




Application of the digital marketing ecosystem to MSME Batik Rajah, Magelang City

Marlina Kurnia✉, Tri Wahyu Handayani, Erika Putri Wijayanti, Ahmad Riyanto, Fajar Shidiq Hidayat, Reni Septiana

Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

✉ marlinakurnia@ummgl.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.5736>

Abstract

This community service aims to overcome the problems of UKM Batik Rajah, Magelang City in terms of marketing, packaging, and financial records. The methods used are outreach, training, and mentoring. The result of this program is repackaging by changing product packaging to utilizing marketplaces and social media for product promotion and sales. With the consistent use of digital marketing, it is believed that the Batik Rajah market will expand so that it can improve people's welfare. In addition, MSMEs Batik Rajah have also updated their financial books so that they can simplify the process of estimating profit and loss and recording daily transactions.

Keywords: MSME; Digital marketing; Financial bookkeeping; Premium packaging

Penerapan ekosistem *digital marketing* pada UMKM Batik Rajah, Kota Magelang

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan UMKM Batik Rajah, Kota Magelang dalam hal pemasaran, pengemasan dan pencatatan keuangan. Metode yang digunakan adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Hasil dari kegiatan ini adalah *repackaging* dengan mengubah kemasan produk hingga pemanfaatan *marketplace* dan media sosial untuk promosi dan penjualan produk. Dengan konsistensi pemanfaatan *digital marketing*, pasar Batik Rajah diyakini akan semakin luas sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, UMKM Batik Rajah juga telah memperbaharui pembukuan keuangannya sehingga dapat mempermudah proses estimasi laba rugi dan pencatatan transaksi harian.

Kata Kunci: UMKM; Pemasaran digital; Pembukuan keuangan; Kemasan premium

1. Pendahuluan

Ekonomi kreatif adalah gelombang ekonomi baru yang lahir pada awal abad ke 21. Gelombang ekonomi baru ini mengutamakan intelektual sebagai kekayaan yang dapat menciptakan uang, kesempatan kerja, pendapatan dan kesejahteraan. Inti dari ekonomi kreatif terletak pada industri kreatif yaitu industri yang digerakkan oleh kreator dan inovator dan rahasianya terletak pada kreativitas dan keinovasian.

Salah satu bidang dalam ruang lingkup ekonomi kreatif adalah barang seni berupa batik. Di Kota Magelang tepatnya di Galeri-Studio Batik Rajah, Kompleks Perumahan Bima Sakti Regency, terdapat UMKM yang memproduksi batik dengan nama Batik

Rajah. Pemilik UMKM ini adalah Bapak Kaji Habebe yang telah merintis bisnis Batik Rajah sejak tahun 2015. Berawal dari karya lukis yang pernah dibuat, Kaji Habebe mulai mengembangkannya menjadi batik di selembar kain. Batik lukis itu dikenal sebagai Batik Rajah. Nama rajah sendiri memiliki makna simbol. Masyarakat Jawa menyebut, rajah itu jimat, namun menurut Kaji Habebe, rajah itu seperti simbol kebudayaan yang memiliki nilai seni dan artistik cukup tinggi. Inspirasi motif batik rajah berasal dari kekayaan di Kota Magelang, seperti alam, fauna, flora, termasuk seni dan budaya. Batik rajah, seakan-akan menghadirkan secara elegan pemakainya sebagai sosok berpengharapan, rendah hati, bergembira, berdoa, menjalani permohonan, atau kedekatannya dengan kearifan dan tradisi budaya lokal. Latar belakang kehidupan Kaji Habebe, melekat dalam wujud karya dan produk kreatif kekinian bernilai spiritualitas. Dengan desain motif batik rajah yang bersifat spiritual universal, ia berharap batik rajah dapat diterima tidak hanya di Kota Magelang saja, tapi di luar Kota Magelang hingga dunia internasional.

Sebagai salah satu UMKM di Kota Magelang, Batik Rajah telah memanfaatkan program-program terkait peningkatan usaha industri kreatif lainnya yang diselenggarakan Pemerintah Kota Magelang, seperti pengayaan cara membatik, pengembangan desain, pemasaran elektronik dan studi banding untuk memperluas wawasan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan. Keikutsertaan di komunitas perajin dan seniman serta jejaringnya, membuat Batik Rajah memperoleh banyak kesempatan memajang produknya di berbagai tempat pameran, baik tingkat lokal maupun luar daerah seperti Magelang, Jakarta, Yogyakarta, Semarang, Solo, Purworejo, Lombok, Palembang dan Medan.

Sekalipun Batik Rajah telah berkiprah di dalam negeri dan luar negeri, Bapak Kaji Habebe terus berharap bahwa Batik Rajah dapat berkembang sehingga dapat memberikan kontribusi yang besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan hasil produksi dapat lebih banyak dikenal serta dikenakan oleh masyarakat. Dalam usaha untuk melestarikan dan mengembangkan batik, salah satu yang dapat dilakukan adalah dengan membuat inovasi dan meningkatkan daya saing usaha, karena hanya usaha yang memiliki daya saing yang tinggi yang akan mampu bertahan dan berkembang menghadapi persaingan global. Permasalahan yang terjadi di UMKM Batik Rajah adalah kurangnya kemampuan SDM dalam melakukan inovasi dan pemanfaatan sistem teknologi yang dibutuhkan untuk pemasaran produk dan tidak adanya pencatatan/pembukuan keuangan pada UMKM.

UKM Batik Rajah menghasilkan kain batik tulis dengan motif abstrak dengan pangsa pasar premium. Namun demikian, *packaging* (kemasan) yang digunakan masih sederhana sehingga belum mampu membangun *image* yang diinginkan. Beberapa solusi yang ditawarkan adalah dengan melakukan pelatihan pembuatan desain untuk promosi agar lebih menarik dan mendesain ulang kemasan yang lebih menarik sesuai dengan kelas produk, juga pelatihan pembukuan keuangan sederhana yang sesuai dengan standar akuntansi.

Era digital memang tidak mungkin untuk dihindari. Jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital. Dengan adanya pelatihan tersebut diharapkan konten promosi di sosial media lebih menarik dan pembukuan laporan keuangan diharapkan agar sistem keuangan dapat membantu pemilik dalam melakukan keputusan bisnis. Potensi pemanfaatan *digital marketing* ini mengharuskan masyarakat untuk melek teknologi, oleh karena itu diperlukan

sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pemanfaatan *digital marketing* ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman serta dapat menginspirasi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai alat untuk menjalankan bisnisnya.

Melalui kegiatan ini, target dan luaran yang diharapkan yaitu peningkatan kualitas dalam pemasaran produk UMKM Batik Rajah, peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra melalui pelatihan mengenai *digital marketing*, desain kemasan dan pembukuan keuangan sederhana. Kegiatan yang dilakukan juga diharapkan memberikan manfaat bagi UMKM berupa peningkatan omzet penjualan dan peningkatan jumlah pelanggan yang datang.

2. Metode

Program PPMT untuk mewujudkan berkembangnya UMKM Batik Rajah melalui *digital marketing* ini dilaksanakan dengan metode penyelesaian masalah menggunakan pendekatan Kemmis. Prosedur ini terdiri dari tiga tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan dan refleksi. Perencanaan dilakukan dengan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra, penyusunan rencana kerja dan sosialisasi pelaksanaan program dan pembuatan jadwal. Pelaksanaan dilakukan dengan sosialisasi kepada mitra, pelatihan penggunaan ekosistem *digital marketing*, pelatihan penataan postingan dengan pemanfaatan sosial media sebagai sarana promosi produk, pelatihan *packaging* dan pelatihan pencatatan/pembukuan UMKM. Refleksi dilakukan dengan tujuan memperoleh umpan balik kegiatan dan dampak perubahan. Refleksi pada dasarnya merupakan kegiatan analisis terhadap semua informasi yang diperoleh saat kegiatan. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada bulan Juni-Juli 2021.

3. Hasil dan Pembahasan

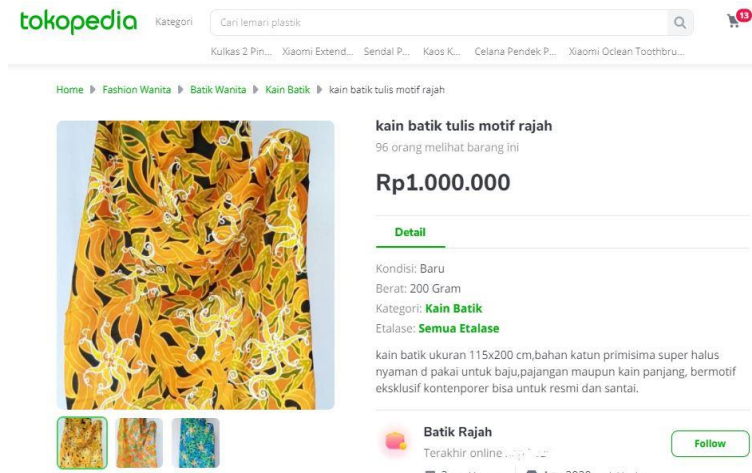
Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bersama dengan UMKM Batik Rajah memiliki harapan agar mitra semakin maju dan sejahtera. Terlebih kondisi pandemi Covid-19 yang membuat perekonomian merosot dan tentunya berdampak pada UMKM Batik Rajah.

3.1. Sosialisasi pembukuan UMKM dan *digital marketing*

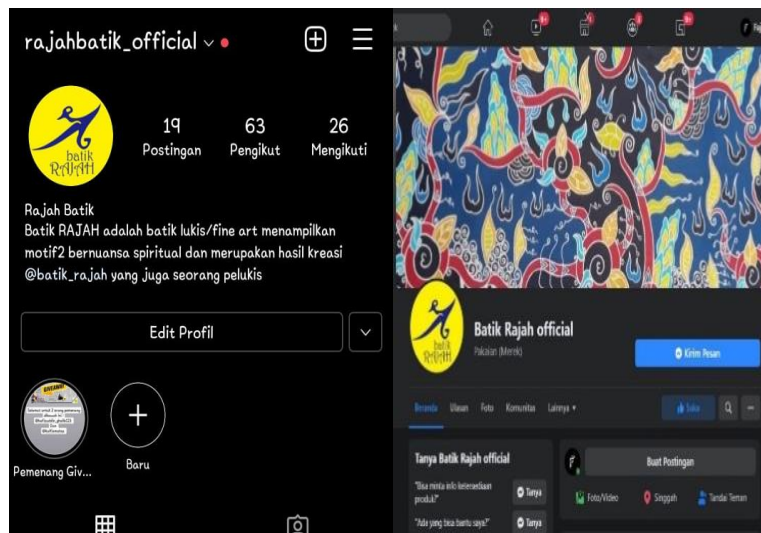
Kegiatan pertama berupa sosialisasi tentang pembukuan keuangan UMKM dan *digital marketing*. *Pertama*, pembukuan keuangan UMKM diawali dengan penjelasan identifikasi dokumen pendukung, baik nota penjualan. Dokumen tersebut perlu dicatat dan diberikan nomor urut sehingga mudah diidentifikasi di kemudian hari. Transaksi harian, baik uang masuk atau keluar dicatat dalam buku dan file excel. Lebih lanjut, piutang juga dilakukan pencatatan khusus, mulai dari pihak yang terkait, waktu transaksi, nominal, jangka waktu dan jumlah pembayaran yang belum dan telah ditunaikan. Pada bagian akhir, tim juga mengedukasi cara melakukan pencatatan stok produk. *Kedua*, sosialisasi *digital marketing*. Kegiatan ini diawali dengan penjelasan keuntungan *digital marketing* untuk pelanggan lama dan potensi pelanggan baru. Kemudian dilanjutkan dengan penjelasan pemanfaatan *platform* belanja online dan memaksimalkan fungsi media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp.

3.2. Pelatihan *digital marketing*

Pemanfaatan *e-commerce* yang ada untuk memudahkan transaksi dan mengenalkan Batik Rajah kepada seluruh lapisan masyarakat sehingga akan memaksimalkan fungsi *digital marketing* sebagai media promosi dan penjualan. *Marketplace* yang dipraktikkan adalah pemanfaatan Tokopedia yang disajikan pada **Gambar 1**. Tim memfasilitasi mitra dalam pembuatan akun media sosial, yaitu akun Instagram (RajahBatik_Official) dan Facebook (Rajah Batik) yang tersaji pada **Gambar 2**. Hasil dari pembuatan akun Batik Rajah ini berhasil menambah jumlah pembelian produk Batik Rajah dan jumlah follower Batik Rajah.



Gambar 1. Pemanfaatan Tokopedia untuk penjualan Batik Rajah



Gambar 2. Akun media sosial Batik Rajah

3.3. Pelatihan penataan postingan

Pelatihan penataan postingan ini dilakukan dengan menyusun kalender postingan untuk media promosi yang dipersiapkan untuk satu minggu ke depan, yang dikerjakan setiap seminggu sekali disajikan pada **Gambar 3**. Pelatihan ini dilakukan karena sosial media Batik Rajah tidak begitu aktif dan konten postingan yang kurang menarik. Penataan ini meliputi postingan tentang produk, postingan tentang batik secara umum, kemudian postingan tentang gambar batik dan maknanya serta postingan pembagian

hadiah atau *give away* untuk para pengikut di sosial media Batik Rajah untuk menarik perhatian mereka.



Gambar 3. Proses pengambilan gambar untuk postingan media social

3.4. Pelatihan pengemasan

Pelatihan ini dilakukan dengan mengemas kain batik dari melipat, membungkus dengan kertas kemasan, melekatkan stiker, memberikan kartu *thanksgiving*, memasukkan ke dalam box dan menempelkan label disajikan dalam Gambar 4. Pemberian kartu ucapan terima kasih ini disertai dengan tanda tangan basah Bapak Kaji Habeb selaku pemilik untuk memberikan kesan bahwa produk ini adalah produk asli dan bukan tiruan. Hal ini karena mengingat bahwa produk dari Batik Rajah merupakan batik tulis asli yang dibuat langsung oleh pemiliknya. Pemilihan kemasan untuk produk ini juga tidak sembarangan karena produk Batik Rajah merupakan produk premium dan memiliki kualitas yang baik sehingga pemilihan kemasan harus dilakukan sebaik mungkin. Kemasan yang digunakan adalah box hitam dengan penutup magnetik yang memberikan kesan mewah seperti produk kain batik itu sendiri. Sebelumnya Batik Rajah sudah memiliki kemasan namun hanya dari mika saja, kemudian tim melakukan peningkatan pengemasan untuk menambah nilai jual dan kesan mewah di mata pembelinya.



Gambar 4. Pelatihan pengemasan

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan, dapat disimpulkan bahwa melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, permasalahan mitra UMKM Batik Rajah mulai dapat teratasi. Mulai dari *branding* dengan mengubah kemasan produk hingga pemanfaatan *marketplace* dan

media sosial untuk promosi dan penjualan produk. Dengan konsistensi pemanfaatan *digital marketing*, pasar Batik Rajah diyakini akan semakin luas sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang terlibat dalam bisnis ini. Selain itu, UMKM Batik Rajah juga telah memperbaharui pembukuan keuangannya sehingga dapat mempermudah proses estimasi laba rugi dan pencatatan transaksi harian.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
