

## PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM RANGKA PENINGKATAN PEMASARAN KELOMPOK BATIK SOJIWAN

Kartikasari Yudaningsari<sup>1</sup>

<sup>1)</sup> Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : [kartikaningsari@amikom.ac.id](mailto:kartikaningsari@amikom.ac.id)<sup>1</sup>

### Abstrak

*Kelompok Batik Sojiwan terbentuk pada tahun 2014 dan mendapatkan pelatihan serta pendampingan langsung dari UNESCO dan Balai Pelestarian Cagar Budaya (BPCB) Jawa Tengah. Awal berdiri Kelompok Batik Sojiwan dimulai dari kegiatan observasi potensi masyarakat yang ada di sekitar Candi Sojiwan. Kelompok Batik Sojiwan cukup banyak mendapatkan berbagai pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan keterampilan membatik, namun dari segi pemasaran masih belum optimal. Penjualan batik selama ini dilakukan secara langsung atau direct marketing, dengan menggantungkan dari kunjungan wisatawan dan melakukan promosi penjualan melalui pameran baik di wilayah Yogyakarta maupun di luar Yogyakarta. Kelompok Batik Sojiwan memiliki sejumlah kendala terkait kegiatan pemasaran produknya. Anggota kelompok Batik Sojiwan belum melakukan promosi melalui sosial media, karena terkendala keahlian membuat foto produk, serta pengelolaan akun sosial medianya. Oleh karena itu, dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami akan memberikan materi pelatihan mengenai cara membuat foto produk dengan smartphone dan pengelolaan akun di media sosial. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan meningkatkan keahlian anggota Kelompok batik Sojiwan sehingga dapat mengoptimalkan promosi produk kerajinan batik melalui media sosial.*

**Kata kunci:** pemasaran digital, batik sojiwan, media sosial, foto produk

### 1. PENDAHULUAN

Kelompok Batik Sojiwan terbentuk pada tahun 2014 dan mendapatkan pelatihan serta pendampingan langsung dari UNESCO dan Balai Pelestarian Cagar Budaya (BPCB) Jawa Tengah. Kelompok Batik Sojiwan terletak di Pendopo Joglo, kediaman Sunardi, di Desa Kebondalem Kidul, Prambanan, Klaten. Desa Kebondalem Kidul berada dekat dengan warisan cagar budaya berupa Candi Sojiwan ini memiliki potensi budaya dan potensi ekonomi yang menjanjikan.

Awal berdiri Kelompok Batik Sojiwan dimulai dari kegiatan observasi potensi masyarakat yang ada di sekitar Candi Sojiwan. Lanjutan dari observasi tersebut diwujudkan dengan mengadakan pelatihan membatik di Balai Besar Kerajinan dan Batik Yogyakarta 1 bulan yang diikuti oleh 10 orang anggota Kelompok Batik Sojiwan. Kini, Kelompok Batik Sojiwan telah memiliki sekitar 13 orang

pengrajin batik dengan jumlah anggota 61 orang termasuk ketua kelompok batik.

Secara tradisional, bauran promosi terdiri dari empat elemen, yaitu iklan, promosi penjualan, publikasi dan *personal selling* [1]. Kelompok Batik Sojiwan cukup banyak mendapatkan berbagai pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan keterampilan membatik, namun dari segi pemasaran, masih belum optimal. Penjualan batik selama ini dilakukan secara langsung atau *direct marketing*, dengan menggantungkan dari kunjungan wisatawan dan melakukan promosi penjualan melalui pameran baik di wilayah Yogyakarta maupun di luar Yogyakarta. Sedangkan pada hari-hari biasa dalam satu bulan, Kelompok Batik Sojiwan hanya sanggup menjual rata-rata 1-2 lembar kain batik saja. Dengan promosi yang tepat dan optimal, Kelompok Batik Sojiwan dapat mencari dan mendapat perhatian dari calon pembeli, karena hal tersebut adalah merupakan titik

awal proses pengambilan keputusan di dalam membeli suatu barang dan jasa [2].

Dari hasil wawancara dan observasi ke lokasi, kelompok Batik Sojiwan memiliki sejumlah kendala terkait kegiatan pemasaran produknya. Anggota kelompok Batik Sojiwan belum melakukan promosi melalui sosial media, karena terkendala keahlian membuat foto produk, dan membuat konten serta pengelolaan akun. Oleh karena itu, dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami memberikan pelatihan kepada anggota Kelompok Batik Sojiwan untuk dapat mengoptimalkan promosi produk melalui media sosial.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Kelompok Batik Sojiwan dilaksanakan pada hari Rabu, 28 Agustus 2019 di Joglo Kadipaten, Kebondalem Kidul, Prambanan, Klaten.

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pelatihan *digital marketing* dalam rangka peningkatan pemasaran kelompok Batik Sojiwan, dilakukan melalui tahapan berikut:

1. Persiapan kegiatan, meliputi:
  - a. Melakukan survei di lokasi mitra pengabdian masyarakat, yaitu di Kelompok Batik Sojiwan, Kebondalem Kidul, Prambanan, Klaten.
  - b. Pengajuan permohonan ijin untuk mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat dan permohonan sebagai mitra kepada pengurus dan ketua Kelompok Batik Sojiwan, Kebondalem Kidul, Prambanan, Klaten.
  - c. Pengurusan administrasi, perijinan dan surat menyurat.
  - d. Persiapan tempat dan perlengkapan kegiatan pengabdian masyarakat.
2. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat, meliputi:
  - a. Pembukaan dan perkenalan dengan anggota kelompok Batik Sojiwan yang menjadi mitra pengabdian masyarakat
  - b. Pemberian materi mengenai media sosial (instagram), karakteristik instagram, cara mengelola akun instagram, konten instagram.

- c. *Workshop* membuat foto produk (batik) dengan menggunakan *smartphone*, dan alas foto.
- d. Sesi diskusi dan tanya jawab dengan peserta.

### 3. Penutupan

- a. Foto bersama dengan anggota Kelompok Batik Sojiwan
- b. Berpamitan dengan Pengurus dan anggota Kelompok Batik Sojiwan
- c. Pembuatan laporan kegiatan pengabdian masyarakat.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

No	Permasalahan	Metode Pelaksanaan	Partisipasi Mitra
1.	Belum ada SDM yang dapat memasarkan batik Sojiwan melalui media sosial.	Melakukan pelatihan mengenai pengelolaan akun di media sosial (instagram).	Peserta mempraktekkan dari materi yang diberikan.
2.	Kesulitan dalam membuat foto produk batik.	Melakukan <i>workshop</i> foto produk dengan menggunakan <i>smartphone</i> .	Peserta mempraktekkan dari materi yang diberikan.

Peserta kegiatan ini adalah pengurus dan anggota kelompok Batik Sojiwan. Sedangkan tempat yang digunakan untuk kegiatan tersebut adalah di Joglo Kadipaten, Kebondalem Kidul, Prambanan, yang berupa bangunan pendapa dan masih berada dalam satu area dengan galeri Batik Sojiwan.

Berikut rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelompok Batik Sojiwan:

#### 1. Pembukaan dan Perkenalan

Sebelum memulai kegiatan, kami membuka acara dan memperkenalkan diri serta mencoba menggali pengetahuan para peserta tentang *digital marketing*. Kami mengajukan pertanyaan mengenai sosial media, khususnya instagram, serta tentang penggunaan *smartphone*.

## 2. Pemberian Materi

Materi mengenai pengenalan sosial media, dan pengelolaannya disampaikan oleh Kartikasari Yudaninggar, S. I. Kom., M.A selaku pemateri sesi pertama, setelah menggali pengetahuan dasar para peserta. Selama materi diberikan, para peserta terlihat memperhatikan dan sangat antusias.

Materi disampaikan selama kurang lebih 30 menit. Pemaparan materi disampaikan dengan presentasi *power point* dan menunjukkan beberapa akun sosial media produk serupa untuk dijadikan referensi dari segi konten dan pengelolaan akunnya. Di akhir materi, kami membuat akun instagram yang digunakan khusus untuk memasarkan produk-produk Batik Sojiwan.

## 3. Pelatihan Foto Produk

Kemudian dilanjutkan materi sesi kedua dengan pelatihan dan praktek langsung membuat foto produk batik dengan *smartphone*. Adapun perlengkapan yang digunakan adalah *smartphone*, alas foto, dan kain batik koleksi Kelompok Batik Sojiwan. Selama praktek juga terjadi diskusi mengenai permasalahan yang dialami ketika memotret batik. Permasalahan tersebut yaitu mengenai cara membuat foto dapat mendekati warna asli dan cara menentukan pencahayaan yang tepat.

Adapun kendala yang ditemui dalam proses kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu adalah usia para anggota Kelompok Batik Sojiwan, yang sudah lanjut usia. Sehingga banyak istilah-istilah dalam materi *digital marketing* yang tidak dipahami. Sehingga banyak penyesuaian yang dilakukan untuk membuat para peserta dapat memahami materi yang disampaikan. Selain itu, anggota Kelompok Batik Sojiwan belum dapat fokus untuk mengelola akun instagram, karena kesibukan masing-masing. Sehingga selama ini akun yang sudah ada dioperasikan oleh pihak lain, dan hampir semuanya sudah tidak aktif lagi.



Gambar 1. Pemberian Materi Pengenalan Sosial Media



Gambar 2. Praktek Membuat Foto Produk



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Kelompok Batik Sojiwan

### 3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Adapun proses kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, berjalan dengan lancar. Ketua dan pengurus Kelompok Batik Sojiwan membantu dalam mempersiapkan dan mengkoordinasikan anggotanya untuk menghadiri kegiatan sebagai peserta.

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, mencakup beberapa komponen sebagai berikut:

1. Ketercapaian tujuan
2. Ketercapaian target materi yang telah direncanakan
3. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi

Ketercapaian tujuan pelatihan *digital marketing* dan pengenalan sosial media pada anggota Kelompok Batik Sojiwan, secara umum sudah baik. Namun karena para peserta yang merupakan para lansia, sehingga banyak kosakata dan istilah dalam *digital marketing* yang perlu membutuhkan penjelasan lebih detail lagi. Meski demikian, dari hasil diskusi dan respon para peserta, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan kegiatan ini tercapai.

Kemampuan peserta dalam penguasaan materi, khususnya pada materi foto produk dengan *smartphone* belum maksimal. Hal ini disebabkan hanya beberapa peserta saja yang dapat mengoperasikan *smartphone* dan memotret dengan *smartphone*. Meski demikian, peserta sudah dapat mempraktekkan langsung dan membuat beberapa foto produk batik dengan menggunakan *smartphone* dan alas foto.

**Tabel 2. Hasil Pelaksanaan**

No	Tujuan	Hasil Pelaksanaan
1.	Memberikan pemahaman tentang digital marketing dan pentingnya digital marketing dalam mempromosikan produk Batik Sojiwan.	Anggota Kelompok Batik Sojiwan dapat memahami mengenai materi mengenai pengenalan sosial media dan cara mengelola akun instagram untuk mempromosikan produk. Kelompok Batik Sojiwan membuat akun instagram khusus untuk memasarkan produk-produk Batik Sojiwan.

2.	Anggota Kelompok Batik Sojiwan dapat membuat foto produk dengan menggunakan <i>smartphone</i> .	Anggota Kelompok Batik Sojiwan mampu membuat foto produk batik dengan menggunakan <i>smartphone</i> , dan alas foto.
----	---	--



**Gambar 3. Hasil Foto Produk Oleh Anggota Kelompok Batik Sojiwan**



**Gambar 4. Hasil Foto Produk Oleh Anggota Kelompok Batik Sojiwan**

#### 4. KESIMPULAN

Secara umum, kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah terselenggara dengan baik dan lancar, sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun sebelumnya. Kegiatan ini mendapat sambutan sangat baik dari Kelompok Batik Sojiwan, yang terbukti dari keaktifan peserta dan antusiasme dalam mengikuti rangkaian acara sampai kegiatan selesai.

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat di kelompok Batik Sojiwan, yaitu:

- 1) Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pelatihan *digital marketing* dalam rangka peningkatan pemasaran kelompok Batik Sojiwan, di Joglo Kadipaten, Kebondalem Kidul, Prambanan, Klaten telah terlaksana dengan baik dan lancar.
- 2) Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pelatihan *digital marketing* dalam rangka peningkatan pemasaran kelompok Batik Sojiwan, mendapat respon yang baik, dari para pengurus dan anggota Kelompok Batik Sojiwan. Hal ini terlihat dari antusiasme peserta dalam mengikuti rangkaian kegiatan yang dilakukan.
- 3) Dari hasil diskusi dengan anggota Kelompok Batik Sojiwan, mereka mengharapkan adanya kegiatan pelatihan dan pendampingan terkait peningkatan pemasaran Batik Sojiwan.

#### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami tujukan kepada Universitas Amikom Yogyakarta, khususnya Lembaga Pengabdian Masyarakat yang telah memberikan pendanaan sehingga pengabdian kepada masyarakat dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima juga kami sampaikan kepada Kelompok Batik Sojiwan, yang telah bersedia berpartisipasi sebagai mitra dan tempat pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Tak lupa, kami juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

#### Daftar Pustaka

- [1] Morris. 2010. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana

- [2] Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

