

## Pendampingan Membatik dan Digitalisasi Marketing dalam Upaya Peningkatan dan Pengembangan Daya Tarik Wisata Di Desa Banjarrejo

Diterima: 18 April 2022

Direview: 30 April 2022

Disetujui: 18 Juni 2022

\* Elmira Febri Darmayanti<sup>1</sup>, Fenny Thresia<sup>2</sup>, Dani Anggoro<sup>3</sup>, Sri Retnaning Rahayu<sup>4</sup>,  
Angga Kurniawan<sup>5</sup>

Universitas Muhammadiyah Metro, Kota Metro, Indonesia<sup>12345</sup>

E-mail: [efdarmayanti@gmail.com](mailto:efdarmayanti@gmail.com)

### ABSTRAK

Sebagian besar penduduk Desa Banjarrejo bekerja sebagai petani, buruh, dan pedagang. Salah satu potensi usaha yang bisa dikembangkan di desa ini adalah bidang kebudayaan. Di bidang kebudayaan, Desa Banjarrejo memiliki beberapa kesenian, diantaranya adalah seni gamelan Jawa, seni Janeng, seni wayang kulit, serta seni janger, kuda lumping, dan seni batik. Permasalahan utama yang dihadapi yaitu masih perlunya pelestarian seni membatik di Desa Banjarrejo. Selain itu, perlu adanya peningkatan produktivitas ibu-ibu yang ada di Desa Banjarrejo dan remaja putus sekolah serta perlunya pemberdayaan SDM setempat terkait penggunaan *digital marketing* dalam upaya peningkatan dan pengembangan daya tarik wisata. Adapun solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut yaitu dilakukan pendampingan membatik dan penggunaan *digitalisasi marketing* bagi mitra agar masyarakat di Desa Banjarrejo dapat mengasah keterampilan membatik yang nantinya dapat melestarikan seni batik yang mulai luntur akibat era digitalisasi. Selain itu, diperlukannya pendampingan terkait penggunaan *digitalisasi* sebagai media *branding*, *sharing*, serta promosi. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah melakukan praktik langsung (tutorial) kegiatan membatik, diskusi, dan *sharing* mengenai proses membatik dan *digitalisasi marketing*. Hasil dari pengabdian ini antara lain masyarakat khususnya ibu-ibu dan remaja putus sekolah di Desa Banjarrejo semakin yakin bahwa seni membatik yang sudah ada dapat dilestarikan dan dijadikan salah satu ciri khas dan daya tarik wisata dari Desa Banjarrejo, selain itu dengan adanya kegiatan *digitalisasi* lebih memudahkan pelaku usaha untuk memasarkan secara *online* di *platform* pilihan sehingga meningkatkan produktivitas dan pendapatan mereka.

Kata kunci: *branding*, *digitalisasi marketing*, *promosi*, *platform*, *sharing*.

### ABSTRACT

Most of the residents of Banjarrejo Village work as farmers, laborers, and traders. One of the business potentials that can be developed in this village is the field of culture. In the field of culture, Banjarrejo Village has several arts, including Javanese gamelan art, Janeng art, shadow puppets, as well as janger art, lumping horses, and batik art. The main problem faced is the need to preserve the art of batik in Banjarrejo Village. In addition, there is a need to increase the productivity of mothers in Banjarrejo Village and dropout teenagers and the need for empowerment of local human resources related to the use of digital marketing in an effort to increase and develop tourist attractions. The solution to solving these problems is batik assistance and the use of marketing digitalization for partners so that the community in Banjarrejo Village can hone batik skills that can be done by batik art which is starting to fade due to the digitalization era. In addition, assistance is needed regarding the use of digitalization as a media for branding, sharing, and promotion. The method used in the implementation of this service is direct practice (tutorial) of batik activities, discussions, and sharing about marketing and digitization. The results of this service include the community, especially mothers and out-of-school teenagers in Banjarrejo Village, who are increasingly convinced that the existing batik art can be preserved and used as one of the characteristics and tourist attractions of Banjarrejo Village, besides that with digitalization activities it is easier business actors to market online on the platform of choice so as to increase their productivity and income.

Keywords: *branding*, *digitalization of marketing*, *promotion*, *platform*, *sharing*.

## PENDAHULUAN

Desa Banjarrejo merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur, Lampung. Secara geografis Desa Banjarrejo terletak di sebelah barat Ibu Kota Kecamatan yang merupakan bagian integral dari wilayah Kabupaten Lampung Timur dengan jarak dari Ibu Kota Kecamatan 4 Km dan dari Ibu Kota Kabupaten 30 Km. Dimana Luas Wilayah Desa Banjarrejo sebesar 425.02 Ha. Desa ini memiliki 28 RT dengan jumlah penduduk 8.557 jiwa. Sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani, buruh, dan pedagang. Terdapat berbagai potensi usaha yang bisa dikembangkan di desa ini. Salah satunya dalam bidang kebudayaan. Di bidang kebudayaan, Desa Banjarrejo memiliki beberapa kesenian, diantaranya adalah seni gamelan jawa, seni janeng, seni wayang kulit, serta seni janger dan kuda lumping. Sebagaimana desa yang lain dalam struktur pemerintahan, Desa Banjarrejo juga mempunyai wadah organisasi perempuan yaitu PKK Desa Banjarrejo. Profesi anggota PKK diantaranya adalah ibu rumah tangga, pegawai negeri, usaha kuliner, dan lain sebagainya. Tim Penggerak PKK di Desa ini merupakan salah satu pemicu untuk melestarikan seni-seni yang ada di Desa Banjarrejo.

Bangkitnya pariwisata di Indonesia termasuk Lampung baik kunjungan wisatawan nusantara maupun mancanegara di *Era New Normal*, membangkitkan pula batik Indonesia dari keterpurukan. Selain itu, bergairahnya kembali dunia batik Indonesia dipicu dengan dikukuhkannya batik Indonesia sebagai *Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity* atau sebagai warisan budaya Indonesia tak benda pada 2 Oktober 2009 oleh UNESCO, yang membawa konsekuensi bahwa batik harus tetap berkembang dalam kehidupan masyarakat Indonesia, sebab bila kehidupan batik tidak tumbuh di kehidupan masyarakat Indonesia, maka perdikat sebagai *Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity* akan dicabut kembali oleh UNESCO (Sedjati & Estikasari, 2021). Sejalan dengan program pemerintah tentang ditetapkannya Batik sebagai warisan dunia tersebut, maka pemerintah Desa Banjarrejo berupaya ikut berpartisipasi dalam rangka mengembangkan sumber daya perempuan di wilayahnya dengan keterampilan membatik. Selain itu, melihat situasi dan kondisi yang demikian, ibu-ibu Desa Banjarrejo juga berkeinginan untuk bisa membatik seperti daerah lain yang sudah bisa membuat produk batik dan bahkan menjadi pekerjaan sampingan yang menambah penghasilan untuk menopang ekonomi keluarga.

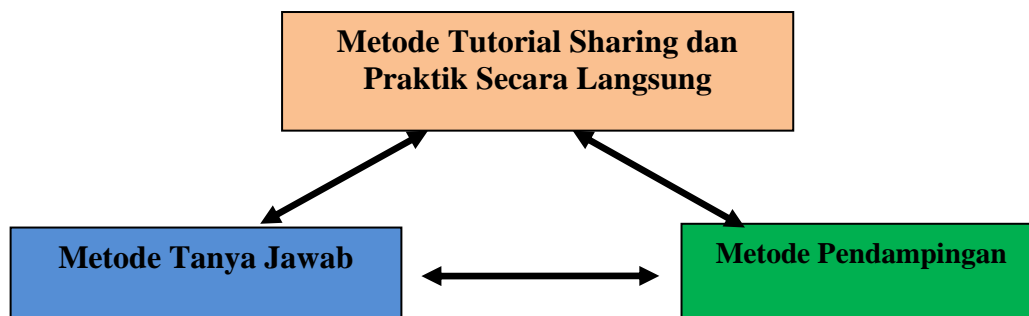
Permasalahan yang dihadapi adalah mereka sama sekali belum mempunyai keterampilan yang baik dibidang batik dan hanya Tim Penggerak PKK saja yang pernah mendapatkan pelatihan atau pembinaan tentang batik yaitu dalam Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa (PHP2D) Himpunan Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Metro. Dengan demikian untuk menambah dan meningkatkan sumber daya manusia dalam bidang batik sekaligus sebagai bentuk partisipasi penjagaan predikat Batik sebagai Pusaka dunia warisan tak benda dari UNESCO, maka diperlukan pelatihan membatik. Dalam rangka pemberdayaan perempuan maka kegiatan pendampingan batik ini diberikan kepada ibu-ibu yang ada di Desa Banjarrejo dengan Tim Penggerak PKK sebagai mentornya. Harapannya adalah keterampilan atau keahlian yang diperoleh, nantinya dapat dijadikan sebagai modal dasar untuk membuka usaha baru yang dapat menjadi sarana untuk menambah penghasilan dan bahkan dapat menjadi kegiatan ekonomi untuk menunjang kebutuhan hidup keluarga serta menjadikan Desa Banjarrejo sebagai wilayah yang ikut melestarikan keberadaan batik dan juga dapat menambah variasi potensi seni kerajinan di Desa Banjarrejo, sekaligus sebagai tindak lanjut dalam kegiatan PHP2D Universitas Muhammadiyah Metro di wilayah sekitar.

Pengembangan seni budaya yang ada disekitar juga harus didukung dengan teknologi di era digital seperti ini. Salah satu bentuk dukungan terhadap pengembangan dan pelestarian budaya adalah dengan cara melakukan *Digitalisasi Marketing* di Desa Banjarrejo. Media secara *digital* kini menjadi media cukup penting yang digunakan di masyarakat. Menurut Nasir et al., (2019), pengguna internet Indonesia menembus angka 132,7 juta orang dan menjadi negara kedua di dunia dalam hal penggunaan aplikasi *Facebook*. Di wilayah Asia, media digital bahkan telah menjadi gaya hidup modern, serta fakta sekarang menunjukkan penggunaan media digital telah membantu setiap orang melakukan rutinitas setiap harinya. Berbagai elemen masyarakat tidak pernah lepas dari aktivitas yang menggunakan media digital misalkan media digital yang digunakan saat ini seperti *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram*, masing-masing media *digital* tersebut memiliki fungsi yang sama yaitu untuk berkomunikasi dengan orang lain. Mudahnya penggunaan media digital mendorong masyarakat atau pengusaha di seluruh dunia untuk memanfaatkannya dalam segala aktivitas. Media digital juga memiliki fungsi antara lain seperti branding, sharing, promotion dan marketing. Teknologi internet ini juga memiliki pengaruh yang menentukan pada perkembangan di bidang promosi produk (barang dan jasa) (Saputra et al., 2020). Dalam perkembangannya, media sosial bisa dimanfaatkan untuk beragam kepentingan, mulai menjalin pertemanan, kampanye program tertentu (pendidikan, sosial, agama, lingkungan, kesehatan, dan sebagainya), sampai promosi dan pemasaran produk atau jasa tertentu (Suryani, 2015). *Digitalisasi Marketing* mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial (Rasam & Sari, 2019). Tak hanya itu, pemerintah juga menganjurkan kepada UMKM untuk bertransformasi pada Ekonomi Digital. UMKM dituntut untuk menggunakan *platform online* sebagai media publikasi maupun pemasaran. Hal ini dinamakan sebagai *UMKM Go Digital*.

Diketahui berdasarkan hasil survey bersama Kepala Desa Banjarrejo pada Tanggal 1 Desember 2021, Masyarakat Desa Banjarrejo juga memiliki pemahaman yang kurang terkait penggunaan Digital Marketing sebagai media branding, sharing, maupun promosi. Oleh karena itu untuk mendukung penuh program pemerintah yaitu *UMKM Go Digital* serta meningkatkan pemahaman masyarakat Desa Banjarrejo terkait pentingnya Digitalisasi Marketing di *Era New Normal* ini, perlu diadakannya Pendampingan *Digitalisasi Marketing* sebagai bentuk tindak lanjut pasca kegiatan PHP2D Himpunan Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Metro. Diharapkan dengan terselenggaranya kegiatan Pendampingan Membatik dan *Digitalisasi Marketing* ini dapat menjadikan Desa Banjarrejo sebagai Desa Wisata dan Budaya di Lampung Timur serta dapat menambah wawasan serta produktivitas bagi masyarakat sekitar.

## **METODE PELAKSANAAN**

Ditengah adanya wabah Covid-19 yang belum mereda, dosen dan mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini tetap menjalankan protokol kesehatan. Tim pengabdian melakukan kegiatan pendampingan di Balai Desa Banjarrejo guna membantu ibu-ibu dan remaja putus sekolah agar dapat mengasah keterampilan melestarikan seni membatik agar tidak luntur akibat era digital serta meningkatkan produktivitas mereka, memberikan pendampingan *digitalisasi marketing* agar dapat mengasah kemampuan dalam memanfaatkan teknologi, serta mendukung penuh program pemerintah *UMKM Go Digital*, sehingga dapat meningkatkan perekonomian keluarga. Adapun metode yang digunakan oleh kami adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Dalam metode tutorial sharing dan praktek secara langsung kami melakukan tutorial atau pendampingan kepada seluruh peserta yang merupakan ibu-ibu dan remaja putus sekolah Desa Banjarrejo juga. Kami melakukan pendampingan terkait kegiatan membatik dan *digitalisasi marketing*. Kegiatan membatik ini sangat digemari oleh masyarakat, tidak hanya untuk kalangan tua namun juga anak muda saat ini sangat menyukai memakai batik. Selain itu kegiatan membatik ini merupakan salah satu bentuk untuk melestarikan budaya bangsa. Kegiatan diawali dengan membuat sketsa motif batik, mencanting, serta mewarnai kain. Setelah diwarnai, dilakukan penguncian warna batik agar tidak luntur, kemudian dicuci/bilas lalu dijemur.

Metode tutorial sharing dan praktek secara langsung terhadap warga Desa Banjarrejo untuk memberikan pengetahuan tentang pentingnya media sosial dalam kegiatan pemasaran dan promosi produk. Media sosial memang menjadi sarana pertama dalam subsektor ekonomi kreatif maupun wisata. Melihat beberapa tahun belakangan ini penetrasi pemanfaatan media sosial di Indonesia yang terus meningkat, tentunya tidak lepas dari peran aplikasi yang berada dalam hand phone (HP). Sehingga, tak heran jika para konsumen dan treveler menggunakan media sosial untuk menjangkau sebuah wisata dan produk yang belum pernah mereka nikmati. Saat ini masyarakat sangat menyukai berbelanja online diberbagai platform dan market place seperti shopee, Lazada, Tokopedia dan lain-lain

Warga Desa Banjarrejo masih banyak yang kurang memanfaatkan media sosial untuk mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, dalam kegiatan pengabdian ini kami memberikan penjelasan mengenai materi dan pendampingan mengenai cara memanfaatkan media sosial dalam berwirausaha. Dengan diberikannya penjelasan tentang pentingnya media sosial dalam berwirausaha, nantinya masyarakat dapat mempromosikan produk yang mereka punya. Tim pengabdian juga memberikan penjelasan terkait tutorial pembuatan akun media sosial, pengalihan akun instagram pribadi ke akun instagram bisnis serta cara mengupload barang dagangan ke facebook dan instagram.

## HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Tim pengabdian Universitas Muhammadiyah Metro (UM Metro) melakukan kegiatan pendampingan membatik dan *digitalisasi marketing* sebagai salah satu bentuk kegiatan keberlanjutan dari Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa oleh Tim Himpunan Mahasiswa Akuntansi UM Metro. Desa Banjarrejo merupakan salah satu Destinasi Wisata di Kabupaten Lampung Timur, dan merupakan salah satu Desa Binaan UM Metro. Kegiatan ini sebelumnya telah dilaksanakan pada 14-15 Mei 2022, dan penutupan dilaksanakan pada hari Sabtu (16 Juli 2022) dengan melakukan serah terima alat membatik kepada Kepala Desa

Banjarrejo agar dapat digunakan oleh para pelaku usaha membuat. Kegiatan ini dihadiri oleh 47 peserta warga Desa Banjarrejo.

Kegiatan dimulai pada hari pertama, Sabtu 14 Mei 2022. Kegiatan inti dari pengabdian masyarakat yaitu pendampingan membuat, yang dilakukan secara langsung oleh narasumber Ibu Rahayu Budiadi, S.Pd. selaku pemilik Canting Batik Kota Metro. Sebelum melakukan pembuatan sketsa, beliau memberikan penjelasan singkat mengenai kegiatan membuat dan sarana prasarana apa saja yang harus dipersiapkan selama kegiatan pendampingan. Kemudian dilanjutkan dengan membuat sketsa secara berkelompok (Gambar 2), lalu mencanting, dan mewarnai batik (Gambar 3).



Gambar 2. Membuat sketsa

Gambar 3. Mencanting

Setelah diwarnai, dilakukan kegiatan penguncian batik agar tidak luntur, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan merebus batik, kemudian dilakukan proses *mlorot* untuk membersihkan lilin malam pada kain batik, lalu di jemur. (Gambar 4)



Gambar 4. Proses menjemur setelah direbus terlebih dahulu

Hari kedua pada tanggal Minggu, 15 Mei 2022 tim pengabdian memberikan pendampingan mengenai *digitalisasi marketing*. Kegiatan dimulai dengan mencari tau apakah para peserta memiliki *handphone* dan akun media sosial. Kemudian memberikan materi mengenai konsep *digitalisasi marketing*, dan media sosial apa saja yang dapat digunakan dalam kegiatan pemasaran produk (Gambar 5).



Gambar 5. Pendampingan *Digitalisasi Marketing*

Kegiatan ini di tutup dengan serah terima alat membuat kepada Kepala Desa Banjarrejo agar dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha dan peserta kegiatan pendampingan membuat. (Gambar 6)



Gambar 6. Kegiatan Penutupan di Balai Desa Banjarrejo

## SIMPULAN

Dari kegiatan pendampingan ini dapat kami simpulkan bahwa: keterampilan dan produktivitas ibu-ibu dan remaja putus sekolah di Desa Banjarrejo dalam seni kegiatan membuat meningkat, dan pemahaman masyarakat di Desa Banjarrejo terkait penggunaan *digital marketing* sebagai media *branding*, *sharing*, dan *promosi* semakin meningkat, dibuktikan dengan pembuatan akun media sosial dan *platform online* pelaku usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Nasir, M., Basalamah, J., & Kusuma, A. H. P. (2019). Kegiatan E-Marketing Sebagai Bentuk Kewirausahaan Dini Bagi Pelajar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 01–08.
- Rasam, F., & Sari, A. I. C. (2019). Peran Pemasaran dalam Kegiatan Usaha pada Masyarakat di Desa Jatibaru, Cikampek. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(2), 82. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i2.3341>

- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah. Yayasan Kita Menulis.
- Sedjati, D. P., & Estikasari, Y. (2021). Pelatihan Seni Membatik Bagi Masyarakat Desa Ngluwar, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang. *Jurnal Pengabdian Seni*, 2(2), 119–126. <https://doi.org/10.24821/jps.v2i2.5925>
- Suryani, ita. (2015). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat) *Jurnal komunikasi*, ISSN 1907-8. *Jurnal Komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 2, April 2014*, 8(April 2014), 123–138.