

PEMBERDAYAAN KELOMPOK USAHA SAUNG BATIK BASWET MELALUI INOVASI VARIASI MODEL DESAIN DAN TEKNOLOGI DIGITAL

Ria Manurung^{1*}, Putu Samuel Prihatmajaya², David Kristian Paath³

¹Komputerisasi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso

²Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso

³Teknik Multimedia dan Jaringan, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso

Jl. SMP 5 Karang Klesem, Purwokerto, Kabupaten Banyumas

ria.manurung74@gmail.com^{1*}, putu.samuel@stikomysos.ac.id², davidkristianpaath@gmail.com³

(*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract

Saung Baswet's batik group business is categorized as a small and medium-sized enterprise. It is, therefore, very vulnerable to business continuity because it has several areas for improvement: weak capital, weak marketing, weak management skills, and weak innovation. Its produces and sells both written and printed batik. The objectives and benefits of this service activity are to create product design innovations with new patterns, namely Nagasari Flowers. They were creating direct marketing and expanding Saung Batik's marketing area at a lower cost, bringing Saung Batik closer to its customers by promoting products to be sold and creating two-way communication through the web and e-mail. Facilitate stock management and make displaying the latest products from Saung Batik easier. The results of service activities are that problems of its partners in field of batik innovation have been resolved. Design of this batik group has increased and is expected to characterize group's style. Marketing Batik products of the group becomes effective and efficient because the market reach is not limited. The solution offered is to provide Android-based online marketing and sales facilities. The batik marketing and sales application is named "E-Saung Baswet," which can reach the entire archipelago and global market as a new market share with one tool, namely a smartphone. The application is registered in Playstore, so all internet users can access it. Increased partner empowerment was achieved 100% through training on Android-based marketing and sales computer application programs and training on innovative batik designs.

Keywords: Dewa-Ndaru; Flower; Global; Nagasari; Pattern.

Abstrak

Usaha kelompok batik Saung Baswet termasuk dalam kategori usaha kecil menengah, oleh karena itu sangat rentan terhadap kelangsungan usaha, karena memiliki beberapa kelemahan, yaitu lemah permodalan, lemah pemasaran, lemah keterampilan manajemen, dan lemah inovasi. Saung Batik Baswet memproduksi dan menjual batik tulis maupun batik cap. Tujuan dan manfaat kegiatan pengabdian ini yaitu menciptakan inovasi design produk dengan corak baru yaitu Bunga Nagasari atau bunga dewa Ndaru. Menciptakan pemasaran langsung dan memperluas wilayah pemasaran Saung Batik dengan biaya yang lebih murah. Mendekatkan Saung Batik kepada para konsumennya melalui promosi produk-produk yang akan dijual dan membuat komunikasi dua arah melalui web dan e-mail. Memudahkan pengelolaan stok dan memudahkan menampilkan produk-produk terbaru dari Saung Batik. Hasil dari kegiatan pengabdian yaitu permasalahan mitra Saung Batik Baswet untuk bidang inovasi batik telah bisa diselesaikan. Desain Kelompok pembatik ini telah bertambah dan diharapkan dapat menjadi ciri khas corak dari kelompok. Pemasaran Batik hasil produk kelompok Saung Batik Baswet menjadi efektif dan efisien karena jangkauan pasar tidak terbatas. Solusi yang ditawarkan yaitu menyediakan sarana pemasaran dan penjualan secara Online berbasis Android. Aplikasi pemasaran dan penjualan batik diberi nama "E-Saung Baswet" yang dapat menjangkau seluruh nusantara dan pasar global sebagai pangsa pasar baru dengan satu alat yaitu smartphone. Aplikasi terdaftar di Playstore sehingga semua pengguna internet dapat mengaksesnya. Peningkatan pemberdayaan

mitra tercapai 100%, melalui pelatihan program aplikasi komputer pemasaran dan penjualan berbasis Android dan pelatihan desain batik hasil inovasi.

Kata kunci: Dewa-Ndaru; Bunga; Global; Nagasari; Corak.

PENDAHULUAN

Beberapa daerah di Indonesia memiliki ciri khas corak batik yang menggambarkan budaya, sosial, kepercayaan dan sejarah daerah tersebut[1]. Begitu juga dengan Kabupaten Banyumas yang memiliki corak batik tersendiri[2]. Sama halnya dengan dunia perbatikan di daerah lain, Batik Banyumas juga mengalami pasang surut dalam perkembangannya. Bisnis batik sempat berjaya pada kisaran tahun 1965-1970-an. Inovasi dan kreasi perlu dilakukan untuk menghasilkan sesuatu yang baru yang diterima pasar, namun tanpa meninggalkan identitasnya[3]. Dukungan Pemerintah Kabupaten Banyumas diwujudkan dalam pemakaian seragam batik oleh seluruh pegawai Pemkab.

Sebagai batik pedalaman, Batik Banyumasan banyak menampilkan motif tumbuh-tumbuhan dan hewan. Ini berkaitan dengan lingkungannya yang berada di kaki Gunung Slamet, gunung tertinggi di Jawa Tengah. Apa yang ditampilkan cenderung lugas dan tegas mewakili karakter masyarakatnya yang apa adanya[4] dan [5]. Sekarsurya, Sidoluhung, Jahe Puger, Cempaka Mulya, Khantil, Ayam Puger, Madu Bronto, Jahe Srim pang, Lumbon (Lumbu), Sungai Serayu, Gunungan, Batu Waljinan, Kawung Jenggut, Dunia Baru, Satria Busana dan Pring Sedapur. Nama-nama yang disebutkan tersebut merupakan beberapa contoh motif Batik Banyumas [6].

Salah satu kelompok pembatik "Saung Batik Baswet" dengan ketua Ibu Fitria Fara Azizah berada di Desa Banjarsari Wetan Kabupaten Banyumas. Pada awalnya dimulai di Temanggung pada tahun 2009 dan 7 tahun terakhir pindah ke Kabupaten Banyumas karena mengikuti suami. Usaha kelompok batik Saung Baswet termasuk dalam kategori usaha kecil menengah, oleh karena itu sangat rentan terhadap kelangsungan usaha, karena memiliki beberapa kelemahan, yaitu lemah permodalan, lemah pemasaran, lemah keterampilan manajemen, dan lemah inovasi. Saung Batik Baswet memproduksi dan menjual batik tulis maupun batik cap. Batik tulis sendiri adalah batik yang benar-benar dilukis secara langsung di atas kain dengan menggunakan canting dari tembaga. Hal ini membuat batik tulis menjadi istimewa karena motifnya yang eksklusif dan tidak akan ada yang bisa menyamai persis 100%[7]. Batik tulis dibuat dengan cara mengecap kain menggunakan canting cap (seperti menggunakan stempel).

Selama ini Saung Batik menerima pesanan dari instansi pemerintah desa, kelurahan, kecamatan, sekolah-sekolah untuk bahan pembuatan seragam atau sebagai cinderamata bila ada kunjungan tamu di instansi pemerintah, masih sangat terbatas karena belum dikenal masyarakat secara luas dan coraknya masih sangat terbatas sesuai pesanan. Motifnya masih tradisional yang hampir sama dengan motif yang dibuat oleh pengrajin batik lainnya di wilayah kabupaten Banyumas. Oleh karena itu kurang diminati oleh konsumen umum bila dititipkan di galeri-galeri batik yang ada di wilayah Purwokerto. Karena pengrajin batik yang lain juga membuat corak yang hampir sama.

Pemasaran yang dilakukan masih terbatas pada sosial media seperti WhatsApp, Instagram dan relasi antar relasi, pertemanan dan lingkungan kerabat. Pemasaran dilakukan dengan mengirimkan produk batik berupa foto melalui status profil di WhatsApp dan Instagram. Hal ini dipandang belum efektif karena status atau profil tidak bisa bertahan lama, ada batas unggah nya, kalau sudah lewat batasnya maka profil tersebut akan hilang sehingga pertambahan konsumen sangat lambat dari tahun ke tahun sehingga penjualan batik kelompok ini belum dapat memberikan kesejahteraan pada kelompoknya. Pangsa pasar kelompok ini masih terbatas di sekitar wilayah Temanggung, Purbalingga, Purwokerto, Banyumas.

Tujuan dan manfaat kegiatan pengabdian ini yaitu menciptakan inovasi design produk dengan corak baru yaitu Bunga Nagasari atau bunga dewa Ndaru dan menciptakan pemasaran langsung untuk memperluas wilayah pemasaran Saung Batik dengan biaya yang lebih murah karena sistem pemasaran akan mendekatkan Saung Batik kepada para konsumennya melalui promosi produk-produk yang akan dijual dan membuat komunikasi dua arah melalui web dan e-mail[8] sehingga memudahkan pengelolaan stok dan memudahkan menampilkan produk-produk terbaru dari Saung Batik[9].

Batik adalah hasil karya bangsa Indonesia yang merupakan perpaduan antara seni dan teknologi oleh leluhur bangsa Indonesia[10]. Seiring dengan perkembangan teknologi maka perlu dilakukan inovasi yaitu menemukan sesuatu hal yang baru atau melakukan berbagai pembaruan yang terbentuk dalam sebuah produk, ide, desain, dan lain sebagainya[11]. Desain diterjemahkan

sebagai seni terapan, arsitektur, dan berbagai pencapaian kreatif lainnya. Dalam sebuah kalimat, kata “desain” bisa digunakan baik sebagai kata benda maupun kata kerja. Sebagai kata kerja, “desain” memiliki arti “proses untuk membuat dan menciptakan obyek baru”[12]. Desain akan menjadi sebuah produk, merupakan suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya[13].

Sehubungan dengan hal di atas maka Tim PKM-PMP melakukan pemberdayaan yaitu upaya untuk membangun kemampuan masyarakat, dengan mendorong, memotivasi, membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki dan berupaya untuk mengembangkan potensi itu menjadi tindakan nyata[14] dan [15]. Pemberdayaan ini didukung dengan teknologi yaitu ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang keterampilan dalam menciptakan alat hingga metode pengolahan guna membantu menyelesaikan berbagai pekerjaan manusia[16]. Teknologi juga sudah menjangkau bidang digital yaitu penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 atau off dan on (bilangan biner). Digital berasal dari kata Digitus, dalam bahasa Yunani berarti jari jemari[17] dan [18].

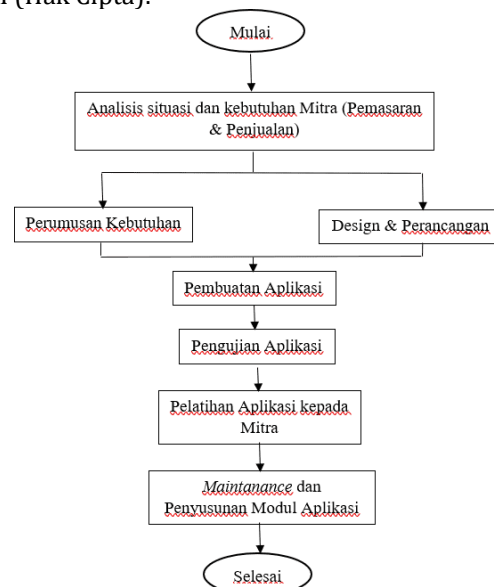
Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat melatih kemampuan daya cipta kelompok untuk menciptakan inovasi corak baru tanpa meninggalkan identitas aslinya yaitu ciri khas Banyumasan. Kegiatan pengabdian ini juga untuk menciptakan pemasaran langsung dan memperluas wilayah pemasaran Saung Batik dengan biaya yang lebih murah. Hasil kreasi corak batik akan dapat digunakan kelompok Saung Batik Baswet dalam produksi nya untuk masa mendatang.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Permasalahan dalam bidang produksi dengan menyediakan peralatan untuk inovasi produk berupa 2 cap batik dari tembaga. Prinsip kerja untuk permasalahan ini yaitu: Tim PMP akan mendesain dan melatih corak baru yaitu bunga Nagasari atau bunga Dewa Ndaru, dan melatih kemampuan daya cipta kelompok untuk menciptakan inovasi corak baru tanpa meninggalkan identitas aslinya yaitu ciri khas Banyumasan. Sedangkan untuk bidang pemasaran yaitu melakukan analisis kebutuhan pemasaran dan penjualan mitra, kemudian membuat satu aplikasi pemasaran dan penjualan berbasis Android dengan tema “ E- Saung Batik Baswet”. Sistem Informasi

Pemasaran dan Penjualan Saung Batik ini adalah sebuah konsep sistem informasi yang mengatur tentang pemasaran, persediaan produk dan penjualan produk batik hasil produksi dari Saung Batik Baswet berbasis Android agar dapat memperluas jangkauan pangsa pasar secara global sehingga bisa meningkatkan omzet penjualan. Sistem ini dapat dioperasikan dimanapun melalui *smartphone*.

Tim PMP juga melakukan pelatihan untuk penggunaan aplikasi sistem pemasaran dan penjualan berbasis Android tersebut. Pelatihan diberikan dalam bentuk demonstrasi dan pendampingan tentang cara penggunaan aplikasi tersebut. Buku panduan penggunaan aplikasi juga disusun dan diterbitkan untuk digunakan oleh mitra Saung Batik Baswet. Pelatihan ini bertujuan agar mitra Saung Batik Baswet mampu meningkatkan kinerja proses pemasaran dan penjualan dengan menggunakan aplikasi berbasis Android melalui *Smartphone*. Tahapan kegiatan dapat dilihat pada gambar 1. diagram alir di bawah ini yang dimulai dengan analisis situasi dan kebutuhan Mitra untuk bidang pemasaran dan penjualan. Kemudian dilanjutkan dengan perumusan masalah kemudian *design* dan perancangan kebutuhan. *Design* yang dirancang yaitu bunga Nagasari bagian kelopak bunga dan daun Nagasari. Setelah itu Tim membuat aplikasi E-Saung Batik Baswet, lalu dilakukan pengujian aplikasi tersebut. Dan setelah aplikasi sudah jadi secara keseluruhan maka dilaksanakan pelatihan penggunaan aplikasi tersebut kepada kelompok Saung Batik Baswet dan sekaligus penyusunan modul aplikasi untuk memudahkan kelompok Saung Batik Baswet dalam menggunakan aplikasi tersebut dan juga persyaratan pengajuan HKI (Hak Cipta).



Gambar 1. Diagram Alir Bidang Pemasaran & Penjualan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peralatan untuk inovasi desain batik berupa 2 cap batik dengan motif bunga Nagasari atau bunga Dewa Ndaru (Bunga dan daun) dari tembaga yang dapat digunakan oleh Kelompok Saung Batik Baswet. Kedua Cap batik ini sebagai motif baru yang dapat menjadi ciri khas desain kelompok Saung Batik Baswet. Tim pengabdian PMP melaksanakan pelatihan kepada kelompok dengan menggunakan desain kedua cap batik pada gambar 3 di bawah ini. Gambar 2 menunjukkan Cap Mbatik yang terbuat dari tembaga dengan motif bunga dan daun Nagasari. Gambar 4 memperlihatkan kain hasil desain Cap Batik yang telah selesai dicap dengan menggunakan 2 cap mbatik bunga Nagasari.



Gambar 2. Desain Bunga Nagasari dari Tembaga



Gambar 3. Mencap Desain Bunga Nagasari pada Kain



Gambar 4. Hasil Desain Batik setelah Dicap



Gambar 5. Kain dibentangkan di atas Sepanram



Gambar 6. Melakukan Pewarnaan pada Kain Batik

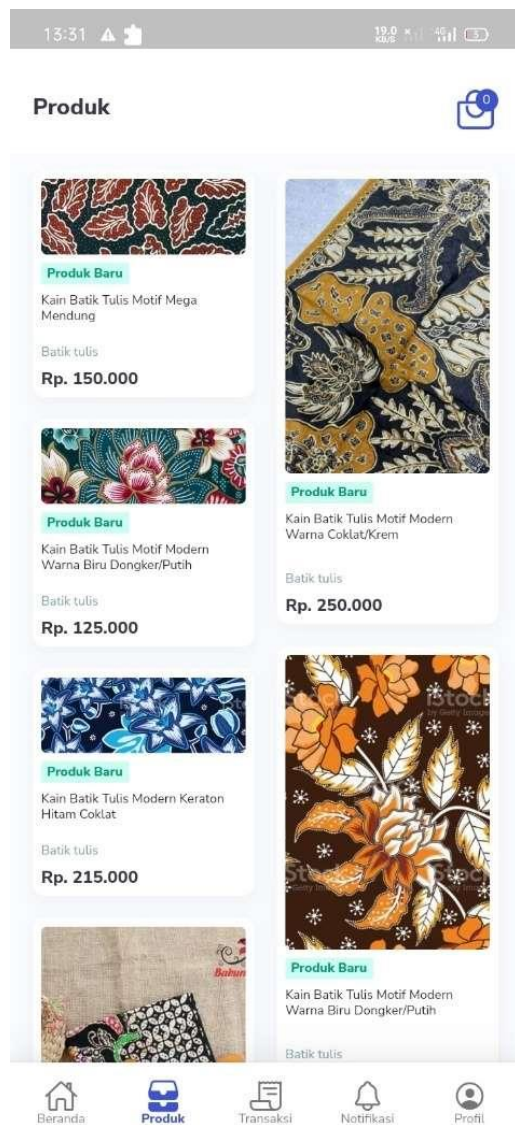
Kain yang sudah selesai dicap dibentangkan di atas sepanram (sejenis kayu persegi empat) untuk diwarnai seperti pada Gambar 5. Kain batik tersebut diwarnai sambil dijemur supaya cepat kering seperti yang terlihat pada gambar 6.

Tim PKM PMP juga melaksanakan pelatihan kepada kelompok Saung Batik Baswet untuk penggunaan Aplikasi Pemasaran dan Penjualan “E-Saung Batik Baswet” berbasis Android yang dapat dicermati pada gambar di bawah ini.



Gambar 7. Tampilan Awal Aplikasi

Gambar 7 merupakan tampilan awal aplikasi yang memperlihatkan menu *login* namun sebelumnya harus membuat akun terlebih dahulu dengan mengklik tombol “Daftar”. Gambar 8 merupakan tampilan produk yang dapat dilihat dan dipilih oleh konsumen sebelum memasukkan barang ke dalam keranjang.



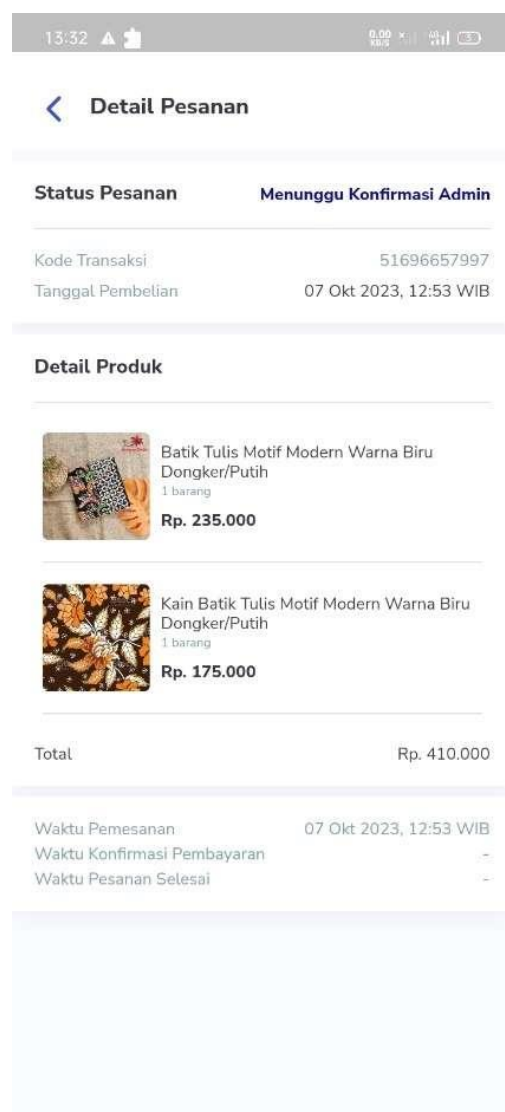
Gambar 8. Tampilan Produk pada Aplikasi



Gambar 9. Bersama Kelompok Saung Batik Baswet

Gambar 9 adalah sebagian anggota dari kelompok Saung Batik Baswet, yang keseluruhan berjumlah 15 orang namun yang aktif sekitar 5 s/d 10 orang saja.

Pada gambar 10 menunjukkan detail pesanan konsumen. Bila ada konsumen yang akan membeli produk maka akan masuk ke dalam keranjang dan kemudian dapat dilihat detail pesanan yang telah dilakukan oleh konsumen. Gambar 10 juga menunjukkan status pesanan apakah sudah dibayarkan dan pembayaran tersebut apakah sudah mendapatkan konfirmasi dari admin yaitu kelompok Saung Batik Baswet.



Gambar 10. Detail Pesanan Konsumen

Pada gambar 11 merupakan tampilan notifikasi yang dapat dilihat konsumen pada aplikasi di smartphone. Tampilan ini memperlihatkan tahapan proses pesanan, apakah

pesanan sudah dikirim atau masih dalam proses penyiapan produk oleh penjual.



Gambar 11. Notifikasi Dilihat Konsumen

KESIMPULAN

Permasalahan mitra Saung Batik Baswet yaitu inovasi batik telah bisa diselesaikan. Desain Kelompok pembatik ini telah bertambah dan diharapkan dapat menjadi ciri khas corak dari kelompok. Pemasaran Batik hasil produk kelompok Saung Batik Baswet menjadi efektif dan efisien karena jangkauan pasar tidak terbatas. Solusi yang ditawarkan yaitu menyediakan sarana pemasaran dan penjualan secara *Online* berbasis Android. Aplikasi pemasaran dan penjualan batik diberi nama "E-Saung Baswet" yang dapat menjangkau seluruh nusantara dan pasar global sebagai pangsa pasar baru dengan satu alat yaitu *smartphone*. Aplikasi terdaftar di *Playstore* sehingga semua pengguna internet dapat mengaksesnya. Peningkatan pemberdayaan mitra tercapai 100%, melalui pelatihan program aplikasi komputer pemasaran dan penjualan berbasis Android dan pelatihan desain batik hasil inovasi. Dengan adanya kegiatan PKM PMP ini, diharapkan dapat menuntaskan permasalahan yang ada pada mitra Saung Batik, yaitu bidang pemasaran, penjualan dan bidang desain inovasi cap batik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada KEMDIKBUDRISTEK Dirjen Vokasi untuk hibah skema Pemberdayaan Masyarakat Pemula (PMP) yang telah disetujui untuk didanai pada pendanaan tahun 2023. Terimakasih juga kepada LPPM STIKOM Yos Sudarso Purwokerto dan Kelompok Saung Batik Baswet di Desa Banjarsari Wetan Kecamatan Sumbang Kabupaten Banyumas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. P. B. Asri, "Perlindungan Hukum Terhadap Kebudayaan Melalui World Heritage Centre Unesco," *J. Huk. Ius Quia Iustum*, vol. 25, no. 2, 2018, doi: 10.20885/iustum.vol25.iss2.art3.
- [2] N. S. Sapiai, J. Awang, R. A. Bakar, F. A. Rahman, and A. A. Rahman, "Reka Corak Batik Kontemporer Berinspirasi," *e-Proceeding Int. Conf. Lang. Educ. Humanit. Soc. Sci.*, 2020.
- [3] N. NurFauzi, "Analisis Video Iklan Batik Sukabumi Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia," *J. Dasarupa Desain Dan Seni Rupa*, vol. 2, no. 3, 2022, doi: 10.52005/dasarupa.v2i3.97.
- [4] M. I. Fauzi, "Pemaknaan Batik sebagai Warisan Budaya Tak Benda," *J. Indones. Cult. Beliefs*, vol. 1, no. 1, 2022, doi: 10.55927/jicb.v1i1.1366.
- [5] A. Dermawan, Y. F. Siahaan, and ..., "Batik Information Based E-Commerce," *Al'adzkiya Int.*, vol. 1, no. 2, 2020.
- [6] A. A. Trixie, "Filosofi Motif Batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia," *J. Des. Creat. Ind.*, vol. 1, no. 1, 2020.
- [7] A. Ikhwana and M. K. Dewi, "Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Batik Lokal Melalui Teknologi Informasi," *J. Kalibr.*, vol. 18, no. 2, 2021, doi: 10.33364/kalibrasi/v.18-2.737.
- [8] G. Lauren and M. Murtiwiayati, "Rancang Bangun Aplikasi Pembelajaran Budaya Indonesia Untuk Anak Sekolah Dasar Berbasis Android," *J. Ilm. Komputasi*, vol. 12, no. 2, 2019.
- [9] U. Hartono, A. Kistyanto, F. Fatoni, Y. Isbanah, and I. D. C. Arifah, "Peningkatan Pangsa Pasar UMKM Batik Melalui Optimalisasi Pemasaran Digital Berbasis Web," *J. Abdi Insa.*, vol. 9, no. 2, 2022, doi: 10.29303/abdiinsani.v9i2.540.
- [10] H. Nugroho, "Pengertian Motif Batik dan Filososfnya," *Kementerian Perindustrian*, 2020. .
- [11] A. Dwimahendrawan and N. A. Saputri, "Peran

- Akademisi, Business, dan Pemerintah dalam Mengembangkan Desa Wisata Batik Berbasis Inovasi Produk di Kabupaten Banyuwangi,” *Maj. Ilm. Dian Ilmu*, vol. 21, no. 1, 2022, doi: 10.37849/midi.v21i1.240.
- [12] I. B. A. Wijaya, “Reaktualisasi Motif Batik Pada Elemen Desain Interior Berbasis Teknologi,” *Lintas Ruang J. Pengetah. dan Peranc. Desain Inter.*, vol. 7, no. 1, 2019, doi: 10.24821/lintas.v7i1.3068.
- [13] R. S. Setiaji, “Begitu pula dalam menciptakan sebuah karya seni dan desain dapat memanfaatkan teknologi,” *Imaji*, vol. Vol. 18, N, 2020.
- [14] K. Endah, “Pemberdayaan Masyarakat : Menggali Potensi Lokal Desa,” *Moderat J. Ilm. Ilmu Pemerintah.*, vol. 6, no. 1, 2020.
- [15] R. S. Darwis, Y. S. Miranti, S. R. Saffana, and S. Yuandina, “Kewirausahaan Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat,” *Focus J. Pekerj. Sos.*, vol. 4, no. 2, 2022, doi: 10.24198/focus.v4i2.37495.
- [16] M. A. F. Habib, “Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif,” *J. Islam. Tour. Halal Food, Islam. Travel. Creat. Econ.*, vol. 1, no. 2, 2021, doi: 10.21274/ar-rehla.v1i2.4778.
- [17] A. Mustanir, U. Muhammadiyah, and S. Rappang, “Pemberdayaan Masyarakat Kewirausahaan Entrepreneurship Community Empowerment,” *Jurnal*, no. February, 2019.
- [18] N. Ashshidiqy and H. Ali, “Penyelarasan Teknologi Informasi Dengan Strategi Bisnis,” *J. Ekon. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 1, no. 1, 2019, doi: 10.31933/jemsi.v1i1.46.