

BATIK HANDAYANI NAIK KELAS

**Kristina Anindita Hayuningtias¹, Robertus Basiya², Bambang Sutedjo³,
Rachmawati Meita Oktaviani⁴**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank
Jalan Kendeng V Bendan Ngisor, Semarang, Indonesia

*¹kristinaanindita@edu.unisbank.ac.id, ²rbasiya@edu.unisbank.ac.id,

³bangjo@edu.unisbank.ac.id ⁴meitarachma@edu.unisbank.ac.id

Abstrak

Batik Handayani adalah salah satu usaha kerajinan Batik Semarang yang berada di kampung batik Rejomulyo. Usaha batik ini memproduksi berbagai macam batik, mulai dari batik tulis, batik cap, hingga batik printing. Lokasi outlet cukup strategis berada di kampung batik yang menjadi tujuan wisatawan yang berkunjung ke kota Semarang. Berdasarkan pra survei yang dilakukan oleh tim, ditemukan beberapa permasalahan yang penting untuk mendapat perhatian dan dicarikan alternatif penyelesaian masalah. Masalah pertama terkait dengan outlet batik yang tempatnya kurang memadai dan tidak tertata baik sehingga pengunjung kurang nyaman. Kedua, terkait kemasan berupa *paper bag* yang juga masih sederhana. Ketiga, terkait dengan pemasaran yang masih sederhana hanya melalui outlet dan instagram saja. Keempat, terkait dengan pengelolaan keuangan yang masih sederhana dan menyatu dengan keuangan pemilik. Adapun solusi yang ditawarkan adalah pertama dengan memperbaiki penataan di outlet batik "Handayani" sehingga menarik pengunjung dan nyaman dalam berbelanja. Kedua membuat pengemasan yang menarik dan bagus. Ketiga membuat rancangan pemasaran secara online secara terpadu. Keempat memberikan edukasi tentang pengelolaan keuangan agar lebih terstruktur.

Kata kunci: Batik, Outlet, Kemasan, Pemasaran Digital, Pengelolaan Keuangan

Abstract

Batik Handayani is one of the Semarang Batik handicraft businesses located in Rejomulyo batik village. This batik business produces various kinds of batik, ranging from written batik, stamped batik, to printing batik. The location of the outlet is strategically located in the batik village which is the destination of tourists visiting the city of Semarang. Based on the pre-survey conducted by the team, several important problems were found that needed attention and alternative solutions were found. The first problem is related to batik outlets where the place is inadequate and not well organized so that visitors are not comfortable. Second, related to packaging in the form of paper bags which are also still simple. Third, related to marketing, which is still simple, only through outlets and Instagram. Fourth, related to financial management which is still simple and integrated with the owner's finances. The solution offered is first by improving the arrangement at the "Handayani" batik outlet so that it attracts visitors and makes shopping comfortable. Both make for an attractive and nice packaging. Third, make an integrated online marketing plan. Fourth, provide education about financial management to make it more structured.

Keywords: *Batik, Outlet, Packaging, Digital Marketing, Financial Management*

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi kreatif yang berbasis industri dan teknologi sedan berkembang pesat saat ini. Salah satunya adalah industri kerajinan Batik. Di samping kegiatan ekonomi kreatif, Batik adalah salah satu khasanah kebudayaan Nasional Indonesia yang diakui secara internasional. UNESCO mengakui batik Indonesia sebagai Warisan Kebudayaan untuk Budaya Lisan dan nonbendawi (Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity) sejak 2 Oktober 2009 [1]. Batik yang juga merupakan salah satu warisan budaya bangsa telah melahirkan berbagai jenis

dan corak yang khas di setiap daerah di Indonesia [2]. Daerah Semarang contohnya, motif Batik Semarangan banyak didominasi oleh colonial, sehingga disebut Batik Kolonial. Sejak diperkenalkan oleh Ki Ageng Pandan Arang sebagai media penyebaran agama Islam, Batik Semarangan berkembang di beberapa kampung batik Semarang, dan semakin diminati masyarakat. Salah satunya adalah Batik Semarangan “Handayani”. Industri kerajinan Batik yang berdiri sejak tahun 2013 ini memproduksi batik yang berupa batik tulis, batik cap, dan batik printing. Usaha batik Handayani selain memproduksi batik sendiri dan menjualnya juga membeli batik dari para industri rumah tangga. Bahan baku dari batik ini adalah kain primissima yang diambil dari Kota Pekalongan. Untuk bahan pembantu yang lain juga diambil dari Kota Pekalongan. Proses pembuatan batik ini dilakukan oleh ibu Rini selaku pemilik dibantu pegawainya. Proses pembuatan batik tulis ini berlangsung selama 7 – 30 hari tergantung dari tingkat kesulitan dan pewarnaannya.

Outlet Batik Handayani terletak di kampung batik Rejomulyo Semarang., Jalan Batik Krajan No.699/611 Kel.Rejomulyo Semarang. Lokasi outlet cukup strategis berada di kampung batik yang menjadi tujuan wisatawan yang berkunjung ke kota Semarang. Namun tidak memungkiri bahwa lokasi strategis belum cukup menarik minat pengunjung untuk membeli produk batik Handayani. Keunggulan kompetitif baik dari segi produk, kemasan, maupun media pemasaran harus dimiliki Batik Handayani agar dapat mengembangkan pasar dan memenangkan persaingan. Pengembangan strategi pemasaran baru dapat dilakukan dengan menggunakan konsep strategi 7 bauran pemasaran [3] yang terdiri dari pengembangan produk, promosi produk, harga produk, tempat atau cara menjual produk, SDM, aktivitas produksi terstandarisasi, dan fasilitas fisik perusahaan.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan oleh tim, ditemukan beberapa masalah yang penting untuk mendapat perhatian dan dicarikan alternatif penyelesaian masalah. Masalah pertama terkait dengan outlet batik yang tempatnya kurang memadai dan tidak tertata baik sehingga pengunjung kurang nyaman. Kedua, terkait kemasan berupa paper bag yang juga masih sederhana. Ketiga, terkait dengan pemasaran yang masih sederhana hanya melalui outlet dan instagram saja. Keempat, terkait dengan pengelolaan keuangan yang masih sederhana dan menyatu dengan keuangan pemilik.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mengedukasi pemilik dan karyawan Batik Handayani dalam hal penataan layout, pengemasan, pemasaran digital dan pengelolaan keuangan agar pasar semakin luas dan omset perusahaan mengalami peningkatan . Pemasaran secara digital saat ini menjadi solusi untuk memasarkan produk agar mudah dikenal oleh masyarakat secara luas. Selain itu layout outlet dan produk yang tertata apik menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Kemasan yang elegan dan apik juga dapat menambah nilai produk Batik Semarangan Handayani. Pengelolaan keuangan yang terstruktur juga penting untuk kelancaran operasional perusahaan. Tim dari Unisbank Semarang akan berusaha untuk memecahkan permasalahan dan melaksanakan rekomendasi atas solusi terhadap masalah tersebut

Permasalahan dari Batik Handayani ini harus dipecahkan guna memulihkan kondisi usaha dan meningkatkan omset penjualan, yang akhirnya kesejahteraan pemilik dan karyawan pun meningkat. Adapun solusi yang ditawarkan adalah pertama dengan memperbaiki penataan di outlet batik “Handayani” sehingga menarik pengunjung dan nyaman dalam berbelanja. Dalam hal ini pengusul menawarkan bagaimana teknik layout display untuk menarik perhatian pengunjung dan membuat pengunjung nyaman dalam memilih batik Semarangan di Batik “Handayani”. Hal ini

diharapkan akan meningkatkan volume penjualan. Kedua membuat pengemasan yang menarik dan bagus. Adanya pengemasan yang bagus dan menarik ini diharapkan akan membuat batik menjadi lebih menarik serta pantas untuk hantaran ataupun oleh-oleh. Hal ini diharapkan juga akan meningkatkan volume penjualan. Ketiga membuat rancangan pemasaran secara online. Pengusul memberikan edukasi terkait pentingnya media digital sebagai saluran komunikasi pemasaran, sehingga produk Batik Handayani ini semakin dikenal konsumen. Harapannya adalah meningkatnya volume penjualan dengan semakin luasnya pemasaran batik Handayani. Keempat dengan memberikan edukasi tentang pengelolaan keuangan perusahaan Hasil yang diharapkan pengelolaan keuangan Batik Handayani lebih terstruktur dan rapi.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian di Batik Handayani menekankan pada pemberdayaan usaha dan peran aktif mitra. Tim berperan sebagai fasilitator yang mendampingi dan berbagi pengetahuan sesuai dengan bidang ilmu dan kompetensinya. Adapun tahapan pelaksanaan adalah sebagai berikut :

1. Tahap pertama, tim pengusul melakukan survei untuk melihat situasi mitra dan menganalisis apa yang menjadi permasalahan mitra. Tim mengamati layout outlet , display produk, kemasan produk dan pengelolaan keuangan yang selama ini diterapkan yang telah diterapkan dan mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi.
2. Tahap kedua adalah perencanaan solusi yang akan ditawarkan kepada mitra. Tim menawarkan beberapa alternatif solusi berdasarkan hasil identifikasi masalah, kemudian memutuskan program solusi yang akan dilaksanakan bersama dengan mitra
3. Tahap ketiga adalah penyusunan materi
4. Tahap ke empat adalah pelaksanaan kegiatan. kegiatan dimulai dari penyampaian materi mengenai pentingnya pentingnya packaging dan pemasaran digital sebagai strategi jitu memenangkan konsumen dan persaingan. Selain itu diberikan pemahaman terkait dengan bagaimana mengelola keuangan perusahaan. Kemudian dilanjutkan dengan diskusi mengenai materi dan kendala yang selama ini dihadapi oleh Batik Handayani.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dihadiri oleh pemilik dan karyawan Batik Handayani. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, diberikan edukasi tentang pentingnya desain layout outlet dan display produk dalam menarik perhatian dan minat konsumen. Setelah itu dilanjutkan dengan sosialisasi mengenai pentingnya desain kemasan untuk meningkatkan nilai jual produk. Lebih lanjut akan diajarkan mengenai cara pembukuan sederhana yang mudah diterapkan oleh peserta. Terakhir akan disampaikan juga mengenai pentingnya pemasaran digital dalam memperluas pasar.

Secara umum pelaksanaan kegiatan pengabdian ini berjalan dengan baik dan lancar. Para peserta sangat antusias mendengarkan dan berdiskusi terkait materi yang disampaikan oleh Tim pelaksana pengabdian. Peserta mampu memahami pentingnya penataan layout outlet dan display

produk dalam pemasaran Batik. Selain itu peserta juga menyadari bahwa kemasan yang menarik akan lebih meningkatkan nilai jual produk, sehingga peserta antusias untuk membuat kemasan lebih *up to date*. Edukasi mengenai pembukuan sederhana juga mampu diserap oleh peserta. Hanya untuk pemasaran digital, dalam prakteknya peserta yang sebagian besar ibu-ibu masih perlu dibantu oleh anak atau kerabat dekat untuk melakukan pemasaran digital. Dalam kegiatan tersebut, peserta juga menyampaikan kendala-kendala yang dihadapi selama mengembangkan usaha Batik Handayani.



Gambar 1. Outlet dan Display Batik Handayani



Gambar 2. Kegiatan Edukasi Batik Handayani



Gambar 3. Kemasan Batik Handayani

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, tim menyimpulkan beberapa hal ,sebagai berikut :

1. Batik Handayani memiliki potensi untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan nilai jual produknya dengan menata kembali outlet dan display produknya, mengembangkan desain kemasan menjadi lebih *up to date* dan menarik perhatian konsumen.
2. Batik Handayani berpotensi memperluas pangsa pasar dengan mulai memanfaatkan dengan optimal media digital sebagai media komunikasi pemasarannya.
3. Batik Handayani belum mengelola administrasi keuangan secara terstruktur. Setelah diadakan pengabdian, pengelola lebih memahami pentingnya pembukuan sehingga kedepan usahanya dapat lebih berkembang.

Saran

Dalam pelaksanaan kegiatan tentu saja ada beberapa hal yang masih dapat diperbaiki . Saran untuk kegiatan yang sama di periode selanjutnya, yaitu:

1. Kegiatan ini dapat ditindaklanjuti ke hal-hal sifatnya teknis, seperti pendampingan secara berkelanjutan, supaya sosialisasi yang telah dilakukan dapat termonitor dengan baik dan harapannya memperoleh hasil yang optimal untuk pengembangan Batik Handayani.
2. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berikutnya dapat dilakukan ke sektor UMKM lainnya (tidak hanya Batik) yang terdapat di Kota Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Sayogo dan Yuli. 2016. Strategi Pemasaran berbasis Media Sosial bagi Pengrajin Batik.Studi Kasus Inovasi Ekonomi.Vol 2 (1): 66-74
- Putri, Sevilia Sujarwo Indrias. 2018. Sosial Strategy pada Media Sosial untuk Promosi Batik Khas Kediri Kreativitas dan Budaya Siber. Prosiding Seminar Nasional Seni Rupa dan Desain “Konvergensi Keilmuan Seni dan Desain Era 4.0.1(1) : 307-312.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management, global edition* (pp. 194-209). Edinburgh Gate, England: Pearson Education Limited.