ini digunakan sering kali kurang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas, terutama di era digital saat ini. Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru dalam dunia pemasaran melalui digital marketing. Digital marketing menawarkan berbagai keunggulan, seperti biaya yang lebih efisien, jangkauan yang lebih luas, serta kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen [4].

Kampung Batik Semarang adalah perwujudan komitmen Pemerintah Kota Semarang dalam menjaga dan melestarikan tradisi batik, yang merupakan warisan budaya yang memikat dan memikat hati banyak orang. Proses pembuatan batik yang unik dan pola motifnya yang menarik telah menjadikan Semarang sebagai salah satu destinasi favorit untuk mencari kain batik berkualitas. Lokasi Usaha Batik Kampong Jadoel terletak di Rejomulyo, Bubakan, Semarang, tidak terlalu jauh dari Kota Lama, menjadikannya tujuan yang sangat menarik ketika berwisata ke kota Semarang. Meskipun pelaku usaha batik tersebut sudah menggunakan media sosial seperti facebook dan instagram sebagai media promosi tetapi masih banyak yang belum sepenuhnya memanfaatkannya. Beberapa faktor yang menyebabkan hal ini antara lain kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan teknologi digital, terbatasnya akses terhadap pelatihan dan informasi yang relevan, serta keterbatasan sumber daya untuk mengelola strategi pemasaran digital secara efektif. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang sistematis dan terstruktur untuk membantu pelaku usaha batik dalam mengembangkan kemampuan mereka di bidang digital marketing.

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan dukungan dan pendampingan kepada pelaku usaha batik dalam mengembangkan strategi digital marketing yang efektif. Melalui pelatihan dan pendampingan intensif, diharapkan pelaku usaha batik dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam menggunakan berbagai platform digital untuk memasarkan produk mereka. Dengan demikian, usaha batik dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka di pasar, baik di tingkat nasional maupun internasional. Upaya ini juga sejalan dengan program pemerintah dalam mendorong digitalisasi UKM dan melestarikan warisan budaya melalui inovasi dan teknologi [5]. Dengan memanfaatkan digital marketing, pelaku usaha batik diharapkan dapat lebih mudah menjangkau konsumen, meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya, berkontribusi pada peningkatan perekonomian lokal dan nasional.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan sistem tatap muka langsung antara dosen-dosen dan Mahasiswa Universitas Sains dan Teknologi Komputer dengan para anggota usaha batik Kampong Jadoel Semarang. Kegiatan ini diikuti 15 peserta yang merupakan anggota usaha batik Kampong Jadoel Semarang. Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut :

2.1 Tahap Persiapan

- a. Tim pengabdian mengadakan konsultasi dengan pimpinan Usaha Batik Kampong Jadoel Semarang, minta ijin pelaksanaan penyuluhan digital marketing.
- b. Dengan pimpinan Usaha Batik Kampong Jadoel Semarang, untuk menetapkan hari, tanggal kegiatan dan tempat terlebih dahulu.
- c. Mempersiapkan materi kegiatan pelatihan penyusunan digital marketing yang diperlukan agar pelaksanaan dapat mudah dipahami, menarik dan lancar.
- d. Setelah persiapan selesai, ditetapkan waktu kegiatan tanggal 23 Mei 2024 di Kampong Jadoel Semarang.

2.2 Tahap Pelaksanaan

Pola pelaksanaan pelatihan digital marketing pada anggota usaha batik Kampong Jadoel Semarang dilaksanakan pada tanggal 23 Mei 2024, dimulai pada pukul 08.00 yang dipandu oleh Ibu Suprapti, S.Pd.,

M.Pd sebagai MC. Kegiatan tersebut dibuka dengan do'a oleh Bapak Edy Siswanto M.Kom. Dilanjutkan menyanyikan lagu Indonesia Raya yang dipandu oleh saudari Fajar Yulianti mahasiswi program studi S1 Manajemen, kemudian dilanjutkan sambutan pertama dari Universitas STEKOM yang di wakili Ibu Munifah, M.Kom sebagai ketua penyelenggara pengabdian kepada masyarakat. Sambutan yang kedua dari Usaha Batik Kampung Jadoel Semarang yang diwakili oleh Bapak Luwi. Kemudian dilanjutkan pemaparan materi oleh pemateri pertama Ibu Nindi Anggi Wardani, M.M dengan tema Strategi Pemasaran Batik Kampung Djadoel Semarang Untuk Menarik Minat Konsumen, pemateri kedua Bapak Hendri Rasminto, S.Kom., M.Si dengan tema Teknologi Digital Marketing (Marketplace) dan di akhiri dengan ucapan terimakasih dan pemberian kenang-kenangan.

Pola pelaksanaan program pelatihan digital marketing adalah dengan pemaparan materi Strategi Pemasaran Batik Kampung Djadoel Semarang Untuk Menarik Minat Konsumen di Kampung Jadoel Semarang, kemudian dilanjutkan materi yang kedua yaitu praktek membuat toko online pada platform shopee dengan menggunakan SmartPhone masing-masing sebagai media penjualan dan promosi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian Strategi Pengembangan Usaha Batik Di Kampoeng Jadoel Semarang Melalui Digital Marketing bertujuan untuk mengenalkan berbagai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan batik, Untuk meningkatkan pemahaman mitra dalam membuat toko online diberbagai platform dan dapat mengoperasikan toko online sebagai sarana pemasaran.

Dengan mempelajari digital marketing sebagai sarana pemasaran. Hal ini akan membantu para anggota usaha batik Kampung Jadoel Semarang dapat memahami dan membuat toko online di platform shopee sehingga dapat memperluas jangkauan mereka ke masyarakat dan meningkatkan daya jual produk mereka.



Gambar 1. Foto Dosen dan Mahasiswa Universitas Sains dan Teknologi Komputer beserta Anggota Usaha Batik Kampung Jadoel Semarang



Gambar 2. Foto Sambutan Ketua Usaha Batik Kampung Jadoel Semarang



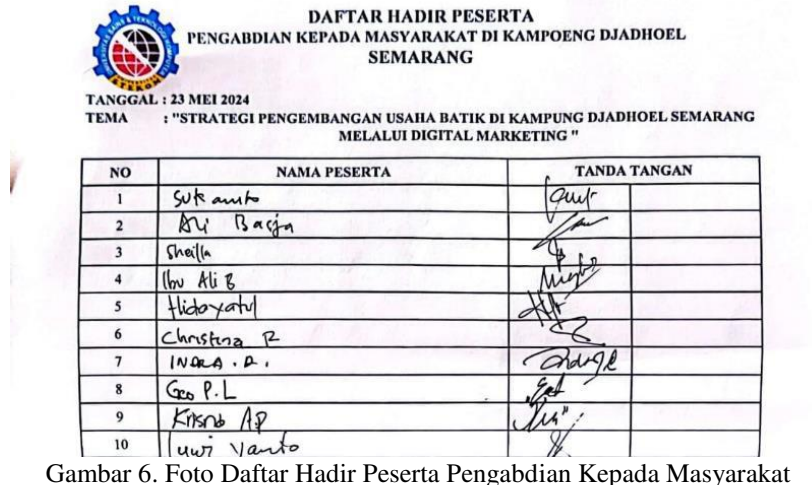
Gambar 3. Foto Sambutan Ketua Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 4. Foto Pemaparan Materi Strategi Pemasaran Batik Kampung Djadoel Semarang Untuk Menarik Minat Konsumen



Gambar 5. Foto Pemaparan Materi Teknologi Digital Marketing (Marketplace)



Gambar 6. Foto Daftar Hadir Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Program pelatihan digital marketing ini telah berjalan sesuai jadwal yang telah direncanakan. Berdasarkan tanggapan, respon, dan partisipasi dari anggota dapat disimpulkan bahwa para anggota merasa puas dan senang dengan adanya pelatihan tersebut karena mereka telah mampu mengaplikasikan media sosial sebagai media promosi dan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kurniasari , W., Zakik, Islamia, H., & Hoiriyah, D. (2023). Pemberdayaan Pengusaha Batik sebagai Penggerak Perekonomian di Desa Telaga Biru Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi*, 39-44.
- [2] Hakim, L. M. (2018). Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia. *Juornal of International Studies*, 61-90.
- [3] [3] Maula, N. (2024). Tantangan dan Masa Depan Industri Batik Tulis Ciwaringin, Cirebon: Analisis Studi Kasus Dengan Menggunakan Teknik IFAS dan EFAS. *Journal Crative Research for West Java Development*, 51-73.
- [4] [4] Khairunisa, A. N., & Misidawati, D. N. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*, 184-190.
- [5] [5] Agustina, L., Mahmudah, D., Setiawan, A. B., Mustika, R., Dunan, A., & Ratnawati, A. (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital D Indonesia Strategi dan Sektor Potensial*. Jakarta: Puslitbang Aptika dan IKP.