

## **KEMITRAAN MASYARAKAT DAN STRATEGI PEMASARAN BATIK KELOMPOK PEMBATIK PALBATU**

Moehammad Unggul Januarko  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul, Jakarta  
Jalan Arjuna Utara Nomor 9, Kebon Jeruk, Jakarta Barat - 11510  
unggul.januarko@esaunggul.ac.id

### **Abstract**

*The Community Service Team met with partners during a situation analysis through interviews in January 2019 to capture the problems faced by partners. The problems are not ready with business risk, can't design batik, don't know entrepreneurial theory, marketing management, can't sew culottes. Based on previous research (Kusumawati, 2017) it was found that the Palbatu batik group had sufficient intentions for entrepreneurship. Partners are slow to sell their batik products so that the capital is stopped, waiting for the batik to be sold. Both partners had difficulty designing a variety of Palbatu batik. The three partners have not yet made sales promotions through the internet so that batik production is known to the public. For this reason, the community service team aims to help partners manage the marketing of the batik industry. The method of implementation is through training, hands-on practice and discussion. Training for partners to improve their batik designs so that batik patterns are attractive and preferred by customers. Equipping risk management knowledge, marketing knowledge, entrepreneurship motivation and entrepreneurship so that batik makers have the skills to design batik. The results of the activities of the Palbatu batik ladies group numbered 10 people and they were enthusiastic about receiving knowledge and practice of designing batik and making culottes pants. The suggestions of women are still painstaking and practice science in order to become successful entrepreneurs. Main outputs of the National Journal of Community Service, special outcomes (1) Batik makers in Palbatu are expected to have knowledge about batik design, batik marketing can foster relationships with customers. (2) Train batik group partners by practicing culottes and sewing patterns.*

**Keywords:** *Community Partnership, Batik Marketing Strategy Palbatu Batik Group*

### **Abstrak**

Tim Pengabdian masyarakat bertemu dengan mitra pada saat analisa situasi melalui wawancara pada bulan Januari 2019 untuk menangkap masalah yang dihadapi mitra. Masalah yang ada belum siap dengan resiko bisnis, belum bisa mendesain batik, belum tau teori wirausaha, manajemen pemasaran, belum bisa menjahit celana kulot. Berdasarkan penelitian terdahulu (Kusumawati, 2017) ditemukan kelompok pembatik Palbatu memiliki niat yang cukup untuk berwirausaha. Mitra lambat menjual hasil batiknya sehingga modal terhenti, menunggu batik terjual. Kedua mitra mengalami kesulitan mendesain aneka ragam batik Palbatu. Ketiga mitra belum melakukan promosi penjualan melalui internet agar produksi batik dikenal masyarakat. Untuk itu tim pengabdian masyarakat bertujuan membantu mitra agar dapat mengelola pemasaran industri batik. Metode pelaksanaan melalui pelatihan, praktek langsung dan diskusi. Pelatihan agar mitra meningkatkan desain batik agar corak batik menarik dan disukai pelanggan. Membekali pengetahuan manajemen resiko, pengetahuan pemasaran, motivasi berwirausaha dan kewirausahaan agar pembatik memiliki ketrampilan mendesain batik. Hasil kegiatan kelompok ibu-ibu pembatik Palbatu berjumlah 10 orang dan mereka antusias menerima pengetahuan dan praktek mendesain batik dan membuat celana kulot. Saran-saran ibu-ibu tetep telaten dan mempraktekkan ilmu pengetahuan agar berhasil menjadi wirausaha. Luaran utama Publikasi Jurnal Nasional Pengmas, luaran khusus (1) Pembatik Palbatu diharapkan memiliki pengetahuan tentang desain batik, pemasaran batik dapat membina hubungan dengan pelanggan. (2) Melatih Mitra kelompok pembatik dengan praktek membuat pola kulot dan menjahit.

**Kata Kunci:** *Kemitraan Masyarakat, Strategi Pemasaran Batik Kelompok Pembatik Palbatu*

### **Pendahuluan**

Masalah yang dihadapi mitra dalam pengabdian masyarakat ini, dua mitra dalam kelompok pembatik Palbatu diperoleh melalui wawancara dilaksanakan pada bulan Januari 2019. Beberapa masalah pembatik ditemukan bahwa

kelompok pembatik Palbatu Tebet memiliki beberapa masalah. Adapun masalah-masalah yang dimiliki kelompok pembatik kampoeng Palbatu, akan tim pengabdian masyarakat bantu dengan solusi. Pertama masih rendahnya pemasaran hasil produksi batik Palbatu, untuk itu akan memberikan

pembekalan kepada kelompok pembatik agar memahami pemasaran produk yang dihasilkan berupa batik tulis dan cap. Masalah kedua pembatik masih kurang pengetahuannya tentang aneka macam desain batik, solusinya kami dari tim hibah pengabdian masyarakat akan mengusahakan untuk memberi materi desain batik dengan mengundang ahli desain. Ketiga kurang lengkapnya sarana peralatan membatik kami akan membantu sarana seperti kain batik agar bermanfaat untuk melatih disain perlu latihan membatik terus menerus pada akhirnya menemukan desain yang khas Palbatu. Keempat pembatik belum mampu menghadapi resiko wirausaha, solusi akan tim berkan adalah membekali pengetahuan wirausaha, pemasaran, keuangan dan manajemen resiko agar mereka siap menghadapi resiko wirausaha.

### **Kajian Pustaka**

Kajian teori meliputi uraian teoretis dan praktik yang relevan dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan. Kajian pustaka ini digunakan sebagai pendukung hasil pengabdian dan pembahasan.

Penulisan kutipan referensi mengikuti format berikut: (penulis, tahun: halaman), contoh: (Budiman, 2016: 10-11).

### **Metode Pelaksanaan**

Metode pelaksanaan kegiatan menjelaskan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang memuat hal-hal berikut ini. Pertama untuk Pengusaha kecil, dan untuk Kelompok Calon Wirausaha Baru maka metode pelaksanaan kegiatan terkait dengan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi dari permasalahan mitra, pada pengabdian ini ada tiga bidang yang perlu ditangani pada mitra, seperti: (a) Permasalahan dalam bidang produksi (b) Permasalahan dalam bidang manajemen resiko (c) Permasalahan dalam bidang pemasaran, dan lain-lain Kedua untuk Masyarakat umum, dinyatakan bahwa tahapan atau langkah-langkah yang ditempuh guna melaksanakan solusi atas permasalahan spesifik yang dihadapi oleh mitra. Pelaksanaan solusi tersebut telah dibuat pada bab 2 secara sistematis yang meliputi segi sosial, budaya, kualitas produk, dan kehidupan bermasyarakat. Ketiga metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra yang telah disepakati bersama oleh pengabdian dan mitra yakni membekali dengan pengetahuan manajemen resiko, motivasi usaha, cara membuat pola dan cara menjahit, kewirausahaan, pemasaran dan disain batik. Keempat menguraikan bahwa partisipasi mitra dalam pelaksanaan program sangat mendukung karena dari pemerintah belum bias membantu.

Kelima langkah evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan selesai dilaksanakan, kami dampingi agar terwujud sesuai dengan target pengabdian kepada masyarakat. Pelatihan yang dilakukan fokus pada sistem berbasis kompetensi, hal ini disadari bahwa pelatihan yang dilakukan secara tradisi atau konvensional menghasilkan peserta pelatihan yang hanya memiliki pengetahuan apa yang harus dilakukannya. Sementara model pengabdian masyarakat yang berbasis kompetensi, peserta setelah selesai mengikuti pelatihan diharapkan tidak saja sekedar tahu tetapi juga dapat melakukan sesuatu yang harus dikerjakan. Dalam sistem berbasis kompetensi, pelatihan untuk pengabdian masyarakat difokuskan pada kinerja aktual khususnya kinerja Pembatik kelompok kampoeng Palbatu. Dalam sistem ini tahap awal yang harus dirumuskan adalah fungsi-fungsi apa yang harus dilakukan peserta atau mitradengan baik.

### **Hasil dan Pembahasan**

Pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan pada bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Agustus 2019 bertempat di Rumah batik Palbatu. Adapun permasalahan yang dihadapi ibu-ibu meliputi Keuangan, kewirausahaan dan manajemen, manajemen pemasaran, motivasi dan praktek membuat celana kulot dan desain batik. Adapun metode yang dilakukan adalah pelatihan dengan memberi materi sesuai dengan masalah mereka. Pada bulan maret telah dimulai pemberian materi pertama pelatihan (1) adalah pengelolaan keuangan yang disampaikan oleh M Unggul Januarko dengan materi cara mengelola keuangan secara sederhana. Dengan memahami bagaimana cara melihat sisi kas, uang masuk dari penjualan batik kemudian dikurangi belanja bahan kain batik, alat membatik dan penyusutan perlengkapan, kelebihan jumlah disebut keuntungan. Kemudian bagaimana membuat pembukuan keluarga itupun harus dibukukan tersendiri tidak dicampur dengan pembukuan usaha bisnis. ibu-ibu praktek melihat pengeluaran yaitu uang yang digunakan belanja sehari-hari sedangkan pemasukan diperoleh dari pemberian suami.

Materi kedua tentang manajemen dan kewirausahaan yang diberikan oleh ibu Sabrina Sihombing mengenai manajemen dan wirausaha: materi tersebut disampaikan pemahaman manajemen bahwa manajemen terdiri atas Perencanaan, Organisasi, Aktifitas dan Kontroling. Pertama perencanaan, setiap kegiatan bisnis harus di rencanakan terlebih dahulu. Kedua organisasi adalah kegiatan bisnis harus diorganiasi agar nampak kegiatan yang akan dilaksanakan sesuai tidak dengan yang direncanakan. Ketiga aktuiting mengarahkan

pekerjaan yang akan dilaksanakan agar sesuai dengan planning. Keempat kontroling yaitu semua pekerjaan yang telah direncanakan harus dikontrol agar sesuai dengan harapan. Untuk memperjelas pemahaman manajemen mereka praktek studi kasus bagaimana mememanajementi usaha batik kelompok ibu-ibu.

Materi ke tiga motivasi usaha dan praktek membuat celana kulot disampaikan oleh Nia Puspita Hapsari bentuknya teori motivasi dan praktek membuat celana kulot: motivasi usaha dengan materi macam motivasi seperti Maslo yakni bagaiman seseorang itu termotivasi dengan adanya semangat untuk pelatihan itu sebagian adalah termotivasi untuk maju. Pertama seseorang secara teori menginginkan kebutuhan makan, sandang, papan terpenuhi. Setelah kebutuhan dasar terpenuhi meningkat butuh terlindungi dan setelah kebutuhan tersebut terpenuhi maka meningkat butuh bersosial dan setelah bersosial terpenuhi meningkat butuh harga diri dan selanjutnya butuh aktualisasi diri. Selanjutnya setelah teori motivasi dibahas dan ada pertanyaan maka dilakukan diskusi. Materi selanjutnya membuat celana kulot dari bahan batik, pertama dibuat pola celana kulot dari kertas bekas surat kabar lalu diukur salah satu anggota pembatih dan dibuatlah pola celana kulot. Kemudian pola digunakan untuk memotong kain dan akhirnya bentuknya menjadi pola yang siap untuk dijahit. Berhubung belum ada mesin jahit maka dijahit menggunakan tangan dan menjadi culot siap dipakai untuk dijual. Dengan demikian ibu-ibu bisa praktek masing-masing dengan bahan kain batik.

Materi ketiga manajemen pemasaran batik akan diberikan oleh Endang Ruswanti: secara teori mereka belum mengenal arti pemasaran. Pemasaran adalah terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli, pembeli memberikan nilai yang disepakati dengan uang rupiah sedangkan penjual memberikan kain batik yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam pemasaran jika seorang akan melakukan bisnis tentu harus memiliki konsep pemasaran dan akan memilih satu, dua konsep yang sekiranya tidak bertentangan. Misalnya pembisnis akan menggunakan konsep marketing, maka dia hanya akan menjual produk atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Sehingga mereka tidak akan menjual produk yang tidak dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Adapun (1) konsep produksi adalah orientasi pemasaran yang berasumsi bahwa konsumen hanya akan membeli produk yang murah dan tersedia dimanapun, tugas pemasar adalah menjaga agar produk efektif dan efisien. (2) konsep produk adalah orientasi pemasaran yang mengandung asumsi bahwa konsumen hanya akan membeli produk yang berkualitas dengan harga tertentu. (3) konsep penjualan adalah orientasi

marketing yang mengandung asumsi bahwa konsumen akan membeli produk dalam jumlah yang besar jika dipromosikan dengan gencar seperti beli satu dapat dua. (4) Konsep marketing orientasi pemasaran yang mengandung asumsi bahwa konsumen hanya akan membeli produk atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan. Maka wirausaha tak perlu jual produk yang tidak dibutuhkan konsumen. (5) konsep social marketing adalah orientasi pemasaran yang mengandung asumsi bahwa konsumen hanya akan membeli produk dan jasa yang memberikan kesehatan dan kesejahteraan.

Materi ke lima desain batik disampaikan oleh Rudi Heri Marwan, dimana masalah pokok ibu-ibu adalah belum pandai mendesain batik. Batik adalah kekayaan budaya yang dipunyai oleh bangsa Indonesia. Namun tahukah anda kalau kesenian batik asalnya dari tidak dari wilayah Jawa saja ? Tahukah anda kalau batik sendiri adalah termasuk dari senirupa. Berikut kita akan mengulas macam macam batik Nusantara beserta macam-macam desain.

Diawali dari motif batik modern hingga desain batik sederhana. Disain batik Yogyakarta seperti truntum, loreng, sidomukti dll. Materi yang disampaikan adalah dasar-dasar desain batik lalu dilanjutkan ibu-ibu mempraktekkan masing-masing dengan desain berbeda. Seperti ciri khas batik Betawi diantaranya ialah sifat khas yang ada di warna yang terlihat ramai dan sesuai dengan selera masyarakat Betawi. Motif batik Betawi tidak terlepas oleh budaya yang tumbuh di sana. Disamping itu, motif batik Betawi juga terkena pengaruh dari budaya bangsa asing misalnya saja Arab, China, Belanda serta India.

Terkait pewarnaan, batik Betawi lebih cenderung menggunakan jenis warna yang cerah misalnya saja biru terang, pink, hijau, serta orange. Batik Betawi amat jarang memakai warna yang gelap sebab mereka menganggap sendiri kalau warna merupakan ekspresi dari kesedihan. Ciri khas batik Pekalongan terutama penggunaan yang kebanyakan dipenuhi warna-warna pesisir misalnya merah, hijau, orange dan biru. Batik Pekalongan memiliki gambar yang nyata dan terdapat isi yang penuh dengan corak ornamen garis dan titik. Motif batik Pekalongan tak cuma memakai motif fauna saja, namun juga ada perpaduan dengan unsur-unsur flora yang lain yang serupa dengan motif Yogyakarta dan motif Surakarta.

Daerah Yogyakarta adalah termasuk kota yang memiliki pertumbuhan industri batik di Indonesia. Sebagian batik Yogyakarta yang populer diantaranya ialah batik parang kusumo, truntum, kawung, tambal, dan juga pamiluto. Ciri khas batik Yogyakarta yang bisa dilihat yakni pemilihan warna yang lebih dominan dengan warna putih, hitam, serta



coklat. Disamping itu, ciri khas batik Yogyakarta ialah motifnya yang menerangkan karakter manusia maupun hewan, sekaligus juga masing-masing motif batik Yogyakarta tentunya memuat filosofi berbentuk ajaran moral bagi manusia.

Ciri khas batik Surakarta merupakan perpaduan warna yang sebagian besar memilih warna sogan. Warna sogan adalah perpaduan antara warna coklat muda, coklat tua, coklat kekuningan, coklat kehitaman, serta coklat kemerahan. Batik Surakarta sangat populer akan corak pola tradisionalnya entah itu batik cap maupun batik tulis, yang masyarakat kenali dengan pola sidomukti dan sidoluhur.

Kota Cimahi termasuk kota yang populer terkait kreatifitasnya. Kota tersebut pula mempunyai peninggalan batik asli yang tidak kalah sama batik yang lain yang terdapat di Indonesia. Kota Cimahi mempunyai 5 desain batik original, beberapa diantaranya merupakan motif anyaman bambu, lereng kujang, daun singkong, curug cimahi, serta pusdik. Ditinjau dari motif-motif inilah bisa kita dapat kita ambil kesimpulan, bahwa masyarakat Cimahi sebagian besar terinspirasi oleh lingkungan alam wilayah Cimahi tersebut sendiri.

Beberapa cantingan batik yang sudah dipraktekkan oleh ibu-ibu kelompok pembatik Palbatu, disain Betawi, Pekalongan, dan lebih menyukai motif-motif yang memiliki warna-warni cerah seperti dibawah ini:



Gambar 1  
Kain Batik

Ibu-ibu sangat tertarik untuk mengikuti semua materi yang disampaikan oleh pemateri disertai Tanya jawab dengan pemateri, sampai mereka memahami materi yang disampikan. Adapun terlampir materi yang ditranfer kepada Mitra meliputi: Pengetahuan manajemen pemasaran, kewirausahaan, manajemen keuangan sederhana, desain batik, praktek membuat pola dan memotong celana.







Gambar 2  
Kegiatan membatik

### **Kesimpulan**

Masalah mitra sudah diberikan solusi oleh pemateri dan mereka sangat berterima kasih dengan adanya pelatihan ini, mereka ingin aplikasikan sehari-hari tentang manajemen keuangan, kewirausahaan, manajemen pemasaran, desain batik dan praktek membuat pola dan menjahit celana kulot. Celana kulot membuatnya mudah dan jika kain batik dibuat kulot dijual mudah, karena pembeli langsung bisa pakai sehari-hari.

Saran untuk kelompok ibu-ibu pembatik palbatu: pertama mohon diresapi materi yang sudah disampaikan pemateri, agar ibu-ibu lebih percaya diri sebagai wirausaha kain batik palbatu dan ibu rumah tangga. Kedua mempraktekkan untuk memproduksi celana kulot. Mencoba memotong kain menjadi celana kulot boleh dengan kain lain agar ibu-ibu lebih trampil. Ketiga ibu-ibu jangan berhenti berlatih membuat desain batik yang menarik agar konsumen tertarik untuk membeli hasil produksi ibu-ibu.

### **Daftar Pustaka**

Hisrich, R. D., Peters, M. P. and Shepherd, D. A. (2010). *Entrepreneurship 8 th edn.*, New York: McGraw-Hill Irwin, p. 8.

Kusumawati, M.D. (2016) *Faktor-faktor Niat Berwirausaha Pembatik Palbatu*, Tesis Fakultas Psikologi Universitas Atmajaya Jakarta Indonesia.

Kusumawati, M.D., and Hartowiyono, E.R. (2017). Philosophy, design batik yogyakarta, and batik surakarta made in indonesia. *International Journal of Latest Trends in Engineering and Technology* Volume 8 Issue 3 - May 2017.

Reimers-Hild, C. and King, J. (2009). Six questions for entrepreneurial leadership and innovation in distance education, *Online Journal of Distance Learning administration* 12(4), Web. 5 July 2010.

Ruswanti, E. (2016). Education Entrepreneurship Training Hair Cut of Entrepreneur Motivation International of *Journal Economics and Business* VOL10 (S) pp 167-187.   
Pertanika <http://econ.upm.edu.my/ijem/vol10noS/12>