

Penguatan Kelompok Usaha Bersama Batik “Ammorista” Desa Gumelem Banjarnegara

Muhammad Lulu Latif Usman ¹⁾ Silvia Van Marsally ²⁾ Dedy Agung Prabowo ³⁾

^{1,3)} Teknik Informatika, Fakultas Informatika Universitas Telkom
Jl. DI Panjaitan No.128, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53147
Email: muhlulu@telkomuniversity.ac.id; dedyaprabowo@telkomuniversity.ac.id

²⁾ Bisnis Digital, Fakultas Rekayasa Industri Universitas Telkom
Jl. DI Panjaitan No.128, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53147
Email: silviam@telkomuniversity.ac.id

Abstract: *This Community Service Program (PKM) was carried out together with the Joint Business Group (KUB) Batik "Ammorista" in Gumelem Village, Banjarnegara, to improve the competitiveness, equipment, marketing, and knowledge of members. The program aims to preserve Batik Gumelem as a cultural heritage and improve economic welfare, especially for women members of KUB. Methods include the procurement of modern batik tools such as stoves and electric canting, training in their use, socialization of digital marketing, and assistance in creating e-commerce accounts on Shopee. The results showed an increase in production efficiency, batik quality, and members' skills in using modern tools. Socialization of digital marketing succeeded in increasing awareness of the importance of online marketing, and e-commerce assistance enabled KUB to reach a wider market. This program has made a positive contribution to empowering the economy of members, strengthening the role of women, and preserving Batik Gumelem.*

Keywords: *Gumelem Batik, digital marketing, e-commerce, economic empowerment*

Abstrak: Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan bersama Kelompok Usaha Bersama (KUB) Batik "Ammorista" di Desa Gumelem, Banjarnegara, untuk meningkatkan daya saing, peralatan, pemasaran, dan pengetahuan anggota. Program bertujuan melestarikan Batik Gumelem sebagai warisan budaya serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi, terutama bagi perempuan anggota KUB. Metode meliputi pengadaan alat-alat batik modern seperti kompor dan canting listrik, pelatihan penggunaannya, sosialisasi digital marketing, dan pendampingan pembuatan akun e-commerce di Shopee. Hasil menunjukkan peningkatan efisiensi produksi, kualitas batik, dan keterampilan anggota dalam menggunakan alat modern. Sosialisasi digital marketing berhasil meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemasaran online, dan pendampingan e-commerce memungkinkan KUB menjangkau pasar lebih luas. Program ini berkontribusi positif dalam memberdayakan ekonomi anggota, memperkuat peran perempuan, dan melestarikan Batik Gumelem.

Kata kunci: Batik Gumelem, digital marketing, e-commerce, pemberdayaan ekonomi

I. PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu warisan Budaya Indonesia yang di akui oleh United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Batik memiliki ragam corak dan ciri khas di berbagai wilayah salah satunya

Batik Gumelem. Batik Gumelem merupakan salah satu warisan budaya Batik yang ada di Kabupaten Banjarnegara yang merupakan Batik Khas Desa Gumelem (Friskadewi & others, 2020; Tarispranoto & Fadilla, 2019). Batik Gumelem yang membedakan dengan batik yang lain adalah ada pada pemilihan warna yang menggunakan warna hitam dan putih yang menggambarkan bahwasannya manusia memiliki dua sisi yaitu hitam yang bermakna sisi

negatif/buruk dan putih yang bermakna sisi positif/baik. Corak warna gelap pada Batik Gumelem dipengaruhi oleh sejarah Desa Gumelem yang dulu merupakan daerah Kademangan Gumelem yang merupakan salah satu bagian dari Kerajaan Mataram (Marwah & others, 2019; Priyadi, 2019). Sejarah ini yang kemudian mempengaruhi corak warna Batik Gumelem yang merupakan warisan budaya dari Kademangan Gumelem yang kemudian dapat dilihat pada Gambar 1 yang merupakan hasil Batik Gumelem mitra PKM.



Gambar 1 Hasil Batik Gumelem

Modernisasi Batik saat ini seperti menggunakan metode print merupakan salah satu cara memproduksi batik secara massal dan harga yang jauh lebih murah ketimbang batik tulis. Namun warisan budaya batik itu sendiri bukan hanya berasal dari hasil kain batik itu sendiri, namun juga meliputi cara pembuatannya yaitu dengan menggunakan canting. Kelompok Usaha Bersama (KUB) Batik “Ammorista” merupakan Kelompok Usaha Batik Tulis Gumelem dengan anggota berjumlah 11 Orang. KUB Batik “Ammorista” merupakan Kelompok Usaha yang memproduksi Batik Tulis dengan skala usaha mikro. Untuk dokumentasi proses pembuatan kemudian dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Proses Pembatik Gumelem

Beberapa permasalahan dalam Usaha Batik Tulis yang dialami KUB Batik Ammorista yang kemudian dirangkum sebagai permasalahan Daya Saing, Peralatan, Pemasaran, dan Pengetahuan dimana 4 permasalahan tersebut kemudian memiliki rincian sebagai berikut:

1. Daya Saing: Penjualan yang sering kali kalah dengan Batik Print yang relatif lebih murah

2. Peralatan: Alat masih tradisional yaitu menggunakan kompor tungku, saat ini sudah diganti menjadi kompor gas biasa namun dalam pelaksanaannya mitra kesulitan dalam menyesuaikan api dikarenakan api yang dihasilkan pada kompor gas biasa terlalu besar dalam memasak lilin (bahan batik)
3. Pemasaran: Keterbatasan dalam melakukan pemasaran, dimana pemasaran masih terbatas menggunakan Whatsapp berdasarkan kontak yang sudah disimpan
4. Pengetahuan: Belum tersentuh pelatihan terutama dalam hal pembukuan usaha

Berdasarkan masalah yang diraukan maka fokus kegiatan PKM yang diusulkan adalah untuk menangani 4 masalah yaitu Daya Saing, Peralatan, Pemasaran, dan Pengetahuan pada mitra yang kemudian dikemas dengan judul PKM “PKM Penguatan Usaha Kelompok Usaha Bersama Batik “Ammorista” Berbasis Digital dalam Upaya Pelestarian Warisan Budaya Batik Gumelem Banjarnegara”. Objek kegiatan ini berfokus pada KUB Batik “Ammorista” sebagai Kelompok Usaha dengan hasil produksi Batik Tulis. Tujuan kegiatan ini secara langsung adalah menasar pada peningkatan ekonomi anggota secara umum dan secara khusus adalah peningkatan peran perempuan dalam ekonomi keluarga dimana 10 dari 11 anggota KUB Batik “Ammorista” merupakan perempuan. Selain untuk peningkatan ekonomi kegiatan PKM ini secara tidak langsung mampu dalam penguatan Pariwisata terutama dalam pelestarian Warisan Budaya Batik Gumelem. Tujuan kegiatan secara terperinci untuk KUB Batik “Ammorista” dalam menjawab 4 permasalahan (Daya Saing, Peralatan, Pemasaran, dan Pengetahuan) adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Daya Saing Usaha dalam meningkatkan penjualan Produk
2. Peningkatan Peralatan untuk mendukung peningkatan produksi Batik Tulis Gumelem
3. Peningkatan Pasar penjualan dalam mendukung peningkatan penjualan Produk dan untuk menasar market yang lebih luas
4. Peningkatan Pengetahuan anggota untuk meningkatkan kualitas manajemen Mitra

II. METODE PELAKSANAAN

Metode yang diterapkan dalam program ini mencakup beberapa tahapan penting yang dirancang untuk Peningkatan Daya Saing Usaha dalam meningkatkan penjualan Produk, Peningkatan Peralatan untuk mendukung peningkatan produksi Batik Tulis Gumelem, Peningkatan Pasar penjualan dalam mendukung peningkatan penjualan Produk dan untuk menyasar market yang lebih luas, Peningkatan Pengetahuan anggota untuk meningkatkan kualitas manajemen Mitra. Adapun tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

A. Tahap 1

Tahap pertama adalah pengadaan alat batik yang relevan dengan kebutuhan modern, termasuk kompor listrik, canting listrik, kelengkapan kompor gas portable, serta berbagai perlengkapan alat batik lainnya. Pengadaan alat ini bertujuan untuk memperbarui dan meningkatkan efisiensi proses produksi batik. Kompor listrik dipilih sebagai alternatif yang lebih ramah lingkungan dibandingkan kompor tradisional berbahan bakar minyak tanah atau gas. Selain itu, kompor listrik juga lebih mudah diatur suhunya sehingga dapat menjaga kualitas malam (lilin batik) dalam kondisi yang optimal. Canting listrik merupakan inovasi yang mempermudah proses membatik dengan menjaga malam tetap cair dan hangat secara konstan, sehingga pengrajin tidak perlu sering memanaskan ulang canting secara manual. Kelengkapan kompor gas portable juga disediakan sebagai cadangan dan alternatif untuk kebutuhan yang lebih fleksibel di lapangan. Dengan penyediaan alat-alat ini, diharapkan para pengrajin batik dapat bekerja dengan lebih cepat, efisien, dan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.

B. Tahap 2

Tahap kedua dalam metode ini adalah pelatihan penggunaan alat-alat batik yang telah disediakan. Pelatihan ini sangat penting untuk memastikan bahwa para pengrajin memahami cara menggunakan alat-alat baru tersebut dengan efektif. Dalam pelatihan ini, pengrajin batik akan diajarkan bagaimana mengoperasikan kompor listrik, menggunakan canting listrik dengan benar, serta memanfaatkan kompor gas portable ketika dibutuhkan. Pelatihan ini juga akan mencakup materi tentang perawatan dan

pemeliharaan alat-alat tersebut, sehingga alat yang telah disediakan dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama dan tetap dalam kondisi yang baik. Tujuan dari pelatihan ini bukan hanya sekadar memperkenalkan alat baru, tetapi juga untuk meningkatkan produktivitas para pengrajin dengan memberikan mereka pengetahuan yang mendalam tentang bagaimana alat-alat tersebut dapat digunakan secara optimal.

C. Tahap 3

Setelah para pengrajin familiar dengan penggunaan alat-alat baru, program dilanjutkan dengan tahap ketiga, yaitu sosialisasi tentang pentingnya digital marketing. Tahap ini penting untuk memberikan wawasan kepada pengrajin mengenai cara memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas. Dalam era digital seperti sekarang, pemasaran secara online menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan penjualan, karena dapat menjangkau lebih banyak konsumen baik di tingkat nasional maupun internasional. Sosialisasi ini akan mencakup berbagai materi mengenai strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, pembuatan konten visual yang menarik, serta bagaimana memanfaatkan platform online seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk promosi produk. Selain itu, pengrajin juga akan diajarkan mengenai pentingnya menjaga citra merek (branding) dan interaksi dengan pelanggan secara online untuk membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Dengan adanya sosialisasi ini, para pengrajin diharapkan dapat lebih sadar akan potensi besar yang ditawarkan oleh pemasaran digital dan termotivasi untuk mengintegrasikan teknologi ini ke dalam kegiatan bisnis mereka.

D. Tahap 4

Tahap keempat dan terakhir adalah pendampingan dalam pembuatan akun e-commerce bagi para pengrajin batik, khususnya melalui platform Shopee. Pendampingan ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu para pengrajin memulai langkah awal dalam berjualan secara online melalui salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia. Shopee dipilih karena popularitas dan kemudahannya dalam digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk UMKM. Dalam tahap ini, para pengrajin akan dibimbing

secara langsung dalam proses pembuatan akun di Shopee, mulai dari registrasi hingga pengisian profil toko. Selain itu, pendampingan juga mencakup penjelasan mengenai cara mengelola toko online di Shopee, mulai dari proses pengunggahan foto produk yang menarik, penulisan deskripsi yang informatif, penetapan harga yang kompetitif, hingga cara berinteraksi dengan calon pembeli melalui fitur chat yang disediakan oleh Shopee. Pendampingan ini bertujuan agar para pengrajin tidak hanya memiliki akun di platform Shopee, tetapi juga mampu mengelola toko online mereka dengan baik dan profesional. Dengan adanya pendampingan ini, para pengrajin batik diharapkan dapat lebih percaya diri dalam memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan pelanggan melalui Shopee.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengadaan Alat Batik

Pengadaan alat-alat modern seperti kompor listrik, canting listrik, dan kelengkapan kompor gas portable menghasilkan peningkatan efisiensi dalam proses produksi. Penggunaan alat-alat ini memungkinkan pengrajin untuk bekerja lebih cepat dengan hasil yang lebih konsisten. Selain itu, kualitas produk batik yang dihasilkan juga meningkat karena kontrol yang lebih baik terhadap suhu dan kelancaran proses membatik. Para pengrajin merasa lebih terbantu dengan kehadiran alat-alat baru ini, yang memungkinkan mereka untuk tetap mempertahankan aspek tradisional sekaligus mengadopsi teknologi modern. Dokumentasi penyerahan alat kemudian dapat dilihat pada gambar 3,4,5, dan penyerahan alat dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 3 Canting (Sample Alat)



Gambar 4 Canting Listrik (Sample Alat)



Gambar 5 Kompor Listrik (Sample Alat)



Gambar 6 Simbolis Penyerahan Alat

B. Pelatihan Penggunaan Alat Batik

Pelatihan yang diberikan menghasilkan peningkatan keterampilan para pengrajin dalam mengoperasikan alat-alat modern tersebut. Mereka kini mampu mengoptimalkan penggunaan kompor listrik dan canting listrik dengan lebih efektif. Selain itu, para pengrajin juga lebih memahami teknik perawatan dan pemeliharaan alat agar dapat digunakan dalam jangka panjang. Dengan peningkatan ini, kelompok usaha batik dapat berproduksi dengan lebih efisien dan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi secara konsisten. Dokumentasi pelatihan penggunaan alat kemudian dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7 Pelatihan Penggunaan Alat Batik

C. Sosialisasi Digital Marketing

Sosialisasi mengenai digital marketing berhasil memberikan pemahaman baru kepada para pengrajin tentang pentingnya memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar. Mereka menjadi lebih aktif dalam menggunakan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan produk mereka. Walaupun tingkat adopsi teknologi pemasaran digital oleh individu pengrajin masih beragam, sosialisasi ini berhasil menumbuhkan kesadaran akan potensi besar yang ditawarkan oleh strategi pemasaran digital, seperti jangkauan pasar yang lebih luas dan interaksi yang lebih mudah dengan pelanggan. Dokumentasi Sosialisasi Digital Marketing kemudian dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8 Sosialisasi Digital Marketing

D. Pendampingan Pembuatan Akun E-Commerce

Pendampingan dalam pembuatan akun e-commerce menghasilkan satu akun untuk kelompok usaha bersama, bukan individu, yang menjadi pusat bagi penjualan produk-produk batik dari seluruh anggota kelompok. Dengan adanya akun ini, kelompok usaha dapat memasarkan produk secara online melalui Shopee, meskipun pengelolaan akun dilakukan secara kolektif. Hal ini memungkinkan kelompok usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih luas di seluruh Indonesia, meningkatkan penjualan produk, dan memberikan stabilitas pendapatan bagi seluruh anggota kelompok. Keberhasilan ini menjadi langkah awal yang signifikan dalam memperkenalkan produk batik kelompok usaha ke pasar digital. Dokumentasi Pendampingan Pembuatan Akun E-Commerce kemudian dapat dilihat pada gambar 9.



Gambar 9 Pendampingan Pembuatan Akun E-Commerce

E. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan menggunakan kuisisioner dengan butir pertanyaan sebagai berikut:

1. Saya merasa puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan
2. Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan sesuai harapan saya
3. Personil anggota yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat pelayanan sesuai dengan kebutuhan saya
4. Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang saya ajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh narasumber/anggota yang terlibat
5. Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat

Kuisisioner menggunakan skala linkert dengan 4 indikator yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Berdasarkan kuisisioner yang disebarakan kepada 14 orang peserta kemudian didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Kepuasan Kegiatan

Butir Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1	0%	0%	36%	64%
2	0%	0%	57%	43%
3	0%	0%	50%	50%
4	0%	0%	64%	36%
5	0%	0%	21%	79%
Rata-Rata	0%	0%	46%	54%

Hasil pada tabel diatas menunjukkan bahwa tingkat kepuasan peserta kepada kegiatan yang dilaksanakan mencapai 100% dengan tingkat ‘Setuju’ adalah sebesar 46% dan ‘Sangat Setuju’ adalah sebesar 54%. Evaluasi tersebut menunjukkan bahwa kegiatan memiliki dampak positif terutama dari sisi kepuasan peserta.

IV. SIMPULAN

Program PKM yang dilaksanakan bersama KUB Batik "Ammorista" telah berhasil memberikan dampak positif dalam beberapa aspek utama, yaitu peningkatan daya saing, peralatan, pemasaran, dan pengetahuan anggota. Pengadaan alat modern seperti kompor listrik dan canting listrik telah meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas batik yang dihasilkan, sementara pelatihan terkait penggunaan alat-alat

tersebut memperkuat keterampilan pengrajin dalam memanfaatkan teknologi baru.

Sosialisasi digital marketing berhasil menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pemasaran online, yang meskipun adopsinya masih beragam, memberikan wawasan baru bagi para pengrajin dalam memperluas pasar. Selain itu, pendampingan dalam pembuatan akun e-commerce melalui platform Shopee telah membuka akses bagi kelompok usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, meskipun pengelolaan akun dilakukan secara kolektif.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya berhasil memperkuat usaha KUB Batik "Ammorista" dalam menjaga kelestarian Batik Gumelem sebagai warisan budaya, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan ekonomi anggota, terutama dalam memperkuat peran perempuan dalam ekonomi keluarga. Berdasarkan hasil evaluasi juga didapatkan tingkat kepuasan kegiatan mencapai 100%. Dengan demikian, program ini dapat disimpulkan berjalan dengan lancar.

V. DAFTAR RUJUKAN

- Friskadewi, N., & others. (2020). The Challenges of Batik Workers: A Case Studies at Gumelem Banjarnegara. *International Joint Conference on Arts and Humanities (IJCAH 2020)*, 1296–1302.
- Marwah, S., & others. (2019). D Dinamika Kekuasaan, Islam Dan Warisan Budaya di Banjarnegara. *IBDA: Jurnal Kajian Islam Dan Budaya*, 17(1), 153–172.
- Priyadi, S. (2019). Local Islamic Religious Leaders in Islamization in Banyumas. *Paramita: Historical Studies Journal*, 29(1), 77–91.
- Tarispranoto, G., & Fadilla, A. (2019). Visual Identity Design of Gumelem Tourism Village. *5th Bandung Creative Movement International Conference on Creative Industries 2018 (5th BCM 2018)*, 239–244.