

## **Penerapan Teknologi Tepat Guna dan Penguatan Pemasaran UKM Batik Jombang Melalui Kegiatan PPPUD**

**Nugroho Mardi Wibowo<sup>1</sup>, Yuyun Widiastuti<sup>2</sup>, Siswadi<sup>3</sup>, Karsam<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Wijaya Putra

<sup>4</sup>Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya

<sup>1</sup>nugrohomardi@uwp.ac.id

*Received: 3 September 2019; Revised: 29 Januari 2021; Accepted: 27 Februari 2021*

### **Abstract**

*Batik is a product rooted in the Indonesian cultural heritage and is one of the fashion products that have promising business prospects. No wonder so many regions in Indonesia have begun to develop batik motifs in accordance with the characteristics of the region. Jombang is one of the many districts whose local governments support the development of batik products. The Government of the Jombang Regency, through the Regulations of the Regents, determined Batik Jombang as one of the regional superior products. The partners in the Regional Superior Product Development Program (PPPUD) activities are Batik Tulis New Colet located in Jatipelem Village, Diwek District, Jombang Regency. Problems faced by partners include production capacity unable to meet market demand, inferior quality products, less varied motives, and market segments are still limited to Jombang and surrounding areas. The aim of this program is first, increase production capacity. Second, increasing the variety of motifs and quality of batik products. Third, expand market segments. The methods used include, first, the diffusion of science and technology through the manufacture and application of batik cloth pelorod machines as well as assisting the operation of pelorod machines. Second, training and assistance in developing batik motifs and coloring. Third, the creation and use of the website as a media for promotion and the participation of SMEs at the exhibition. Fourth, assistance in price formulation. The results obtained from the PPPUD implementation were first, production capacity increased by 20%. Second, the variety of motifs and quality of batik products is increasing. There are 2 batik motifs that have been copyrighted. Third, there are additional 2 (two) new market segments.*

**Keywords:** *regional superior products; pelorod machine; batik smes; jombang*

### **Abstrak**

Batik merupakan salah satu produk berakar dari warisan budaya bangsa Indonesia dan menjadi salah satu produk *fashion* yang memiliki prospek bisnis menjanjikan. Tidak heran jika banyak daerah di Indonesia mulai mengembangkan motif batik sesuai dengan ciri khas daerah. Jombang salah satu dari sekian banyak kabupaten yang pemerintah daerah mendukung pengembangan produk batik. Pemerintah Kabupaten Jombang, melalui Peraturan Bupati menetapkan Batik Jombang sebagai salah satu produk unggulan daerah. Adapun mitra dalam kegiatan Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) ini adalah Batik Tulis New Colet yang berlokasi di Desa Jatipelem Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Permasalahan yang dihadapi mitra antara lain kapasitas produksi tidak dapat memenuhi permintaan pasar, produk kurang bermutu dan motif kurang bervariasi, serta segmen pasar masih terbatas pada wilayah Jombang dan sekitar. Tujuan

program ini adalah meningkatkan kapasitas produksi. Kedua, meningkatkan variasi motif dan kualitas produk batik. Ketiga, memperluas segmen pasar. Adapun metode yang digunakan yaitu, pertama difusi iptek melalui pembuatan dan penerapan mesin pelorod kain batik serta pendampingan pengoperasian mesin pelorod. Kedua, pelatihan dan pendampingan pengembangan motif dan pewarnaan batik. Ketiga, pembuatan dan pemakaian website sebagai media promosi serta pengikutsertaan UKM pada pameran. Keempat, pendampingan dalam perumusan harga. Hasil yang didapat dari pelaksanaan PPPUD ini adalah pertama, kapasitas produksi meningkat sebesar 20%. Kedua, variasi motif dan kualitas produk batik meningkat. Ada 2 motif batik sudah mendapatkan hak cipta. Ketiga, ada tambahan 2 (dua) segmen pasar baru.

**Kata Kunci:** produk unggulan daerah; mesin pelorod; ukm batik; jombang

## A. PENDAHULUAN

Batik merupakan produk yang berakar dari kekuatan budaya bangsa Indonesia. Nilai tambah produk *fashion* dapat ditingkatkan melalui kekuatan budaya yang terkandung dalam produk batik sehingga memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan perekonomian nasional. Industri batik menyerap ribuan tenaga kerja dan berkontribusi terhadap peningkatan devisa negara. Kementerian Perindustrian melaporkan bahwa jumlah ekspor batik dan produk batik sampai dengan 2017 mencapai US\$58,5 juta dengan wilayah pasar Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa (Rini, 2018).

Banyak daerah di Jawa Timur memiliki potensi kerajinan batik yang menjanjikan. Sentra usaha kecil kerajinan batik di Jawa Timur memiliki ciri khas lokal daerahnya masing-masing. Salah satu kabupaten di Jawa Timur yang belum lama mengembangkan batik adalah Kabupaten Jombang. Kabupaten Jombang mulai mengembangkan pada tahun 2000. Sama dengan kabupaten di Jawa Timur lain, motif batik Jombang pada awal motif alam. Pengembangan motif batik di Jombang masih tertinggal dibandingkan dengan daerah lain. Batik Jombang dikembangkan berawal berdasarkan inspirasi salah satu relief di Candi Arimbi, maka muncul motif batik Arimbi (Dyahwati & Wiwit, 2016).

Pada tahun 2005 Kabupaten Jombang juga mengembangkan motif Ringin Contong. Ringin Contong adalah sebuah bangunan kuno

peninggalan jaman penjajahan Belanda yang masih terawat. Di sebelah bangunan ringin contong terdapat pohon (ringin) besar dengan menara air yang menjulang tinggi. Ringin Contong inilah dijadikan ikon Kota Jombang sekaligus sebagai salah satu motif batik yang terkenal di Jombang (Fransiska & Liana, 2018).

Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang khusus di Desa Jatipelem merupakan wilayah klaster unggulan yaitu Klaster Kerajinan Rakyat (Road Map Penguatan Sistem Inovasi Daerah (SIDa) Kabupaten Jombang, 2016). Dengan demikian produk batik di Desa Jatipelem Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang merupakan salah satu produk unggulan daerah Kabupaten Jombang. Sebagai salah satu produk unggulan daerah Kabupaten Jombang, industri batik di Desa Jatipelem Kecamatan Diwek tentu harus berkembang terus terutama pada pengembangan motif yang menarik agar tidak kalah dengan industri batik daerah lain di Jawa Timur.

Berdasarkan hal tersebut, kami melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) di Desa Jatipelem Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Tepat pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Batik Tulis New Colet dengan Bapak Sutrisno sebagai pemilik.

Produk yang dihasilkan mitra adalah kain batik berukuran lebar 115 cm dan panjang 250 cm, baju batik baik untuk laki-laki, wanita dewasa maupun anak-anak.

# Penerapan Teknologi Tepat Guna dan Penguatan Pemasaran UKM Batik Jombang Melalui Kegiatan PPPUD

Nugroho Mardi Wibowo, Yuyun Widiastuti, Siswadi, Karsam

Adapun kapasitas produksi mitra selamat 4 tahun terakhir sebagaimana pada Tabel 1. Namun kapasitas tersebut belum *full capacity* sehingga perlu ditingkatkan lagi dalam rangka memenuhi permintaan pasar domestik dan turis asing yang trend meningkat. Masih rendah kapasitas produksi tersebut, disebabkan karena proses produksi terutama proses melorod kain batik masih menggunakan cara manual sehingga memerlukan waktu lama.

Tabel 1. Kapasitas Produksi Batik Tulis

No	Tahun	New Colet	
		Kapasitas Produksi (Potong)	
		Batik Tulis	Batik Cap
1	2015	560	680
2	2016	630	780
3	2017	700	870
4	2018	784	972

Sumber: Batik Tulis New Colet, 2019

Beberapa permasalahan yang dihadapi mitra dalam proses produksi adalah kualitas produk belum reliabel. Pewarnaan kurang sempurna disebabkan karena faktor *skill* tenaga kerja. Begitu juga pengembangan motif kurang bervariasi.

Permasalahan pemasaran meliputi segmen pasar hanya terbatas pada wilayah Jombang dan sekitarnya. Media pemasaran masih menggunakan cara "*getok tular*" atau *word of mouth*. Berangkat dari permasalahan tersebut, solusi yang ditawarkan adalah pembuatan dan pemakaian TTG mesin pelorod lilin pada kain batik, pengembangan desain motif batik berbasis lokal Jombang serta pembuatan dan penerapan *website* sebagai sarana pemasaran. Tidak kalah penting adalah mengikutsertakan mitra dalam kegiatan pameran. Solusi pertama mengarah pada peningkatan kapasitas produksi. Sedangkan solusi kedua dan ketiga berkaitan dengan penguatan pemasaran melalui penekanan pada *marketing mix* terkait dengan mutu produk, harga, promosi dan saluran distribusi (Kotler & Keller, 2012).

Berdasarkan pada permasalahan mitra maka target kegiatan PPPUD ini: pertama, meningkat kapasitas produksi. Kedua, meningkat variasi motif dan kualitas produk batik. Ketiga, bertambah segmen pasar baru.

## B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan PPPUD ini dilaksanakan mulai Maret sampai dengan Agustus 2019. Namun kegiatan PPPUD tahun 2019 tidak berhenti pada bulan Agustus 2019. Kegiatan dilanjutkan sampai dengan Nopember 2019 untuk tahun pertama (2019) dengan aktivitas pendampingan dan monitoring. Adapun metode yang digunakan pelaksanaan PPPUD ini meliputi pertama difusi iptek melalui pembuatan dan penerapan mesin pelorod kain batik serta pendampingan pengoperasian dan perawatan mesin pelorod. Kedua, pelatihan dan pendampingan pengembangan motif dan pewarnaan batik. Metode ini merupakan penguatan *marketing mix* pada aspek produk. Ketiga, pembuatan dan pendampingan pemakaian *website* sebagai media promosi serta pengikutsertaan mitra pada pameran. Metode ini merupakan penguatan *marketing mix* pada aspek promosi dan saluran distribusi. Keempat, pendampingan dalam perumusan harga.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penerapan, Pelatihan, dan Pendampingan Pemakaian Mesin TTG Pelorod Kain Batik

Kegiatan pertama yang dilakukan Tim Pelaksana PPPUD adalah perancangan dan pembuatan mesin TTG lorod kain batik. Pembuatan dan Pemakaian mesin TTG lorod kain batik dilatarbelakangi bahwa selama ini UKM menggunakan dengan cara manual yaitu melorod kain batik dengan cara mencelup dan merendam kain batik yang ada malam.

Kegiatan lorod adalah penghilangan malam atau lilin dilakukan setelah proses mewarnai. Dalam keadaan basah, kain direbus dalam air mendidih hingga semua malam lepas, tergantung dari jumlah malam dan besar kain. Setelah dilorod, kain dibilas di air bersih hingga residu malam tidak tersisa lagi (Gratha, 2012).



Gambar 1. Perakitan Komponen Mesin Pelorod



Gambar 2. Uji Coba Mesin TTG Pelorod Kain Batik



Gambar 3. Pelatihan Pengoperasian dan Perawatan Mesin TTG

Proses melorod untuk kain yang berukuran panjang, nampak mitra akan mengalami kesulitan dan memerlukan waktu yang cukup lama. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan PPPUD ini, mitra akan dibuatkan mesin TTG pelorod kain batik dan akan digunakan untuk melorod kain batik yang berukuran panjang. Adapun tahap-tahap pembuatan mesin TTG pelorod kain batik sebagai berikut. Pertama, tahap persiapan dan perancangan alat, meliputi: (a) membuat gambar atau desain detail mesin TTG pelorod kain batik; dan (b) menyiapkan bahan-bahan dan peralatan yang diperlukan dalam proses fabrikasi. Kedua, tahap manufaktur mesin TTG pelorod kain batik, meliputi: (a) membuat mesin TTG pelorod kain batik dengan panjang 175 cm, lebar 80

cm dan tinggi 150 cm serta kapasitas 30 potong/jam dan dilengkapi dengan motor 0,5 PK, komponen kelistrikan *inverter* 1 hp, *contactor* 220/380 dan *relay* 220; serta b) merangkai semua komponen sesuai dengan gambar dan desain yang telah dibuat. Ketiga, tahap uji coba peralatan, meliputi: (a) uji coba mesin TTG pelorod kain batik; dan (b) perbaikan dan penyempurnaan mesin TTG pelorod kain batik. Keempat, tahap serah terima mesin TTG pelorod kain batik, meliputi: (a) serah terima mesin; dan (b) pelatihan pengoperasian dan perawatan mesin TTG pelorod kain batik. Kelima, pendampingan dan monitoring penggunaan mesin. Dengan pemakaian dan penerapan mesin TTG pelorod kain batik, mitra mendapatkan banyak manfaat mulai efisiensi waktu proses lorod, biaya atau ongkos tenaga kerja sampai dengan peningkatan kapasitas produksi. Pada saat mitra menggunakan tenaga manual, dalam waktu 1 jam hanya bisa melorod kain batik sebanyak 12 potong, sedangkan setelah menggunakan mesin TTG pelorod, dalam 1 jam bisa melorod kain batik minimal 30 potong kain batik.

Pelatihan dan Penerapan TTG berpengaruh terhadap keberdayaan pengrajin batik tulis (Andarwati et al., 2018). Begitu juga kehadiran teknologi mesin pelorod tentu akan berdampak pada peningkatan keberdayaan mitra termasuk peningkatan kapasitas produksi mitra batik. Berdasarkan perhitungan tim pelaksana dan UKM mitra, didapat hasil bahwa ada peningkatan peningkatan kapasitas produksi sebesar 20% dibandingkan tahun 2018. Dengan peningkatan kapasitas produksi batik, diharapkan akan berdampak pada pemenuhan permintaan batik yang semakin lama mengalami *trend* peningkatan.

Selama ini penghilangan lilin dengan cara melorod manual harus dikerjakan berulang-ulang itupun hasil belum maksimal dan itu harus diulangi lagi sampai lilin semuanya lepas dan tidak ada yang tersisa. Kondisi ini mempengaruhi kualitas produk tentu tidak bisa maksimal. Berbeda dengan setelah menggunakan mesin TTG pelorod,

## Penerapan Teknologi Tepat Guna dan Penguatan Pemasaran UKM Batik Jombang Melalui Kegiatan PPPUD

Nugroho Mardi Wibowo, Yuyun Widiastuti, Siswadi, Karsam

hasil akan jauh lebih berkualitas dengan waktu yang lebih efisien.

Tabel 2. Kapasitas Produksi Batik Tulis New Colet Setelah Pemakaian Mesin TTG Pelorod Tahun 2019

No	Tahun	Kapasitas Produksi (potong)	Peningkatan (%)
1	2015	1.240	-
2	2016	1.410	13,71%
3	2017	1.570	11,35%
4	2018	1.756	11,85%
5	2019	2.107	20,00%

Sumber: Batik Tulis New Colet, 2019

Dampak pemakaian mesin TTG pelorod terhadap tenaga kerja, tentunya energi tenaga kerja untuk mengerjakan proses melorod lebih efisien dan tidak cepat lelah. Kemungkinan besar tenaga kerja yang bertugas pada proses melorod, sebagian waktunya bisa digeser pada aktivitas proses produksi yang lain.

### **Pelatihan dan Pendampingan Pengembangan Motif dan Pewarnaan Batik.**

Penguatan *marketing mix* dari sisi produk dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan pengembangan motif dan pewarnaan batik. Pelatihan pengembangan motif dan pewarnaan batik dilakukan dengan nara sumber seorang yang berkompetensi dalam bidang seni rupa batik. Adapun materi pengembangan motif batik yang disampaikan kepada peserta adalah “Aneka Motif Batik Jombang dan Jawa Timur, Pengembangan Desain Motif, serta Teknik Merancang Motif pada Baju”. Sedangkan materi pelatihan pewarnaan batik meliputi bahan membatik, bahan warna indogosol, bahan warna remasol, teknik pewarnaan colet dengan remasol, pewarna alam dan fiksasinya serta pencelupan dan fiksasi.

Peserta pelatihan pengembangan produk dan pewarnaan batik tidak hanya diikuti oleh Pemilik UKM (Bapak Sutrisno) tetapi juga diikuti oleh seluruh karyawan yang berjumlah 17 orang. Dengan mengikutsertakan karyawan dalam pelatihan diharapkan dapat meningkat pengetahuan dan ketrampilan karyawan dalam pengembangan desain motif dan pewarnaan

batik. Disamping itu jumlah karyawan yang memiliki ketrampilan desain motif bisa bertambah. Hasil ini juga sama dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan Suciptaningsih et al. (2016).



Gambar 4. Pelatihan Pengembangan Motif dan Pewarnaan Batik



Gambar 5. Pendampingan Pengembangan Motif

Pengembangan motif dan pewarnaan batik tidak hanya dilakukan melalui pelatihan tetapi ditindaklanjuti dengan kegiatan pendampingan oleh tim pelaksana. Setiap 2 minggu sekali tim pelaksana melakukan pendampingan untuk melihat dan memonitor secara langsung penerapan materi pelatihan pengembangan motif dan pewarnaan batik yang sudah diberikan kepada UKM dan karyawan. Berdasarkan pengamatan tim pelaksana selama pendampingan monitoring di UKM mitra, didapat UKM mitra sudah bisa mengembangkan motif yang bervariasi. Sedangkan untuk kemampuan dan ketrampilan pewarnaan batik bagi karyawan UKM mitra, sudah mengalami peningkatan.

Beberapa pengembangan motif batik sudah dihasilkan oleh UKM mitra. Sampai dengan bulan Agustus 2019, ada 8 (delapan) motif baru yang dihasilkan baik batik tulis maupun cap. Bahkan 2 (dua) motif diantaranya diajukan untuk mendapatkan hak cipta dan diterima oleh Direktorat Jenderal

Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM dengan nomor sertifikat 000146523 dan 000146332. Desain motif yang dikembangkan setelah pelatihan sebagian besar berbasis pada karakteristik lokal Jombang yaitu motif Arimbi dan Ringin Contong serta beberapa motif kontemporer.

Faktor pengembangan desain motif dan pewarnaan batik merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aspek produk pada konsep *marketing mix*. Dari keempat faktor *marketing mix* yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi, produk menduduki urutan terpenting dalam suatu *marketing mix*. Untuk itu suatu perusahaan atau UKM harus memperhatikan produk dengan faktor penunjang produk yang tercermin dalam atribut produk (Alma, 2007).



Gambar 6. Beberapa Variasi Motif Hasil Pelatihan dan Pendampingan

Dengan demikian pengembangan desain motif dan pewarnaan batik merupakan hal penting dalam pemberdayaan UKM batik yang tentunya akan berdampak pada peningkatan kualitas produk. Pengembangan desain motif dan pewarnaan akan berpengaruh pada peningkatan kualitas produk yang akhirnya bermuara pada ketertarikan konsumen untuk memilih motif batik yang menarik. Dengan kata lain hal ini akan mempengaruhi pengambilan keputusan calon konsumen untuk memilih motif batik

yang menarik dan variatif serta berdampak pada peningkatan kualitas produk batik (Firmansyah & Mahardhika, 2015).

### **Pendampingan Pemasaran, Pembuatan & Pemakaian Website dan Pameran**

Sebagian besar pengusaha mikro batik belum banyak memanfaatkan teknologi internet untuk memasarkan produk batik. Strategi peragaan busana, *getok tular*, dan *face to face* lebih sering digunakan oleh pengusaha batik untuk memasarkan produknya (Rusnani & Andini, 2014). Media pemasaran yang dilakukan mitra masih menggunakan strategi *getok tular* atau *word of mouth*.

*Word of mouth* merupakan aktivitas memasarkan produk atau jasa dengan menerapkan sarana pemasaran yang memiliki dampak pada pelanggan sehingga pelanggan akan terlibat dalam kegiatan memasarkan dan pelanggan akan merekomendasikan suatu produk atau jasa kepada pihak lain secara sukarela (Rangkuti, 2010). Sementara itu komunikasi *getok tular* tidak berdampak terhadap keputusan konsumen untuk membeli batik. Hal ini dikarenakan *getok tular* hanya pada tahapan memperbincangkan, mengenalkan dan menyarankan. Proses komunikasi *getok tular* tidak sampai pada tahap membujuk, mengajak, dan memotivasi kepada konsumen untuk melakukan pembelian batik (Rachman & Abadi, 2017).

Kegiatan-kegiatan pemberdayaan UKM pada saat ini banyak menyarankan penggunaan internet sebagai sarana pemasaran. Bahkan dengan memasarkan produk melalui internet, omset penjualan bisa meningkat 100% (Purnavita et al., 2018). Berdasarkan hal tersebut maka strategi pemasaran *marketing mix* aspek promosi dan saluran distribusi yang digunakan oleh UKM mitra adalah pembuatan dan pemakaian website dengan alamat [batikcoletjombang.com](http://batikcoletjombang.com). Website yang dibuat oleh perusahaan akan meningkatkan kepercayaan calon pembeli. Semakin berkualitas website suatu perusahaan akan semakin meningkatkan loyalitas pembeli

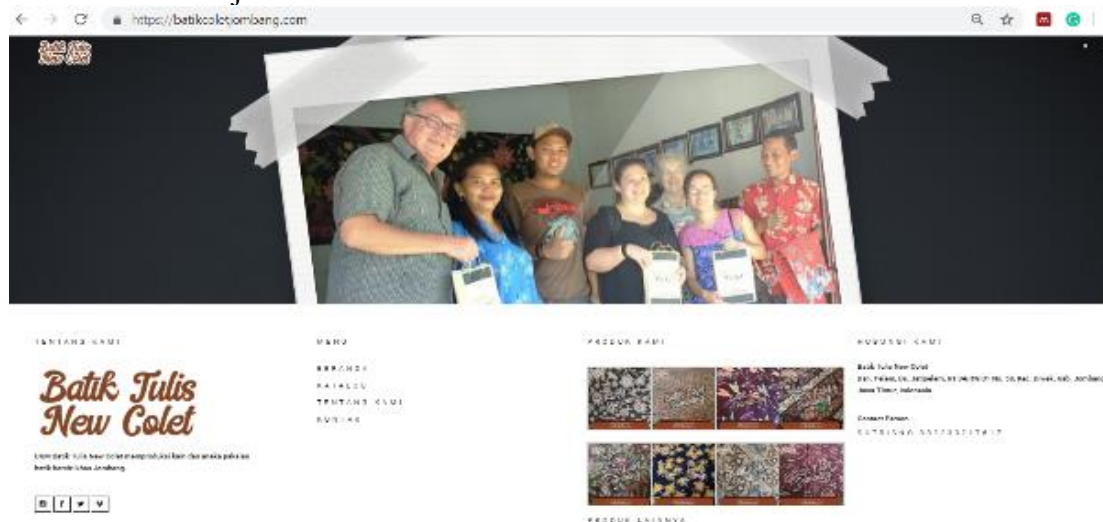
# Penerapan Teknologi Tepat Guna dan Penguatan Pemasaran UKM Batik Jombang Melalui Kegiatan PPPUD

Nugroho Mardi Wibowo, Yuyun Widiastuti, Siswadi, Karsam

terhadap suatu produk perusahaan (Widiana et al., 2012).

Pembuatan *website* mitra didesain se informatif mungkin. Semua informasi terkait dengan produk, katalog produk (yang memuat jenis motif batik), deskripsi singkat perusahaan Batik Tulis New Colet, alamat perusahaan dan nomer telpon yang bisa dihubungi termuat dalam *website*. Informasi-informasi tersebut disajikan dalam bentuk

yang mudah dan jelas. Beberapa foto misalnya foto para turis asing yang pernah mengunjungi *showroom* dan berbelanja di mitra juga dipasang pada *website*. Informasi tersebut sangat mempengaruhi calon konsumen yang membuka *website* mitra sehingga akan menumbuhkan kepercayaan dan selanjutnya calon konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk batik mitra.



Gambar 7. Beranda *Website* Batik Tulis New Colet  
Sumber: batikcoletjombang.com, 2019

Penerapan *website* batikcoletjombang.com bagi UKM mitra sangat memiliki peran penting dalam memperkenalkan produk, memperluas wilayah pasar dan meningkatkan kepercayaan kepada konsumen. Sebagai bukti bahwa keberadaan *website* memiliki dampak terhadap pengenalan produk dan perluasan pasar adalah adanya 2 (dua) segmen pasar baru yaitu dari Bengkulu dan Kabupaten Labuhanbatu Sumatera Utara. Pada tanggal 2 Juli 2019 Bapak dan Ibu Bupati Kabupaten Labuhanbatu Sumatera Utara beserta rombongan berkunjung ke Batik Tulis New Colet untuk melihat langsung produk dan proses produksi batik. Ketertarikan dan rasa ingin tahun calon pelanggan tersebut, sangat mungkin informasinya berasal dari *website*.

Di samping menjalankan strategi *marketing mix* aspek promosi melalui *website*, mitra juga melakukan promosi dengan mengikuti pameran produk batik. Tim pelaksana menginisiasi dan memfasilitasi

mitra untuk mengikuti pameran batik. Beberapa pameran yang sudah diikuti oleh mitra antara lain Batik Bordir & Aksesoris Fair 2019 tanggal 10-14 April 2019 di Surabaya, Java Expo tanggal 27-30 Juni 2019 di Solo dan Jambore Batik Jawa Timur tanggal 6 Juli 2019 di Banyuwangi. Pameran-pameran yang sudah diikuti oleh mitra diharapkan akan memiliki dampak peningkatan segmen pasar dan penjualan produk melalui minat beli sebagaimana yang dilaporkan oleh (Martono & Iriani, 2014).



Gambar 8. Kunjungan Bapak dan Ibu Bupati Labuhanbatu Sumatera Utara pada 2 Juli 2019



Gambar 9. Stand UKM pada Pameran Batik Bordir dan Aksesori Fair 2019 di Surabaya  
**Pendampingan Pemasaran Terkait dengan Pricing**

Tabel 3. Peningkatan Keberdayaan Mitra Sebelum dan Sesudah Kegiatan PPPUD Tahun 2019

No.	Aspek	Sebelum Kegiatan PPPUD	Sesudah Kegiatan PPPUD
1	Cara melorod kain batik	Cara manual	Menggunakan Mesin Lorod
2	Kapasitas Lorod per jam	12 potong / jam	30 potong / jam
3	Kapasitas Produksi keseluruhan	1.756 potong	2.107 potong
4	Jumlah Motif	53 motif	69 motif
5	Kualitas produk	Produk tidak cacat 92%	Produk tidak cacat meningkat menjadi 95%
6	Segmen Pasar	Jombang, Surabaya, Jakarta, Bandung, Medan	Jombang, Surabaya, Jakarta, Bandung, Medan, Labuhan Batu, & Bengkulu

Sumber: Batik Tulis New Colet, 2019

Pada kegiatan PPPUD ini tim pelaksana memberikan pendampingan untuk menentukan harga yang harus ditetapkan. Tim pelaksana memberikan pertimbangan-pertimbangan dalam merumuskan penetapan harga. Beberapa pertimbangan antara lain tingkat persaingan, segmen pasar dan kualitas produk. Di Desa Jatipelem Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang ada 4 (empat) pengrajin batik tulis yaitu Batik Tulis New Colet (UKM Mitra), Batik Tulis Sekar Jati, Batik Tulis Litabena, dan Batik Tulis Hadisiswo. Dengan pertimbangan bahwa UKM mitra bukan

*market leader* di Desa Jatipelem, maka Tim pelaksana menyarankan penetapan harga berdasarkan harga penetrasi (*penetration price*) bukan harga premium.

Kegiatan PPPUD memiliki dampak peningkatan keberdayaan dan kinerja bisnis mitra. Peningkatan tersebut dapat dilihat melalui indikator kapasitas proses lorod kain batik, kapasitas produksi keseluruhan, jumlah motif batik, kualitas produk dan segmen pasar.

## D. PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil kegiatan yang sudah dilakukan tim pelaksana dapat dirumuskan beberapa kesimpulan. Pertama, kegiatan pembuatan Mesin TTG Pelorod, pelatihan dan pendamping pengoperasian mesin pelorod akan berdampak pada peningkatan kapasitas produksi. Ada peningkatan kapasitas produksi sebesar 20% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Kedua, kegiatan pelatihan dan pendampingan pengembangan motif dan pewarnaan batik memiliki kontribusi terhadap peningkatan variasi motif dan kualitas produk batik. Ketiga, kegiatan pendampingan melalui pembuatan dan pendampingan pengoperasian *website* memiliki peran penting dalam memperkenalkan produk, memperluas wilayah pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Keberadaan *website* memiliki dampak terhadap pengenalan produk dan perluasan pasar. Ada 2 (dua) segmen pasar baru yaitu Bengkulu dan Kabupaten Labuhanbatu Sumatera Utara. Keempat, kegiatan pendampingan pada harga dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat persaingan, segmen pasar dan kualitas produk. Tim pelaksana menyarankan kepada UKM mitra untuk menetapkan harga penetrasi (*price penetration*), mengingat UKM mitra bukan *market leader*.

### Saran

Penerapan TTG Mesin Pelorod kain batik dapat meningkatkan kapasitas produksi, namun tetapi tetap harus mempertimbangkan skala ekonomis. Keberadaan *website* harus diiringi dengan adanya petugas yang bertugas



# Penerapan Teknologi Tepat Guna dan Penguatan Pemasaran UKM Batik Jombang Melalui Kegiatan PPPUD

Nugroho Mardi Wibowo, Yuyun Widiastuti, Siswadi, Karsam

untuk memonitor dan mengupdate fitur-fiturnya. Guna melengkapi kemampuan manajemen mitra, kedepan akan dilakukan pelatihan dan pendampingan tentang pelaporan keuangan.

## Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Direktur Riset dan Pengabdian Masyarakat Ditjen Penguatan Risbang Kemenristekdikti yang telah mendanai kegiatan PPPUD tahun 2019 ini.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2007). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. *Bandung: Alfabeta*.
- Andarwati, M., Subiyantoro, E., & Subadyo, T. (2018). Pengaruh Pelatihan dan Penerapan Teknologi Tepat Guna (TTG) Terhadap Keberdayaan Pengrajin Batik Tulis Ramah Lingkungan. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 3(3), 280. <https://doi.org/10.28926/briliant.v3i3.189>
- Dyahwati, & Wiwit. (2016). Ornamen Relief Candi Rimbi Sebagai Inspirasi Pengembangan Motif Batik Kabupaten Jombang. *Jurnal Seni Rupa*, 4(01).
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2015). Pengaruh Strategi Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik Di Surabaya. *BALANCE*, 12(02).
- Fransiska, E., & Liana, C. (2018). Perkembangan Industri Batik Sekar Jati Di Kabupaten Jombang Tahun 1993-2010. *Journal Pendidikan Sejarah*, 6(2), 185–192.
- Gratha, B. (2012). *Panduan Mudah Belajar Membatik* (1st ed.). Demedia Pustaka.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education International.
- Martono, M., & Iriani, S. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 2(2).
- Purnavita, S., Sriyana, H. Y., & Widiastuti, T. (2018). Kemasan Menarik dan Internet Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Emping Garut sebagai Produk Unggulan Kabupaten Sragen. *E-Dimas*, 9(1), 88. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v9i1.2260>
- Rachman, R., & Abadi, T. W. (2017). Komunikasi Word of Mouth dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 285–295.
- Rangkuti, F. (2010). *Spiritual Leadership In Business: Wake Up*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rini, A. S. (2018, August 15). Industri Batik Nasional Berpotensi Berkembang di Pasar Global. *Bisnis.Com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180815/12/828170/industri-batik-nasional-berpotensi-berkembang-di-pasar-global>
- Road Map Penguatan Sistem Inovasi Daerah (SIDa) Kabupaten Jombang, Pub. L. No. 18A (2016).
- Rusnani, R., & Andini, I. Y. (2014). Strategi pemasaran Batik Madura dalam Menghadapi Pemasaran Global. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 4(2).
- Suciptaningsih, O. A., Rahmawati, I., & Setianingsih, E. S. (2016). Ibm Batik Kendal Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Produk Batik Kendal. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 39–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.26877/e-dimas.v7i2.1132>
- Widiana, M. E., Supit, H., & Hartini, S. (2012). Penggunaan Teknologi Internet dalam Sistem Penjualan Online untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang Produk Batik pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 72–82. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.72-82>