

PENDAMPINGAN PELATIHAN APLIKASI MEDIA SOSIAL DI MASA PANDEMI COVID 19 PADA BATIK AV PRODUCTION

Adcharina Pratiwi¹, Suranto², Nurgiyatna³, Musabbikha⁴, Aan Sofyan⁵

¹Manajemen –Ekonomi dan Bisnis- Universitas Slamet Riyadi Surakarta
E-mail:adcharina.pratiwi@unisri.ac.id

²Teknik Industri- Fakultas Teknik- Universitas Muhammadiyah Surakarta
Email: sur185@ums.ac.id

³Teknik Informatika- Fakultas Komunikasi dan Informatika - Universitas Muhammadiyah
Surakarta
Email: nurgiyatna@ums.ac.id

⁴Teknik Mesin- Fakultas Teknik- Sekolah Tinggi Teknik Warga Surakarta
Email: mus_a2002@yahoo.com

⁵Ilmu Gizi- Fakultas Ilmu Kesehatan - Universitas Muhammadiyah Surakarta
Email: aan.sofyan@ums.ac.id

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) bertujuan memberikan pendampingan tentang pentingnya digital marketing dalam penjualan produk batik, agar produk batik dapat terjual dengan maksimal di masa pandemi covid 19. Kegiatan dilakukan di Batik AV Production Pilang Masaran Sragen. Manfaat kegiatan: (a) penerapan digital marketing (shopee), web perusahaan, akun tiktok, akun instagram, akun facebook, (b) pengenalan pentingnya digital marketing bagi pemasaran produk bagi batik AV dan masyarakat sekitarnya. Dampak positif dari pengabdian masyarakat adalah pengenalan pentingnya media sosial dan digital marketing untuk penjualan. Metode pengabdian menggunakan partisipatif interaktif dan learning by doing, antara pengusaha, mahasiswa dan dosen. Kegiatan pelatihan menghasilkan 1 aplikasi digital marketing AV production sebagai rujukan dan percontohan bagi para pengusaha batik di Sentra Industri Batik Masaran.

Kata Kunci: Pelatihan, digital marketing, pengusaha, batik, Masaran

Abstract: *Community service activities (PKM) aim to provide assistance on the importance of digital marketing in selling batik products, so that batik products can be sold to the maximum during the pandemic COVID-19. The activity was carried out at Batik AV Production Pilang Masaran Sragen. Benefits of the activity: (a) application of digital marketing (shopee), company website, tiktok account, instagram account, facebook account, (b) introduction of the importance of digital marketing for product marketing for batik AV and the surrounding community. The positive impact of community service is the introduction of the importance of social media and digital marketing for sales. The service method uses interactive participatory and learning by doing, between entrepreneurs, students and lecturers. The training activity resulted in 1 digital marketing AV production application as a reference and model for batik entrepreneurs at the Masaran Batik Industry Center.*

Keywords: *training, digital marketing, entrepreneur, fabric batik, Masaran*

Pendahuluan

Secara fakta mayoritas di Kecamatan Plupuh, Kalijambe dan Masaran belum menggunakan teknologi digital dalam pemasaran produk. Hal ini dapat dibuktikan di dunia maya, bahwa 100 tahun lebih batik di Sragen berproduksi masih kesulitan dalam pemasaran, dimana konsumen kesulitan dalam mencari website batik Sragen, di dunia maya (internet), tentu hal ini menandakan dan membuktikan rendahnya kesadaran akan teknologi dan implementasi sosial media (Suranto, 2021), (Adcharina, 2017).

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa para pengusaha batik Sragen, secara keseluruhan dan batik Masaran belum mengimplementasikan pentingnya sosial media dalam pemasaran, dan belum melek (responsif) terhadap teknologi. Bagaimana mungkin produk akan bisa dikenal secara luas dan mampu bersaing di pasar industri kreatif, maupun industri-industri lokal, regional dan nasional, jika produksinya tidak dikenal oleh masyarakat luas apalagi dimasa pandemi covid 19.

Hampir semua usaha batik di Masaran pernah mengalami kejayaan sebelum pandemi, akan tetapi saat pandemi Covid 19, pemasaran batik terpuruk tajam, karena masih tradisional dan belum mampu meningkatkan strategi pemasaran dengan baik, sehingga mengalami kemunduran. Di masa pandemi covid 19, pengusaha batik masaran mengalami kelimpuhan dalam penjualan, penumpukan hasil produksi, lemahnya penggunaan teknologi digital.

Kegiatan pengabdian dilakukan di Batik AV Production dengan pertimbangan (a) masa pandemi covid 19 produksi lumpuh, tidak bisa menjual kain batiknya, (b) masyarakat sekitar Batik AV Production belum memiliki akun media sosial, (c) para pengusaha batik di Pilang lemah dan tidak ramah teknologi, (d) Batik AV production memiliki semangat untuk maju dan berkembang, dalam memajukan usahanya dan siap belajar media sosial.

Metode

Obyek pengabdian dalam kegiatan pengabdian ini adalah UKM Batik AV Production yang ada di Pilang Masaran Sragen. Metode pengabdian merupakan kombinasi

penyuluhan, pendampingan dan pelatihan. Penyuluhan dilakukan dalam rangka memberikan pemahaman akan pentingnya digital marketing dan media sosial. Pendampingan dilakukan untuk mendampingan pembuatan digital marketing meliputi: web perusahaan, IG, FB dan Tiktok. Pelatihan dilakukan untuk memberikan contoh pembuatan media sosial dan tindakan langsung agar pengusaha memiliki akun media sosial.

Pengabdian dilakukan selama 6 bulan, meliputi produksi, pemasaran dan tata kelola keuangan. Khusus dalam pengabdian ini membahasa pelatihan media sosial dan digital marketing. Kegiatan ini didanai oleh pemerintah dalam program Matching Fund 2021, kegiatan pengabdian meliputi: (a) pemetaan dan sosialisasi program, (b) pemetaan masalah, (c) penentuan solusi masalah, (d) kegiatan penyuluhan dan pelatihan media sosial (digital marketing), (e) penyelesaian masalah: pendampingan pembuatan akun media sosial, (f) dan monitoring hasil pemasaran.

Metode kegiatan dilakukan dengan partisipatif interaktif dimana pendamping (dosen), praktisi, mahasiswa, pemerintah kementerian perindustrian kabupaten Sragen ikut terlibat dalam kegiatan pengabdian ini. Luaran dari kegiatan pengabdian ini berupa: 1 web perusahaan sebagai sampel, akun IG, akun FB dan Tik Tok dari Batik AV Production, Katalog produk, Video company profile, hak cipta. Khusus kegiatan pelatihan, pendampingan pembuatan akun media sosial dan digital marketing dilakukan selama 3 hari, meliputi 2 hari pembuatan konten web site, 1 hari meliputi pembuatan akun IG, FB dan Tiktok.

Hasil

Adapun hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh team pengabdian dari UMS, Unisri dan STT ATW ini dengan tahapan dan aktifitas kegiatan sesuai dengan rencana, sebagai berikut: (a) pemetaan dan sosialisasi program, (b) pemetaan masalah, (c) penentuan solusi masalah, (d) kegiatan penyuluhan dan pelatihan media sosial (digital marketing), (e) pendampingan pembuatan akun media sosial, (f) dan monitoring hasil pemasaran.

Kegiatan dimulai dari kegiatan berupa pemetaan dan sosialisasi program kerja. Team pengabdian melakukan kunjungan dan diskusi, observasi dan memberikan kolaborasi sinergi antara Perguruan Tinggi (dosen dan mahasiswa), Pemerintah (dinas terkait), kedaireka Matching Fund 2021, masyarakat setempat dan Batik AV Production. Gambar-1 adalah kondisi kain batik yang menumpuk belum laku terjual.



Gambar 1. Produksi Kain Batik menumpuk belum laku terjual.

Selanjutnya team pengabdi mengadakan brainstorming dalam rangka memecahkan masalah pemasaran yang dihadapi oleh mitra (Batik AV Production), team pengabdi menyediakan bantuan papanisasi/billboard sebagai media promosi, dan penyediaan rak sebagai tempat kain batik agar tertata dengan baik dan rapi, sesuai Gambar 2 dan Gambar 3.



Gambar 2. Bantuan papanisasi/billboard sebagai media promosi



Gambar 3. Bantuan rak barang sebagai tempat produk kain batik

Sebagai promosi secara offline dan peningkatan promosi, team pengabdi membuatkan media produk melalui compani profil dalam bentuk video kegiatan produksi dan video produk kain, serta katalog produk yang dicetak, sesuai Gambar 4.



Gambar 4. Bantuan pembuatan katalog produk

Sejumlah informasi masalah telah didapatkan, solusi dikerjakan secara perlahan dan kegiatan matching fund dilaksanakan selama 6 bulan Juni-Nopember 2021, khusus untuk kegiatan pendampingan pemasaran berbasis digital dan media sosial dilaksanakan selama 3 hari, tanggal 7-9 Oktober 2021.

Kegiatan khusus pemasaran dalam pengabdian media sosial dilaksanakan selama 3 hari berupa sosialisasi pada UKM batik AV production dan UKM sekitarnya, pelatihan, dan maintenance serta aplikasi cara mengoperasikan akun-akun media sosial. Kegiatan diawali dengan pengenalan tentang matching fund 2021, program digitalisasi, sesuai Gambar 5. Team perguruan tinggi dan mahasiswa siap membantu sebagai solusi dalam penyelesaian masalah batik AV Production, dilanjutkan dengan Klinik 2 hari, sesuai gambar-6 sampai gambar 8.



Gambar 5. Sosialisasi Program Matching Fund kepada para UKM Batik sekitar dan AV Production



Gambar 6. Klinik dan penyuluhan, pendampingan pentingnya media sosial dan digitalisasi



Gambar 7. Klinik pendampingan pembuatan akun akun media sosial (IG, FB, Tiktok)



Gambar 8. Klinik pendampingan penggunaan media sosial, shopee, web perusahaan dan web sistem keuangan

Setelah kegiatan pendampingan selesai dilakukan, tata pemakaian dan penggunaan media sosial bagi pengusaha batik dapat diaplikasikan. Karena akun aplikasi dan akun IG, FB, Tiktok, web perusahaan, bahkan link shopee telah dimiliki oleh Batik AV Production, kemudian team melakukan pemantauan dan perkembangan hasil setelah menerapkan *digital marketing*.

Tahap akhir adalah kegiatan monitoring dan evaluasi hasil implementasi pemasaran. Hasil penjualan dari implementasi media sosial sangat mengagumkan, peningkatan yang cukup signifikan. Melalui media sosial, karyawan mulai masuk kerja secara bertahap, kondisi produksi mulai menggeliat naik dan penjualan melalui pesanan IG, FB, shopee mulai mendapatkan order yang cukup tinggi. Tiktok kegiatan dan promosi juga menarik perhatian bagi calon pembeli.

Diskusi

Melalui kegiatan pengabdian yang telah dilakukan dalam berbagai tahapan, telah dicapai beberapa kemajuan perkembangan usaha bagi pengusaha batik, diantaranya: (a) peserta mendapatkan materi pelatihan tentang pemasaran melalui digital marketing, manfaat dan kegunaannya, (b) UKM Batik AV, masayarakat sekitar, dinas terkait telah mendapatkan cara memasarkan produk batik melalui media sosial web perusahaan, IG, FB, TikTok dan contoh nyata dalam pemasaran produk di dunia maya.

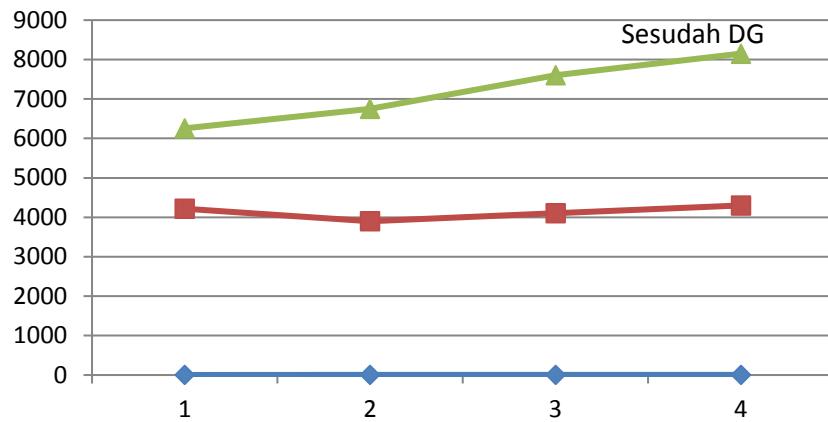
Kegiatan memasarkan produk melalui iptek dan teknologi, baik sosial media online shop internet marketing, memberikan kepuasan bagi peserta didukung oleh pihak pemangku kebijakan desa, kelompok koperasi usaha batik serta didampingi para praktisi yang kompeten, dan pada akhirnya terbukti omset penjualan mengalami kenaikan.

Berdasar observasi, diketahui rata-rata penjualan melalui media sosial mengalami kenaikan dari sebelumnya yang secara *offline*, sesuai rekapitulasi kegiatan penjualan kain batik dapat dilihat dalam tabel 1, dan grafik penjualan pada gambar 9.

Tabel 1. Rekapitulasi perkembangan penjualan kain batik cap

No	Rekapitulasi Penjualan	Sebelum <i>Digital Marketing</i> (pcs) Desember 2020				Sesudah <i>Digital Marketing</i> (pcs) Januari 2021			
		4220	3900	4100	4300	6255	6750	7600	8150
1	Penjualan Batik Printing/Cap								

Sumber: Data Lapangan (2021)



Gambar 9. Penjualan Kain Batik Printing/Cap

Berdasar observasi pengamatan yang dilakukan, bahwa warna merah bentuk penjualan sebelum menggunakan aplikasi media sosial dan warna hijau setelah menggunakan aplikasi media sosial. Pengamatan dilakukan selama penjualan 4 minggu (4 periode), dihasilkan bahwa *trend* penjualan sebelum mendapatkan pelatihan *digital marketing* (DG) dan setelah mendapatkan pelatihan *digital marketing* perkembangan penjualan sangat berbeda. Penjualan melalui *offline* berjalan dan *online* mengalami kenaikan.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian melalui skim pengabdian masyarakat matching fund 2021 yang dijalankan oleh team, melalui model pendampingan dengan konsep learning by doing (tindakan langsung membuat akun media sosial) melalui digital marketing, penjualan kain batik (kombinasi dan printing/cap) mengalami kenaikan.

Implementasi digital marketing mampu menyelesaikan masalah secara dini bagi pemasaran pengusaha batik. Jika pengusaha batik semua mampu dan mau mengembangkan model pemasaran secara online dan offline diharapkan akan mampu meningkatkan penjualan, peningkatan omset dan peningkatan kesejahteraan pengusaha batik.

Pengakuan/Acknowledgements

Terimakasih kepada Pemerintah dalam program Matching Fund 2021 yang telah membiayai kegiatan, Kepada ketua LPMPP UMS, LPPM Unisri, LPPM STT ATW, Dinas Perindag Kabupaten Sragen, Para UKM Batik di Pilang, Warga Sekitar, semua instruktur

pelatihan dan pendampingan, para mahasiswa, semua yang terlibat, semoga apa yang dilakukan menjadi amal ibadah dan amal jariyah bagi kita semua.

Daftar Referensi

Adcharina. Pratiwi, A. L. Riani, M. Harisudin, S. Rum, and H. Pinta,.2020. “The Development of Market Oriented Batik Product Based on Costumer Buying Intention (Industrial Center of Batik Sragen Indonesia),” Int. J. Manag., vol. 11, no. 3, pp. 373–389.

Adcharina. Pratiwi, A. L. Riani, M. Harisudin, and S. R. H. Pinta,.2017. “Empowerment of Entrepreneur Batik in Masaran Sragen,” J. Sci. Eng. Research, vol. 03, no. 06, pp. 189–194.

Suranto, Nurgiyatna, Etika.M.,2021. Peningkatan Tata Kelola Usaha Batik di Sentra Industri Batik Pilang Masaran Sragen. Laporan HIT. Pengabdian Masyarakat. Universitas Muhammadiyah Surakarta.