

OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KELOMPOK PENGRAJIN BATIK DI DESA PERKEBUNAN TANJUNG KASAU KABUPATEN BATU BARA

Rani Puspita Sari¹, Richad Gultom², Nabilla Natasha³, Khofifah⁴, Septian Arisandi⁵, Hidayat⁶,
Mangasi Sinurat⁷, Cia Cai Cen⁸, Eka Mayastika Sinaga⁹, Nursaimatussadiya¹⁰,
Bobby Hartanto¹¹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12)} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya
e-mail: mayastikasinaga@gmail.com

Abstrak

Kerajinan batik merupakan aset budaya dan aset pariwisata yang dapat dikembangkan di Desa Perkebunan Tanjung Kasau Kabupaten Batu Bara yang cukup edukatif dan aplikatif yang ditunjukkan dengan seni batik yang dapat membantu kunjungan pariwisata. Peluang Usaha UMKM Batik di Desa Perkebunan Tanjung Kasau memiliki banyak potensi untuk memperoleh tingkat keuntungan yang cukup tinggi. Namun, disayangkan potensi yang ada belum dapat maksimal dilakukan, hal itu disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang menjadi regenerasi sebagai pengrajin batik dan juga kurangnya minat masyarakat sekitar untuk memakai produk batik tulis dan cap yang memiliki karya seni tinggi, masyarakat lebih memilih memakai batik yang dijual lebih murah dan sudah siap pakai. Kelompok UMKM batik ini memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media untuk berpromosi. Permasalahan dari pembatik pada kelompok UMKM ini belum mengoptimalkan pemanfaatan media sosial Instagram sehingga engagement rate yang didapatkan masih terbilang rendah. Oleh karena itu pelaksanaan pengabdian ini bertujuan untuk dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial khususnya Instagram agar mampu meningkatkan upaya promosi sehingga berdampak pada peningkatan penjualan batik.

Kata kunci: Batik, Promosi, Media Sosial

Abstract

Batik craft is a cultural asset and tourism asset that can be developed in the Tanjung Kasau Plantation Village, Batu Bara Regency, which is quite educative and applicable, as shown by batik art which can help tourism visits. Batik MSME Business Opportunities in Tanjung Kasau Plantation Village have a lot of potential to obtain a fairly high level of profit. However, it is a shame that the existing potential cannot be maximized, this is due to the lack of human resources to regenerate as batik craftsmen and also the lack of interest in the local community to use written and stamped batik products that have high artistic works, people prefer to use batik that is sold cheaper and ready to use. This batik MSME group uses social media Instagram as a medium for promotion. The problem is that batik makers in the MSME group have not yet optimized the use of Instagram social media so that the engagement rate obtained is still relatively low. Therefore, the implementation of this service aims to optimize the use of social media, especially Instagram, in order to increase promotional efforts so that it has an impact on increasing batik sales.

Keywords: Batik, Promotion. Social Media.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi memungkinkan setiap orang untuk berkomunikasi tanpa batas melalui media sosial Instagram. Instagram telah menjadi platform yang sangat digemari, terutama oleh kalangan mahasiswa, karena memungkinkan penggunanya untuk membagikan kehidupan pribadi mereka dalam bentuk visual. Instagram juga menjadi tempat bagi pengguna untuk mengunggah foto apapun sesuai keinginan mereka, tanpa terikat waktu, tempat, atau lokasi. Media sosial ini sering digunakan untuk merepresentasikan diri melalui foto yang diunggah oleh penggunanya (Situmorang & Hayati, 2023). Dengan adanya media social seperti Insagram, kita dapat mengoptimalkan UMKM yang ada di negeri kita. Salah satunya adalah Produksi Batik. Batik adalah warisan budaya yang kaya dari Indonesia, yang telah mengangkat nama bangsa di dunia internasional. Sebagai identitas budaya, batik mencerminkan kebanggaan terhadap warisan bangsa Indonesia. Batik memiliki nilai seni dan estetika yang tercermin dalam berbagai corak dan warna, di mana setiap motif memiliki makna dan sejarah

yang mendalam. Corak dan motif batik mencerminkan unsur-unsur khas yang ada di setiap daerah (Nisa, 2024).

Desa Perk. Tanjung Kasau adalah salah satu dari 10 Desa yang terletak pada Kecamatan Laut Tador Kabupaten Batu Bara yang dipimpin oleh Kepala Desa yaitu Bapak Suheri. Desa Perk. Tanjung Kasau merupakan wilayah Perkebunan yang dipimpin oleh PT. Perkebunan Sumatera Utara (PSU). Perekonomian di desa ini tergolong dalam perekonomian menengah. Masyarakat di sini memiliki profesi yang beragam, seperti karyawan, Petani, PNS, dan BUMD (Badan Usaha Milik Desa). Ada beberapa UMKM yang terbentuk di desa ini, salah satu UMKM yang menjadi fokus kami ini adalah program binaan pengembangan UMKM Desa Perk. Tanjung Kasau yang bernama Rumah Batik Prima Jaya (Praja). Sebagai desa yang memiliki usaha UMKM Batik, sebenarnya besar peluang desa untuk menjadi pusat batik di Kabupaten Batu Bara. Kerajinan batik merupakan aset budaya dan aset pariwisata yang dapat dikembangkan di Desa Perkebunan Tanjung Kasau Kabupaten Batu Bara yang cukup edukatif dan aplikatif yang ditunjukkan dengan seni batik yang dapat membantu kunjungan pariwisata. Peluang Usaha UMKM Batik di Desa Perkebunan Tanjung Kasau memiliki banyak potensi untuk memperoleh tingkat keuntungan yang cukup tinggi. Namun, disayangkan potensi yang ada belum dapat maksimal dilakukan, hal itu disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang menjadi regenerasi sebagai pengrajin batik dan juga kurangnya minat masyarakat sekitar untuk memakai produk batik tulis dan cap yang memiliki karya seni tinggi, masyarakat lebih memilih memakai batik yang dijual lebih murah dan sudah siap pakai.

Apabila masyarakat khususnya ibu-ibu rumah tangga di Desa Perkebunan Tanjung Kasau diberi pelatihan membatik dan mengolah kain batik menjadi bahan siap pakai akan memberi peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan yang lebih besar. Karena perilaku masyarakat saat ini yang menginginkan segala hal terutama pakaian yang siap untuk di pakai dari pada harus membawa kain ke tukang jahit dan memakan waktu yang lama untuk dipakai dan juga membutuhkan biaya yang jauh lebih mahal dari pada membeli batik yang sudah jadi.

Selain itu potensi yang menjadi peluang yang memberikan keuntungan besar bagi desa adalah menjadikan desa sebagai desa edukasi yang membuka peluang bagi masyarakat yang ingin belajar proses membatik dengan membuka paket belajar membatik kepada masyarakat yang pastinya akan memberikan penambahan untuk desa.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan cara memberikan pelatihan, yakni kegiatan yang dirancang sebagai pendidikan nonformal yang bertujuan meningkatkan kinerja seseorang dalam bidang pekerjaan melalui pengembangan pengetahuan, keterampilan, dan sikap (Davis & Adelaide 1998). Pengembangan tersebut dapat terkait kebutuhan dunia kerja maupun dalam lingkungan masyarakat yang lebih luas (Kamil, 2007). Adapun kinerja yang ditingkatkan adalah pengetahuan dan keterampilan untuk memasarkan produk batik tulis Prima Jaya melalui media sosial khususnya Instagram. Hasil yang diharapkan dari PKM ini adalah adanya peningkatan pengetahuan serta keterampilan peserta pelatihan dalam memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran batik tulis di Rumah Batik Prima Jaya Desa Perkebunan Tanjung Kasau Kabupaten Batu Bara.

Adapun yang menjadi mentor dalam kegiatan optimalisasi ini adalah beberapa mahasiswa/i peserta PKM. Mereka bertugas memberikan pelatihan dan pendampingan serta membuat video promosi yang nantinya akan diupload pada media sosial Instagram Batik Prima Jaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yakni tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan seluruh peserta kegiatan pengabdian melakukan kunjungan ke UMKM Pusaka Krisang, Silaturahmi dengan Kepala Dusun V dan VI. Kunjungan ini dilakukan dalam rangka silaturahmi dengan Ibu-ibu rumah batik dan Bapak Babinsa Desa Perkebunan Tanjung Kasau.



Gambar 1. Kunjungan dan Perkenalan dengan Para Pengrajin Batik

Rumah Batik Prima Jaya merupakan salah satu program binaan pengembangan UMKM yang dibuat oleh Pemerintah Desa Perk. Tanjung Kasau Bersama Kecamatan Laut Tador Kabupaten Batu Bara. Program ini telah diterapkan sejak tahun 2022. Bertujuan meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat, dan mengembangkan hasil produk UMKM Desa Perk. Tanjung Kasau.

Rumah UMKM ini bergerak dalam pembuatan batik tulis, batik cap dan ecoprint. Batik Prima Jaya ini terletak di Dusun V Jambu Desa Perk. Tanjung Kasau. Batik Prima Jaya merupakan salah satu produk unggulan di Desa Perk. Tanjung Kasau, dengan memberdayakan Ibu-Ibu di Desa Perk. Tanjung Kasau, sehingga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat di Desa Perk. Tanjung Kasau. UMKM ini sudah memiliki izin dari pemerintahan setempat dan sudah mempunyai logo usaha. Jam operasional Rumah Batik adalah dari pukul 10:00 - 16:00 WIB. Untuk batik tulis dijual dengan harga Rp.350.000 - Rp.450.000 sesuai dengan kerumitan motif pembuatannya, untuk batik cap dijual dengan harga Rp.180.000 – Rp.250.000 sedangkan untuk ecoprint dijual dengan harga Rp.250.000. Batik yang dijual berukuran panjang 2 meter dan lebar 1,5 meter. Rumah Batik Prima Jaya ini juga memberikan peluang kepada masyarakat yang ingin belajar proses pembuatan batik.

Produk UMKM ini di pajang di galeri Rumah UMKM Desa Perk. Tanjung Kasau dan juga memiliki akses ke media sosial yaitu Instagram @batik.primajaya. Produk yang dipajang berupa Kain Batik Cap, Kain Batik Tulis, Ecoprint, Handycraft Tas dan Handycraft Keranjang.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, para peserta PKM melakukan beberapa kegiatan yakni kegiatan belajar membatik yang dilakukan oleh para pengrajin batik kepada peserta PKM dan sebaliknya peserta PKM membantu para pengrajin untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial yakni Instagram agar tampilannya lebih menarik sehingga dapat memaksimalkan upaya promosi kain batik.

Belajar Membatik bersama ibu-ibu “Rumah Batik”

Pada pertemuan ini, mahasiswa/i STIE Bina Karya diajarkan mengenai proses membatik. Proses membatik ini terdiri dari beberapa tahapan. Sebagai contoh, pada batik tulis, tahapan dimulai dengan menggambar pola batik pada kain. Tahapan berikutnya adalah mencanting, yaitu mengisi pola dengan lilin menggunakan alat canting, diikuti dengan pewarnaan kain. Setelah itu, kain direbus untuk menghilangkan lilin, dan akhirnya dikeringkan untuk menyempurnakan hasil batik.

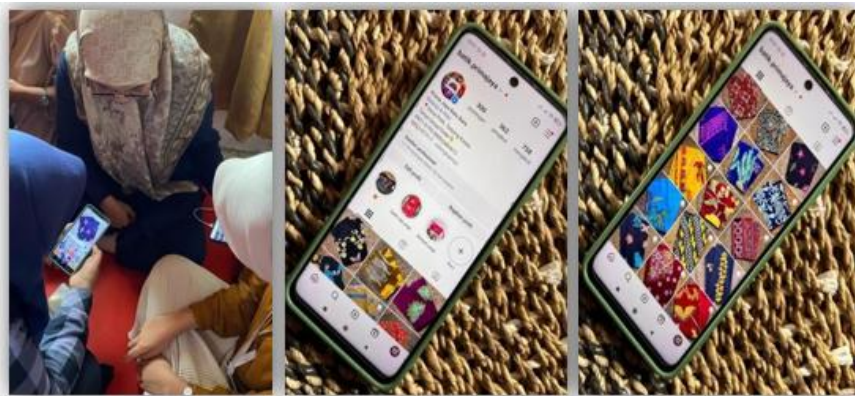


Gambar 2. Mahasiswa/i belajar membatik

Memperbaiki Feed Instagram Batik Prima Jaya

Mahasiswa/i STIE Bina Karya melakukan program kerja PKM untuk memperbaiki sistem pemasaran online Rumah Batik dengan cara memperbaiki tampilan halaman Instagram agar lebih menarik. Selain itu Mahasiswa/i STIE Bina Karya juga membuat iklan untuk mempromosikan Rumah Batik agar lebih dikenal masyarakat di luar daerah Kabupaten Batu Bara. Yang mana selama ini Konsumen Rumah batik adalah Pegawai Negeri sipil dan ibu-ibu PKK Kabupaten Batu Bara. Dengan pembuatan iklan diharapkan masyarakat di luar Kabupaten Batu Bara mengetahui keberadaan Rumah Batik yang ada di Desa Perk. Tanjung Kasau. Dengan demikian memberikan peluang yang lebih besar agar Rumah Batik lebih di kenal masyarakat luas yang nantinya akan meningkatkan penjualan kain batik, sehingga diharapkan dengan peningkatan penjualan tersebut akan meningkatkan pendapatan.

Peserta PKM memberikan wawasan ke para pelaku UMKM mengenai cara pemasaran produk berbasis digital. Jenis kegiatan yang di fokuskan merupakan memperbaiki sistem pemasaran online Rumah Batik dengan cara memperbaiki tampilan halaman Instagram agar lebih menarik dan pengiklanan produk UMKM batik, melakukan kegiatan kerja bakti dan penghijauan di Desa Perk. Tanjung Kasau.



Gambar 3. Mahasiswa/i memperbaiki tampilan instagram Rumah Batik

Evaluasi Kegiatan

Pembuatan produk batik cukup rumit karena memerlukan ketelitian dan pemahaman yang mendalam terhadap konsepnya, dimana dalam proses ini dibutuhkan kemahiran dalam menggambar motif batik yang diinginkan, sedangkan untuk persiapan kegiatan yang lain berjalan dengan baik tanpa ada hambatan. Untuk mengatasi masalah tersebut langkah yang dilakukan adalah yang pertama, peserta PKM yakni mahasiswa/i STIE Bina Karya mengamati teknik pembuatannya dengan seksama untuk memahami setiap langkah yang dilakukan. Setelah itu, para peserta PKM mulai melakukannya dengan hati-hati, memastikan setiap detail diperhatikan dengan baik. Selama proses ini, para peserta PKM didampingi oleh para pengrajin batik dari Prima Jaya, sehingga apa yang dikerjakan dapat sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan.

Untuk kegiatan Optimalisasi penggunaan media Instagram hambatan yang dihadapi yaitu admin pengelola batik prima jaya lupa password sosial media atas nama akun @batik.primajaya yang akan di gunakan untuk memperbaharui halaman dan memasukan video iklan, sehingga para peserta PKM mengalami sedikit kesulitan untuk memperbaharui halaman istagram batik prima jaya. Untuk mengatasi hambatan yang dihadapi, mahasiswa/i meminta izin kepada salah satu ibu pembuat batik, yang juga merupakan admin pemegang akun instagram @batik.primajaya untuk menggunakan ponselnya. Setelah mendapatkan izin, kami segera melakukan pembaruan tampilan di akun instagram tersebut agar lebih menarik.

SIMPULAN

Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk merupakan peluang yang sangat layak dimanfaatkan, karena penggunaan internet dan media sosial terus meningkat setiap tahunnya. Kebutuhan manusia pun semakin beragam, dan cara manusia untuk memperoleh barang pun semakin ingin dipermudah. Kegiatan PKM ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan tambahan mengenai pemanfaatan media sosial khususnya Instagram dalam pemasaran produk batik Prima Jaya di Desa Perkebunan Tanjung Kasau Kabupaten Batu Bara pelaksanaan kegiatan ini diharapkan agar dapat

memperluas jangkauan pangsa pasar sehingga hasil produksi dari Rumah Batik Prima Jaya dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Komponen kognisi paling banyak diserap oleh para peserta. Setelah pelatihan membuat batik, para peserta mengakui adanya pengetahuan tambahan yang diperoleh mengenai batik primajaya yang merupakan UMKM unggulan kabupaten Batu bara karena memiliki corak khas yang berbeda dengan motif batik lainnya.

Partisipasi aktif dari pihak perangkat desa, babinsa serta para pengrajin batik sangat membantu dalam mencapai keberhasilan program ini. Keberlanjutan dari program yang telah dilaksanakan yakni optimasi penggunaan sosial media Instagram diharapkan dapat terus diterapkan dan dikembangkan khususnya oleh para pengrajin batik masyarakat di Desa Perkebunan Tanjung Kasau sehingga produk-produk batik yang dihasilkan oleh Batik Prima Jaya dapat dikenal lebih luas dan dinikmati oleh banyak orang diberbagai daerah lainnya.

SARAN

Disarankan untuk memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana pemasaran produk, mengingat semakin meningkatnya penggunaan internet dan media sosial setiap tahunnya. Untuk itu, kegiatan PKM yang bertujuan memberikan pengetahuan tentang pemasaran produk batik melalui media sosial di Desa Perkebunan Tanjung Kasau diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan popularitas Rumah Batik Prima Jaya. Selain itu, penting untuk terus melibatkan perangkat desa, babinsa, dan para pengrajin batik dalam program ini guna memastikan keberhasilan dan keberlanjutan optimasi media sosial dalam pemasaran. Pengrajin batik di desa tersebut juga disarankan untuk terus mengembangkan pemanfaatan Instagram, sehingga produk batik Prima Jaya dapat dikenal lebih luas dan dinikmati oleh masyarakat di berbagai daerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini. Terima kasih kepada perangkat desa, babinsa, serta para pengrajin batik yang telah memberikan partisipasi aktif, sehingga program ini dapat berjalan dengan sukses. Kami juga mengapresiasi upaya bersama dalam memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, untuk pemasaran produk batik Prima Jaya. Harapan kami, dengan keberlanjutan program ini, produk batik Prima Jaya dapat lebih dikenal luas dan dinikmati oleh masyarakat di berbagai daerah. Terima kasih atas dukungan dan kerjasamanya dalam mewujudkan keberhasilan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Devy, HA & Soemanto, RB. 2017. Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam sebagai Azis, Yusuf Abdhul. 2022. Store Cv. Budi Utama: Pengertian KKN (Kuliah Kerja Nyata). D.I Yogyakarta.
- Kamil, M. (2007). Model Pendidikan dan Pelatihan (Konsep Dan Aplikasi). Bandung: Alfabeta.
- Ramdhani, E. (2022). Wawancara 30 Januari.
- Untari, Dewi, & Fajariana, D.E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen 2
- Santi Susanti, Wahyu & Iwan. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Mengembangkan Pemasaran Batik Sukapura. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Vol. 8, No. 1, 2023; pp. 95-104.
- Qoute Nuraini Cahyaningrum, Imani Satriani & Sari Rejeki. (2023). Optimalisasi Media Sosial Instagram Kelompok Umkm Batik Di Kampung Batik Cibuluh Bogor. Jurnal Penelitian Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana Volume 29, Nomor 2 Tahun 2023.
- Nisa, V. R. (2024). Peran Kelompok Pengrajin Batik New Colet Bagi Pemberdayaan Masyarakat Desa Jatipelem Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. I-Win-Library, 1–10.
- Situmorang, W. R., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. Jurnal Sosiologi Nusantara, 9(1), 111–118. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>