
PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENINGKATAN PEMASARAN BERBASIS DIGITAL BATIK KHAS KUNINGAN DI KABUPATEN KUNINGAN

Chandra Lukita¹, Chairun Nas², Agung Supriyadi³, Suwandi⁴, Fifi Julianti⁵

¹Prodi Manajemen, Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Jawa Barat

²Prodi Manajemen Informatika, Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Jawa Barat

³Prodi Akuntansi, Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Jawa Barat

⁴Prodi Komputerisasi Akuntansi, Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Jawa Barat

Email:

Chandra.lukita@cic.ac.id¹, chairun.nas@cic.ac.id², agung.supriyadi@cic.ac.id³, suwandi@cic.ac.id⁴

ABSTRAK

Pengelolaan keuangan keluarga untuk pengelolaan keuangan keluarga demi memenuhi memenuhi kebutuhan sehari-hari dan yang tidak terduga akan mempengaruhi kondisi keuangan keluarga. Masalah yang dihadapi ibu rumah tangga adalah kurangnya keahlian dalam perencanaan dan mengelola keuangan, mereka menggunakan keuangannya secara tradisional. Tidak ada penulisan bagaimana uang masuk dan uang keluar sehingga setiap akhir bulan uang tidak terkontrol penggunaannya. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan tentang pengelolaan keuangan keluarga secara sederhana kepada ibu PKK agar bisa mengelola keuangan keluarga supaya terhindar dari hutang akibat terlalu banyaknya pengeluaran dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Manfaat dari kegiatan ini bagi mitra pengabdian adalah memberikan pengetahuan tentang cara merencanakan pengeluaran keuangan keluarga, pelaksanaan manajemen keuangan keluarga dan penilaian/ pengawasan keuangan keluarga dan menciptakan kesejahteraan. Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan ini adalah membuat rencana kegiatan pengabdian pada masyarakat yang meliputi tahap persiapan, perencanaan dan evaluasi. Diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bisa membantu para ibu-ibu PKK dalam mengelola keuangan keluarga supaya bisa memahami seberapa pentingnya pengendalian terhadap keuangan supaya terhindar dari hutang dan bisa meningkatkan pendapatan dengan cara mengurangi pengeluaran yang kurang diperlukan.

Kata Kunci: *Batik, Peningkatan Pemasaran, Digital.*

PENDAHULUAN

Usaha kecil menengah (UKM) mengalami perkembangan yang positif dengan jenis produk yang beragam. Usaha kecil menengah menjadi salah satu terobosan meningkatkan pertumbuhan ekonomi untuk mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. Salah satu UKM di Indonesia yang banyak menarik perhatian adalah batik. Seni batik merupakan seni budaya asli bangsa Indonesia yang kaya nilai-nilai kehidupan manusia dan lingkungan. Batik memiliki fungsi ganda, yaitu fungsi praktis dan fungsi estesis. Fungsi praktis kain batik yaitu dapat

dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti bahan pembuatan pakaian, penutup tempat tidur, taplak meja, sarung bantal, dan sebagainya. Fungsi estetis batik misalnya dapat dijadikan sebagai hiasan yang menarik seperti batik lukis yang dapat dibingkai dan bisa dijadikan perhiasan.

Kegiatan ini tidak hanya sebagai upaya meningkatkan pendapatan masyarakat tapi juga sebagai upaya pelestarian budaya. Apabila pembuatan batik sebagai karya seni tidak dilestarikan secara turun temurun, kemungkinan akan terjadi hal yang sangat ironis di mana pada suatu waktu nanti bangsa Indonesia justru harus belajar membuat batik ke negara lain, sehingga penting dilakukan pelestarian untuk menjaga warisan budaya batik. Batik Indonesia terkenal karena memiliki berbagai corak pada tiap daerah berbeda-beda dan menjadi ciri khas daerah tersebut. Batik Kuningan memiliki ciri seperti kuda, bokor emas, dan ikan dewa. Beberapa motif lainnya yaitu gunung ciremai, perjanjian Linggarjati.

Salah satu jalur pemberdayaan masyarakat yang dapat dilakukan adalah *empowering* yakni menguatkan potensi dan daya yang dimiliki masyarakat. Penguatan daya atau kemampuan dapat dilakukan melalui kegiatan pelatihan. Pemberdayaan masyarakat harus dilaksanakan secara optimal dan terarah agar dapat memperbaiki keadaan ekonomi. Guna mendukung penguatan potensi yang dimiliki oleh masyarakat harus juga ada dukungan promosi agar produk yang ada dapat menjadi sumber penghasilan masyarakat. Berbagai saluran komunikasi pemasaran yang sudah dimanfaatkan diantaranya melalui saluran penjualan personal, promosi penjualan, pemasaran langsung dan publisitas. Upaya dalam bentuk komunikasi pemasaran merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan pelaku usaha dalam kaitannya menyebarluaskan informasi agar produk yang ditawarkan memiliki tempat di pasar sasaran.

Nama batik Kuningan memang tidak terlalu terkenal dibanding batik asal Cirebon ataupun pekalongan. Hal tersebut yang membuat batik kuningan tidak bisa bersaing dengan batik daerah lainnya. Salah satu alasannya adalah kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin batik kuningan.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa Pelatihan Dan Pendampingan Peningkatan Pemasaran Berbasis Digital Batik Khas Kuningan Di Kabupaten Kuningan ini adalah sebagai berikut :



Gambar-1 Metode Pelaksanaan Kegiatan Abdimas

Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan ini adalah dengan melakukan diskusi dan koordinasi terlebih dahulu kepada pelaku usaha batik kuningan. Pelaksanaan pada awalnya peserta pelatihan diberikan pemahaman tentang manfaat dan pentingnya strategi pemasaran dalam menjual produk. Peserta pelatihan berikutnya diberikan penjelasan tentang cara memasarkan produk, kemudian peserta dilatih untuk membuat strategi pemasaran, sehingga mempermudah dalam pembuatan dan pada akhirnya mampu menghasilkan memasarkan produknya dengan baik. Rancangan kegiatan pengabdian masyarakat menjadi tiga tahap yaitu:

1) Persiapan:

- a. Persiapan kelengkapan administrasi ; surat menyurat, surat izin, bahan, materi.
- b. Persiapan media dan fasilitas penunjang
- c. Persiapan undangan peserta, power point, penyusunan template, modul materi.
 - Persiapan pengurusan surat tugas, surat izin melakukan Kegiatan dan materi.
 - LCD Projector, Laptop, Template (Lembar Kerja).
 - Lembar Undangan peserta
- d. Persiapan panitia pengabdian masyarakat.
- e. Pembagian tugas dan tanggung jawab.
- f. Metode: Studi Literatur, dan Diskusi
- g. Penetapan Lokasi Pelatihan.

2) Pelaksanaan:

- a. Penyampaian materi:
 - Pembukaan
 - Penyampaian materi:
 1. Penjelasan pentingnya strategi pemasaran.

-
2. Pengertian dasar strategi pemasaran.
 3. Bauran pemasaran.
 4. Proses dan tahapan pemasaran produk.
 5. Metode: Diskusi, ceramah, workshop, tanya jawab.

3) Evaluasi:

- a. Evaluasi hasil pelatihan (resume lembar kerja yang sudah dibuat peserta).
- b. Diskusi dan Tanya jawab

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan oleh Universitas Catur Insan Cendekia. Peserta dalam kegiatan ini pelaku usaha batik Kuningan. Pelatihan dilaksanakan selama 3 hari pada tanggal Juni 2023 yang bertempat di aula desa Kramatmulya. Setelah pelatihan dilakukan, pendampingan tetap diberikan selama 1 minggu. Metode pelaksanaan yang dilakukan yang pertama adalah tim berkoordinasi dengan pihak Universitas dan pihak desa untuk melakukan pengabdian dengan materi yang disampaikan sesuai keadaan dan kebutuhan masyarakat sekitar, yang berikutnya dibuatkan berkas administratif dalam pembuatan surat izin pelaksanaan kegiatan pengabdian yang ditujukan kepada pihak desa. Berikutnya tim melakukan pembagian undangan dan sosialisasi terlebih dahulu kepada calon peserta dan memberikan modul kepada peserta berikut beberapa penjelasan terkait pelatihan yang akan diadakan sesuai jadwal yang telah ditentukan.

Peserta yang menghadiri kegiatan pelatihan tersebut merupakan ibu-ibu yang sudah berkeluarga dengan latar belakang yang beragam namun yang mendominasi kebanyakan ibu rumah tangga. Sehingga ketika pelaksanaan pelatihan seluruh peserta dapat mengikuti acara sampai dengan selesai. Narasumber dalam pelatihan ini dibantu oleh beberapa mahasiswa dalam penyampaian materi berikut dengan pembimbingan pelatihan. Kegiatan Pengabdian ini akan dievaluasi melalui pemberian kertas kerja dengan cara belajar dalam menulis suatu transaksi secara sederhana, untuk mengetahui peningkatan pemasaran batik Kuningan. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, dan diskusi. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Langkah 1 (Metode Ceramah) peserta diberikan wawasan mengenai pentingnya memahami strategi pemasaran dalam memasarkan produk. Langkah pertama diselenggarakan melalui metode ceramah selama 20 menit.
2. Langkah 2 (Metode Tutorial) Peserta pelatihan diberikan materi tentang strategi pemasaran, meliputi bauran pemasaran. Materi ini disampaikan dalam bentuk tutorial disertai dengan latihan/studi kasus. Langkah kedua diselenggarakan selama 1 jam.
3. Langkah 3 (Metode Diskusi) Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan usaha yang sudah mereka jalani ataupun hal-hal yang ingin mereka tanyakan untuk memulai usaha. Langkah ketiga diselenggarakan selama 1 jam.



Gambar-2 Dokumentasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah disampaikan pada pelaksanaan pengabdian masyarakat mengenai pelatihan peningkatan pemasar batik kuningan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Meningkatnya pemahaman pelaku usaha batik kuningan mengenai strategi pemasaran.
2. Mampu meningkatkan kesadaran peserta pelatihan tentang pentingnya strategi pemasaran setelah mengikuti pelatihan.
3. Meningkatnya motivasi peserta pelatihan untuk memasarkan produknya.
4. Peserta pelatihan mampu membuat strategi pemasaran bagi produknya.

DAFTAR PUSTAKA

David, Fred R, 2017. Manajemen Strategis Konsep. Penerbit Salemba Empat, Jakarta
Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran jilid 1 edisi milenium, Penerbit Erlangga, Jakarta.

-
- Muller, Rammer, dan Truby (2008) dalam penelitiannya *The Role of Creative Industries In Industrial Innovation* Soemanagara, 2019 *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alvabet.
- Marwayanti, M. (2019). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Facebook, Iklim Kelas Dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Ekonomi Peserta Didik Di SMA Negeri 4 Makassar* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Mutia, I., Irfansyah, P., & Widya, L. P. (2016). *Pengaruh Jejaring Sosial Facebook Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Teknik Informatika Di Universitas*. *J. Edukasi Dan Peneliti. Inform. JEPIN*, 2(2).
- Najamuddin, N., Negara, H. R. P., Ramdhani, D., & Nurman, M. (2019). *Sosial Media Dan Prestasi Belajar: Studi Hubungan Penggunaan Facebook Terhadap Prestasi Belajar Siswa*. *Jurnal Tatsqif*, 17(1), 70-86.
- Ramdhani, M. (2016). *Pengaruh Sosial Media (Facebook) Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa (UNSIKA) Karawang*. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 1(1), 66-66.
- Watrianthos, R., Munthe, I. R., & Muti'ah, R. (2019). *Analisis Pengaruh Penggunaan Facebook Bagi Mahasiswa dan Hubungannya dengan Gangguan Kecanduan Facebook*. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 3(3), 167-171