

Digital Marketing UMKM Batik Sleker Asri Gandusari Bandongan untuk Memperluas Pasar

R. Arri Widyanto¹, Riki Subagio², Rizki Ferdiansyah³, Gilang Satria Putra Ramadhan⁴, Zahsa Okna Andaresti⁵, Lailia Jannatun Na'im⁶

¹Teknologi Informasi, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

^{2,3,4}Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

^{5,6}Manajemen, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

e-mail: *¹arri_w@unimma.ac.id, ²rikisubagiyo52@gmail.com,

³rizki.ferdiansyah001@gmail.com, ⁴gilangsatriags2@gmail.com,

⁵zahsaokna@gmail.com, ⁶lailajannatun@gmail.com

Abstrak

Gandusari merupakan salah satu wilayah terluas di Kecamatan Bandongan. Luas wilayah Gandusari 1,06 km², dengan jumlah penduduk 4.0708 jiwa yang terdiri dari laki-laki berjumlah 2.413 dan perempuan 2.295. Potensi utama desa Gandusari adalah pertanian dan UMKM. Salah satu UMKM yang terdapat di Gandusari adalah industri batik yang bernama Sleker Asri. Usaha ini dirintis mulai tahun 2010 bertujuan memberdayakan masyarakat sekitarnya. Produksi dan pemasaran batik fluktuatif karena produksinya berdasarkan pesanan dan pemasaran yang dilakukan berdasarkan platform whatsapp dan melalui pameran yang diadakan oleh Dinas Perindustrian. Permasalahan lain Batik Sleker Asri belum memiliki papan nama, sehingga keberadaannya tidak dikenali oleh calon pelanggannya. Catatan pembukuan kurang terstruktur pencatatan arus kas, biaya produksi dan pelaporan keuangannya sering tidak sesuai. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Participation Rural Appraisal (PRA) yang menuntut peran aktif dari mitra. Mitra berpartisipasi dalam menyediakan tempat, mengikuti kegiatan secara aktif, menyediakan konsumsi dan mendukung keberlanjutan program. Hasil kegiatan ini berupa pemanfaatan platform e commerce dengan peningkatan jangkauan pasar. Pemahaman konsep pemasaran digital meningkat 20% dan pemahaman tentang manajemen usaha meningkat menjadi 25%.

Kata kunci: Batik, Digital Marketing, E Commerce, PRA, UMKM

1. PENDAHULUAN

Gandusari merupakan salah satu wilayah terluas di Kecamatan Bandongan. Luas wilayah Gandusari 1,06 km², dengan jumlah penduduk 4.0708 jiwa yang terdiri dari laki-laki berjumlah 2.413 dan perempuan 2.295 [1]. Potensi utama desa Gandusari adalah pertanian dan UMKM. Salah satu UMKM yang terdapat di Gandusari adalah industri batik. Batik, sebagai warisan budaya Indonesia, kini tengah diperkenalkan secara intensif untuk mengangkat citra kerajinan Indonesia. Selain itu, batik adalah salah satu bentuk seni kuno yang bermutu tinggi [2]. Berbagai daerah di tanah air, seperti Pekalongan, Yogyakarta, Surakarta, dan sejumlah lokasi lainnya, dikenal sebagai pusat produksi batik. Meskipun demikian, masih banyak yang belum mengetahui bahwa di Magelang, khususnya di Kecamatan Bandongan, terdapat sebuah home industry yang mengkhususkan diri dalam pembuatan batik tulis [3]. Lokasinya berada di Desa Gandusari. Usaha yang dirintis sejak tahun 2010 berawal dari partisipasi dalam program Dinas Tenaga Kerja Sosial dan Transmigrasi, yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat di kawasan Kabupaten Magelang. Awalnya, produksi batik dimulai dengan modal uang saku sebesar Rp. 120.000, yang diperoleh dari pelatihan. Seiring dengan perkembangan produksi, modal juga diperoleh dari program PNPM sebesar Rp. 1.000.000. Awalnya, kegiatan ini fokus pada pembatikan pada sehelai kain taplak, namun dengan melihat minat masyarakat

terhadap hasil produksi batik, pak Tasor dan ibu Sri Kartini (pemilik usaha) memutuskan untuk mengembangkan produksi menjadi batik lembaran berupa kain dan pakaian jadi.

Batik Sleker Asri, memiliki profil sebagai UMKM yang mengkhususkan diri dalam pembuatan batik. Usaha ini berdiri sejak tahun 2010 di Kecamatan Bandongan, Magelang, dan telah berhasil memadukan kreativitas tradisional dengan keterlibatan komunitas. Dibangun oleh Bapak Tasor dan Ibu Sri Kartini, Batik Sleker Asri menciptakan batik dengan motif unik, menggabungkan keahlian tradisional dengan inspirasi dari kehidupan sehari-hari, khususnya terkait pertanian. Namun, meskipun memiliki potensi besar, mitra ini masih menghadapi sejumlah permasalahan. Produksinya yang fluktuatif menjadi salah satu tantangan utama, dipengaruhi oleh kurangnya upaya pemasaran yang efektif. Saat ini, promosi Batik Sleker Asri hanya dilakukan melalui platform WhatsApp dan pameran terlihat pada Gambar 1. Dengan keterbatasan ini, jangkauan pemasaran menjadi terhambat, sehingga mengakibatkan ketidakstabilan dalam volume pesanan. Oleh karena itu, perlu pengembangan strategi pemasaran yang lebih luas dan digital guna meningkatkan visibilitas serta meningkatkan daya tarik bagi konsumen potensial. Selain itu pembukuan keuangan belum terstruktur seperti pada gambar 2.



Gambar 1 Pemasaran Batik Sleker Asri Melalui Pameran

Tanggal / Hari	Keterangan / Keterangan	Debit / Debit	Kredit / Kredit	Saldo / Saldo
23/03	Pembelian	49.674.000		49.674.000
24/03	Penjualan batik 500		110.000	49.784.000
25/03	Pembelian batik 300		2.000	49.786.000
26/03	Pembelian batik 300		2.000	49.788.000
27/03	Penjualan batik 300		2.000	49.790.000
28/03	Penjualan batik 300		2.000	49.792.000
29/03	Penjualan batik 300		2.000	49.794.000
30/03	Penjualan batik 300		2.000	49.796.000
31/03	Penjualan batik 300		2.000	49.798.000
01/04	Penjualan batik 300		2.000	49.800.000
02/04	Penjualan batik 300		2.000	49.802.000
03/04	Penjualan batik 300		2.000	49.804.000
04/04	Penjualan batik 300		2.000	49.806.000
05/04	Penjualan batik 300		2.000	49.808.000
06/04	Penjualan batik 300		2.000	49.810.000
07/04	Penjualan batik 300		2.000	49.812.000
08/04	Penjualan batik 300		2.000	49.814.000
09/04	Penjualan batik 300		2.000	49.816.000
10/04	Penjualan batik 300		2.000	49.818.000
11/04	Penjualan batik 300		2.000	49.820.000
12/04	Penjualan batik 300		2.000	49.822.000
13/04	Penjualan batik 300		2.000	49.824.000
14/04	Penjualan batik 300		2.000	49.826.000
15/04	Penjualan batik 300		2.000	49.828.000
16/04	Penjualan batik 300		2.000	49.830.000
17/04	Penjualan batik 300		2.000	49.832.000
18/04	Penjualan batik 300		2.000	49.834.000
19/04	Penjualan batik 300		2.000	49.836.000
20/04	Penjualan batik 300		2.000	49.838.000
21/04	Penjualan batik 300		2.000	49.840.000
22/04	Penjualan batik 300		2.000	49.842.000
23/04	Penjualan batik 300		2.000	49.844.000
24/04	Penjualan batik 300		2.000	49.846.000
25/04	Penjualan batik 300		2.000	49.848.000
26/04	Penjualan batik 300		2.000	49.850.000
27/04	Penjualan batik 300		2.000	49.852.000
28/04	Penjualan batik 300		2.000	49.854.000
29/04	Penjualan batik 300		2.000	49.856.000
30/04	Penjualan batik 300		2.000	49.858.000
01/05	Penjualan batik 300		2.000	49.860.000
02/05	Penjualan batik 300		2.000	49.862.000
03/05	Penjualan batik 300		2.000	49.864.000
04/05	Penjualan batik 300		2.000	49.866.000
05/05	Penjualan batik 300		2.000	49.868.000
06/05	Penjualan batik 300		2.000	49.870.000
07/05	Penjualan batik 300		2.000	49.872.000
08/05	Penjualan batik 300		2.000	49.874.000
09/05	Penjualan batik 300		2.000	49.876.000
10/05	Penjualan batik 300		2.000	49.878.000
11/05	Penjualan batik 300		2.000	49.880.000
12/05	Penjualan batik 300		2.000	49.882.000
13/05	Penjualan batik 300		2.000	49.884.000
14/05	Penjualan batik 300		2.000	49.886.000
15/05	Penjualan batik 300		2.000	49.888.000
16/05	Penjualan batik 300		2.000	49.890.000
17/05	Penjualan batik 300		2.000	49.892.000
18/05	Penjualan batik 300		2.000	49.894.000
19/05	Penjualan batik 300		2.000	49.896.000
20/05	Penjualan batik 300		2.000	49.898.000
21/05	Penjualan batik 300		2.000	49.900.000
22/05	Penjualan batik 300		2.000	49.902.000
23/05	Penjualan batik 300		2.000	49.904.000
24/05	Penjualan batik 300		2.000	49.906.000
25/05	Penjualan batik 300		2.000	49.908.000
26/05	Penjualan batik 300		2.000	49.910.000
27/05	Penjualan batik 300		2.000	49.912.000
28/05	Penjualan batik 300		2.000	49.914.000
29/05	Penjualan batik 300		2.000	49.916.000
30/05	Penjualan batik 300		2.000	49.918.000
31/05	Penjualan batik 300		2.000	49.920.000
01/06	Penjualan batik 300		2.000	49.922.000
02/06	Penjualan batik 300		2.000	49.924.000
03/06	Penjualan batik 300		2.000	49.926.000
04/06	Penjualan batik 300		2.000	49.928.000
05/06	Penjualan batik 300		2.000	49.930.000
06/06	Penjualan batik 300		2.000	49.932.000
07/06	Penjualan batik 300		2.000	49.934.000
08/06	Penjualan batik 300		2.000	49.936.000
09/06	Penjualan batik 300		2.000	49.938.000
10/06	Penjualan batik 300		2.000	49.940.000
11/06	Penjualan batik 300		2.000	49.942.000
12/06	Penjualan batik 300		2.000	49.944.000
13/06	Penjualan batik 300		2.000	49.946.000
14/06	Penjualan batik 300		2.000	49.948.000
15/06	Penjualan batik 300		2.000	49.950.000
16/06	Penjualan batik 300		2.000	49.952.000
17/06	Penjualan batik 300		2.000	49.954.000
18/06	Penjualan batik 300		2.000	49.956.000
19/06	Penjualan batik 300		2.000	49.958.000
20/06	Penjualan batik 300		2.000	49.960.000
21/06	Penjualan batik 300		2.000	49.962.000
22/06	Penjualan batik 300		2.000	49.964.000
23/06	Penjualan batik 300		2.000	49.966.000
24/06	Penjualan batik 300		2.000	49.968.000
25/06	Penjualan batik 300		2.000	49.970.000
26/06	Penjualan batik 300		2.000	49.972.000
27/06	Penjualan batik 300		2.000	49.974.000
28/06	Penjualan batik 300		2.000	49.976.000
29/06	Penjualan batik 300		2.000	49.978.000
30/06	Penjualan batik 300		2.000	49.980.000
01/07	Penjualan batik 300		2.000	49.982.000
02/07	Penjualan batik 300		2.000	49.984.000
03/07	Penjualan batik 300		2.000	49.986.000
04/07	Penjualan batik 300		2.000	49.988.000
05/07	Penjualan batik 300		2.000	49.990.000
06/07	Penjualan batik 300		2.000	49.992.000
07/07	Penjualan batik 300		2.000	49.994.000
08/07	Penjualan batik 300		2.000	49.996.000
09/07	Penjualan batik 300		2.000	49.998.000
10/07	Penjualan batik 300		2.000	50.000.000

Gambar 2 Pembukuan Keuangan Usaha Batik Sleker Asri

Permasalahan mitra yang akan diangkat dalam kegiatan PPMT ini akan diselesaikan berdasarkan hasil-hasil penelitian yang telah dipublikasikan seperti: Pengembangan pemasaran digital untuk mitra dilakukan berdasarkan proyek pengabdian yang telah dilaksanakan oleh Ketua Tim[4]. Proyek pengabdian masyarakat yang terkait dengan pemasaran digital dilaksanakan di Dusun Kojor, Desa Bojong[5]. Penelitian berkaitan pengembangan web untuk pemasaran digital [6] [7]. Penelitian tentang pembuatan konten kreatif digital [8].

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan industri kecil menengah (IKM) Batik Sleker Asri dalam mengoptimalkan pemasaran digital, khususnya melalui media sosial. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang ini diharapkan dapat membantu IKM Batik Sleker Asri untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan membangun merek yang lebih kuat di era digital ini.

2. METODE

2.1 Metode pelaksanaan

Metode pelaksanaan PPMT di IKM Batik Sleker Asri desa Gandusari meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pelaporan. Metode tersebut secara terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Metode pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan tersebut secara lengkap adalah sebagai berikut :

2.1.1. Tahapan Perencanaan

Tahapan perencanaan kegiatan dimulai dengan kegiatan: koordinasi tim, penyiapan proposal, pengurusan izin dan kegiatan pembekalan. Pelaksanaan kegiatan tersebut dilaksanakan sebelum dilakukan penerjunan.

2.1.2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan terdiri dari pra kegiatan yang berupa koordinasi dan sosialisasi dengan mitra berkaitan dengan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan. Kegiatan berikutnya adalah pelaksanaan pelatihan-pelatihan, pendampingan manajemen dan monitoring dan evaluasi.

2.1.3. Tahapan Pelaporan

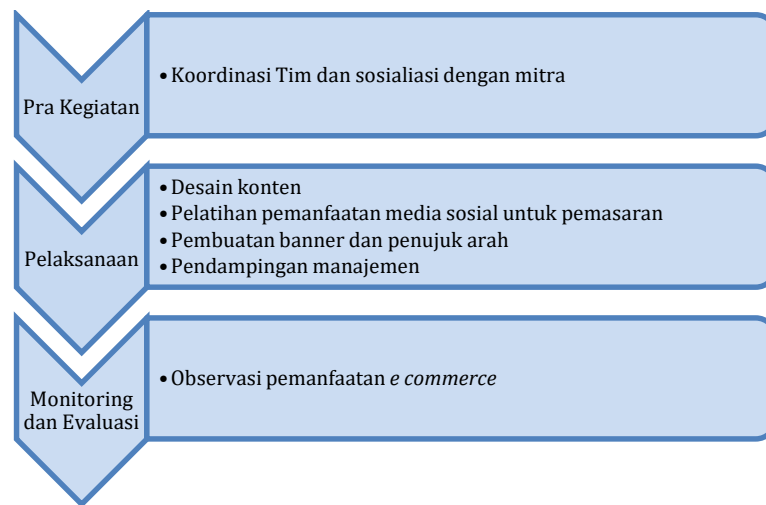
Tahap terakhir adalah Pelaporan. Kegiatan ini berupa: Penyusunan laporan kemajuan dan laporan akhir, Penyusunan draft artikel ilmiah, Pembuatan video kegiatan, Penyusunan beritan untuk publikasi media masa.

2.2. Profil Mitra

Profil mitra kegiatan PPMT ini adalah IKM Batik Sleker Asri yang beralamat di Dusun Campur Sari A RT 01/02 Gandusari Kecamatan Bandongan Kabupaten Magelang. Batik Sleker Asri, merupakan *home industry* yang mengkhususkan diri dalam pembuatan batik. Usaha ini berdiri sejak tahun 2010 di Kecamatan Bandongan, Magelang, dan telah berhasil memadukan kreativitas tradisional dengan keterlibatan komunitas. Batik Sleker Asri dibangun oleh Bapak Tasor dan Ibu Sri Kartini dengan menciptakan batik dengan motif unik, menggabungkan keahlian tradisional dengan inspirasi dari kehidupan sehari-hari, khususnya terkait pertanian. Jumlah karyawan tetap sebanyak 6 orang yang kesemuanya adalah ibu-ibu yang tinggal di Gandusari dengan usia rata-rata 50 tahun.

2.3. Prosedur Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan secara lengkap terlihat pada gambar 4 berikut:



Gambar 4 Prosedur Pelaksanaan Kegiatan

2.3.1. Pra Kegiatan

Kegiatan ini terdiri rancangan kegiatan seperti terlihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1 Rancangan Kegiatan

No	Kegiatan	Pemateri	Waktu
1	Sosialisasi Kegiatan	Tim	25 Desember 2023
2	Pelatihan Desain konten	M Riyan Andrianto	25 Desember 2023
3.	Pelatihan Digital Marketing	M Riyan Andrianto	25 Desember 2023
4.	Pendampingan Manajemen	Tim	07 Januari 2024
5.	Penggunaan <i>e commerce</i>	Tim	11 Januari 2024
6.	Pembuatan banner dan penunjuk arah	Tim	13 Januari

2.3.2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan utama pada tahap pelaksanaan adalah pelatihan-pelatihan dan pendampingan manajemen. Kegiatan pelatihan, terdiri dari: pelatihan desain konten dengan materi pelatihan foto dan video produk yang menarik. Kegiatan ini juga mengajarkan peserta untuk membuat konten promosi dan pembuatan iklan di media sosial. sosialisasi dan pelatihan dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok untuk pemasaran. Sosialisasi dan pelatihan dalam memanfaatkan *platform e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan sejenisnya. Pembuatan banner tempat usaha dan penunjuk arah. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan pendampingan dalam manajemen usaha, terutama dalam pembuatan laporan keuangan dan pembukuan.

2.3.3. Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan monitoring dan evaluasi digunakan untuk mengukur keberhasilan program. Metode yang digunakan adalah observasi dan penggunaan angket. Angket disebar ke peserta pelatihan terutama berkaitan dengan pemanfaatan *platform e commerce*.

2.4. Partisipasi Mitra

Mitra yang terlibat dalam PPMT turut serta secara aktif sesuai dengan metode keterlibatan mitra yang dikenal dengan *Participation Rural Apraisal* (PRA). Partisipasi ini fokus pada informasi-informasi yang dimiliki oleh mitra dan berkaitan dengan kegiatan pemasaran[9]. Adapun bentuk partisipasi mitra dalam kegiatan PPMT melibatkan:

1. Mitra berperan aktif dalam kegiatan sosialisasi program dengan mengikuti kegiatan ini dan menyediakan tempat.
2. Terlibat secara langsung dalam berbagai kegiatan yang terkait dengan PPMT.
3. Membantu dalam pengumpulan informasi lapangan yang dapat mendukung perencanaan dan pelaporan program.
4. Mendukung keberlanjutan program dengan memberikan kontribusi atau sumber daya yang relevan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum kegiatan PPMT dilaksanakan, dilakukan koordinasi dengan pemilik Batik Sleker Asri tentang pelaksanaan kegiatan. Koordinasi dilaksanakan tanggal 14 Desember 2023 bersama dengan kegiatan penerjunan. Kegiatan penerjunan terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5 Penerjunan ke Mitra Batik Sleker Asri

Kegiatan PPMT periode 8 yang dilaksanakan di Dusun Campur Sari A secara lengkap adalah sebagai berikut:

a. Sosialisasi *Digital Marketing* dan Pelatihan *Design Content*

Tim PPMT desa Gandusari, Kecamatan Bandongan menggelar pelatihan digital marketing pada hari Senin, 25 Desember 2023. Kegiatan ini bertujuan untuk membekali UMKM yang ada di dusun Campur Sari A, agar dapat memasarkan produknya secara lebih efektif melalui media digital. Pelatihan digital marketing dan pelatihan design content disampaikan oleh narasumber M. Riyan Andriyanto. Pada sosialisasi narasumber membahas mengenai pentingnya strategi digital marketing bagi UMKM. Semua masyarakat yang memiliki UMKM diberikan pemahaman mengenai berbagai platform media sosial yang dapat digunakan untuk pemasaran, serta teknik-teknik untuk membuat konten yang menarik dan efektif terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6 Pelatihan *Digital Marketing*

b. Pelatihan *Design Content*

Kegiatan pelatihan desain konten dengan nara sumber M. Riyan Andriyanto dilakukan dengan memberikan keterampilan kepada mitra untuk membuat desain konten yang bersifat persuasif dan relevan dengan target audiens. Peserta diajarkan mengenai berbagai elemen

desain, serta teknik-teknik untuk menggunakan aplikasi desain grafis. Selain itu peserta juga diberikan panduan praktis dalam mengoptimalkan penggunaan platform media sosial, termasuk cara terbaik untuk berinteraksi dengan konsumen dan memanfaatkan fitur-fitur inovatif. Kemampuan publikasi konten yang tepat merupakan salah satu penerapan digital marketing [10]. Kegiatan ini diikuti oleh para pelaku UMKM seperti terlihat pada Gambar 7. Setelah selesai mengikuti kegiatan ini, pengetahuan dan keterampilan peserta meningkat 20%. Pengalaman dan pengetahuan baru yang diperoleh selama kegiatan ini dapat digunakan untuk meningkatkan pemasaran produknya.



Gambar 7 Narasumber Menunjukkan Cara Pewarnaan Desain Konten

c. Pendampingan Manajemen Usaha Pembukuan Keuangan

Kegiatan pendampingan manajemen usaha untuk pembukuan keuangan pada Batik Sleker Asri dilaksanakan pada tanggal 7 Januari 2024. Kegiatan ini merupakan langkah strategis dalam meningkatkan efisiensi operasional dan transparansi keuangan usaha mitra. Tim pendampingan membantu Batik Sleker Asri untuk menyusun sistem pembukuan yang lebih efektif dan terintegrasi, memberikan pemahaman mendalam tentang setiap aspek keuangan yang berkaitan dengan operasional bisnis. Kegiatan ini dilaksanakan untuk mengatasi kegagalan UMKM karena tidak mengetahui perkembangan usahanya [11].

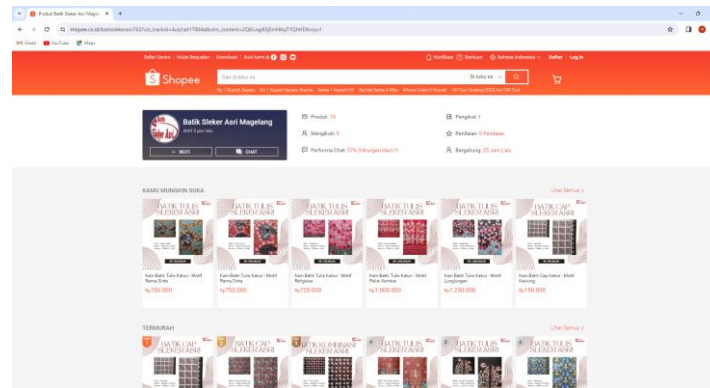


Gambar 8 Kegiatan Pendampingan Pembukuan Keuangan

Tim pendampingan tidak hanya memberikan bimbingan, tetapi juga berbagi pengetahuan tentang pentingnya pemantauan arus kas, pelacakan transaksi, dan penyusunan laporan keuangan yang akurat. Adanya kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi Batik Sleker Asri, memungkinkan mereka untuk mengambil keputusan yang lebih akurat.

d. Ekspansi Pemasaran Melalui *E-Commerce* Shopee

Tanggal 11 Januari 2024, tim PPMT Desa Gandusari melakukan ekspansi pemasaran batik pada mitra Batik Sleker Asri dengan memanfaatkan platform e-commerce Shopee. Langkah ini diambil sebagai respon terhadap berkembangnya pasar modern yang semakin digital dan untuk meningkatkan jangkauan serta aksesibilitas produk dari Batik Sleker Asri ke pasar yang lebih luas.



Gambar 9 Toko Shopee Batik Sleker Asi

E-Commerce Shopee dipilih sebagai platform pemasaran digital utama karena popularitasnya dan jangkauan yang luas di kalangan konsumen online. Pemanfaatan teknologi ini, tim PPMT Desa Gandusari berharap agar Batik Sleker Asri dapat mengeksplorasi potensi pasar baru, menjalin kemitraan dengan konsumen yang lebih luas, dan meningkatkan pendapatan serta keberlanjutan ekonomi di tingkat lokal. Pemanfaatan e-commerce ini digunakan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan ekspansi bisnis [12].

e. Pembuatan Penunjuk Arah dan *Stand Banner*

Pembuatan penunjuk arah dan stand banner dilaksanakan pada tanggal 13 Januari 2024. Proses pembuatan penunjuk arah dan stand banner akan menjadi hal penting dalam memperkuat identitas Batik Sleker Asri. Kegiatan ini sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk meningkatkan daya tarik dari Batik Sleker Asri.

Pembuatan penunjuk arah dan stand banner ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan visual kepada pelanggan, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkenalkan estetika dan keunikan desain batik yang menjadi ciri khas Batik Sleker Asri. Dengan elemen-elemen desain yang dipilih, diharapkan penunjuk arah dan stand banner ini dapat menciptakan visual yang menarik, meningkatkan daya ingat merek, dan meningkatkan kesadaran konsumen akan adanya Batik Sleker Asri.

Kegiatan ini diawali dengan mendesain penunjuk arah dan stand banner. Desain yang dihasilkan merupakan ide dari tim PPMT dan pihak Batik Sleker Asri. Setelah desain selesai dibuat kemudian dilakukan pencetakan menjadi banner. Setelah itu dilanjutkan pengelasan untuk tiang penunjuk arah dan pembelian stand untuk stand banner.



Gambar 10 Hasil Desain Penunjuk Arah

Gambar 11 Hasil Desain *Stand Banner*

Setelah itu dilakukan pemasangan penunjuk arah di jalan masuk Batik Sleker Asri dan pemasangan *stand banner*.

Gambar 12 Proses Pemasangan Penunjuk Arah dan *Stand Banner*

Kegiatan monitoring dan evaluasi dilaksanakan setelah selesai kegiatan. Monitoring dan evaluasi dilaksanakan dengan menggunakan metode observasi dan kuesioner yang disebar ke peserta pelatihan. Hasil monitoring dan evaluasi terlihat pada Tabel 2

Tabel 2 Hasil monitoring dan evaluasi

No	Kegiatan	Base line	Ketercapaian
1	Pemahaman tentang konten digital	N/A	20%
2	Pemahaman tentang pemasaran menggunakan <i>e commerce</i>	N/A	20%
3	Pemahaman tentang manajemen	15%	25%

Monitoring dan evaluasi ini difokuskan pada pemanfaatan platform *e commerce* untuk pemasaran digital. Berdasarkan Tabel 2 terlihat ada peningkatan pemahaman tentang konten digital dan pemanfaatan platform *e commerce* untuk pemasaran sebesar 20%. Pemahaman tentang manajemen usaha meningkat 25%. Walaupun ada peningkatan, tetapi belum sesuai dengan target yang direncanakan yaitu masing-masing kegiatan meningkat 30%.

Kesulitan saat pelaksanaan kegiatan di IKM Batik Sleker Asri tidak memiliki karyawan yang memahami IT untuk mengelola *e commerce*. Solusi sementara pengelolaan *e commerce* dilakukan oleh anak pemilik IKM Batik Sleker Asri yang sedang menempuh kuliah di luar kota dengan diberi pelatihan pengelolaan *e commerce* dan diajarkan membuat konten-konten digital untuk pemasaran. Permasalahan lain adalah proses pengeringan yang terkendala musim hujan, untuk mengatasi hal tersebut perlu dikembangkan pengering otomatis untuk membantu proses penjemuran yang tidak tergantung cuaca.

4. KESIMPULAN

Kegiatan PPMT yang telah dilaksanakan di IKM Batik Sleker Asri Desa Gandusari menghasilkan beberapa solusi dari permasalahan-permasalahan yang terjadi, sebagai berikut: Hasil kegiatan ini berupa pemanfaatan platform *e commerce* dengan peningkatan jangkauan pasar. Pemahaman konsep pemasaran digital meningkat 20%. Pemahaman tentang manajemen usaha meningkat menjadi 25%.

5. SARAN

Saran dari pelaksanaan kegiatan ini adalah: merekrut karyawan baru sebagai administrator yang mampu mengelola platform *e commerce* seperti Lazada, shopee dan lain sebagainya, serta mampu menciptakan konten-konten digital yang kreatif dan estetik untuk pemasaran melalui media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada: Bapak Mustofa Kamal, selaku Kepala Desa Gandusari yang telah memberikan izin kepada kami untuk melaksanakan kegiatan PPMT. Bapak Muh Tasor selaku Kepala Dusun Campursari dan pemilik Batik Sleker Asri dan Ibu Sri Kartini, selaku pemilik Batik Sleker Asri yang telah banyak membantu untuk menyukseskan program yang dijalankan selama kegiatan PPMT berlangsung. Masyarakat Desa Gandusari, yang telah menerima dan membantu dalam mempersiapkan, menjalankan, dan menyukseskan program kerja. Serta tak lupa diucapkan banyak terimakasih kepada Kepala LPPM DR. Retno Rusdijati, M. Kes dan Kadiv Pengabdian Ns. Robiul Fitri Masithoh, M. Kep. yang telah memfasilitasi kegiatan PPMT Periode 8 ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. Bandongan and B. Pusat Statistik Kabupaten Magelang, "Kecamatan Bandongan Dalam Angka 2022," 2022.
- [2] A. A. Trixie, "FILOSOFI MOTIF BATIK SEBAGAI IDENTITAS BANGSA INDONESIA," *Folio*, vol. 1, no. 9, 2020, Accessed: Nov. 26, 2023. [Online]. Available: <https://journal.uc.ac.id/index.php/FOLIO/article/view/1380>
- [3] Informasi Publik, "Batik Sleker Asri Bandongan." Accessed: Nov. 26, 2023. [Online]. Available: <https://kecamatanbandongan.magelangkab.go.id/home/detail/batik-sleker-asri-bandongan/34>
- [4] R. A. Widyanto, A. K. R. Hidayati, D. I. Mahendra, L. Wahyu, N. G. Saputri, and I. H. Normawati, "Marketing development of SMEs assisted by Lazismu Bandongan with digital marketing," *Community Empowerment*, vol. 7, no. 1, pp. 23–27, Jan. 2022, doi: 10.31603/ce.5579.
- [5] R. A. Widyanto, R. S. Ribowo, N. Gufron, A. Adams, P. Agustina, and D. S. Rini, "Business development for Bakpia SMEs using digital marketing in Kojor Hamlet, Bojong Village," *Community Empowerment*, vol. 7, no. 6, pp. 1013–1019, Jun. 2022, doi: 10.31603/ce.6684.
- [6] R. M. Ilmi, R. A. Widyanto, D. Sasongko, A. D. Agustina, A. Setiawan, and B. Pujiarto, "Developing a Website for Durian Seed Marketing: Alternative Business Media During a Pandemic," *Proceedings of the 2nd Borobudur International Symposium on Science and Technology (BIS-STE 2020)*, vol. 203, pp. 362–367, 2021, doi: 10.2991/aer.k.210810.063.

- [7] R. A. Widyanto *et al.*, “Pengabdian Pada Masyarakat Terpadu E-Commerce untuk Pemasaran Bibit Buah Warung Bibit Sriwedari,” 2023.
- [8] T. Intan, B. Revia, and A. Erwita, “Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat/Community Services Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing English Title: Improvement of manufactures herbal drinks through making creative content of social media based on e-marketing”, [Online]. Available: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- [9] B. Hidayana *et al.*, “Participatory Rural Appraisal (PRA) untuk Pengembangan Desa Wisata di Pedukuhan Pucung, Desa Wukirsari, Bantul,” *Bakti Budaya*, vol. 2, no. 2, pp. 99–112, 2019.
- [10] P. Ferdiansyah, Subektiningsih, I. Rofni Wulandari, A. Anindya Sekarningrum, D. Wening Astari, and R. Indrayani, “Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Siswa SMK Muhammadiyah Imogiri dalam Penerapan Teknik Copywriting dan Desain Konten,” vol. 2, no. 4, Dec. 2023, doi: 10.58835/nawadeepa.v2i4.256.
- [11] W. Novita, Y. Fitriadi, P. Rama Nopiana, and Gusnafitri, “Pelatihan Laporan Keuangan dengan Google Spreadsheet dalam Rangka Meningkatkan Pengetahuan UMKM,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial dan Humaniora* , vol. 2, no. 2, pp. 217–225, Jun. 2023, doi: 10.55123/abdisoshum.v2i2.2052.
- [12] A. Asyifah, A. Syafi’i, and S. Ispiyani, “PENGEMBANGAN APLIKASI E-COMMERCE UNTUK PENINGKATANPENJUALAN ONLINE,” *Action Reseach Literate*, vol. 7, no. 1, pp. 1–6, 2023.