

OPTIMALISASI POTENSI BUDAYA LOKAL DALAM KEGIATAN MEMBATIK MELALUI SOCIAL MEDIA BRANDING

Alifia Zuhriatul Alifa, Alya Anggraeni Purboretno, Wahdah Nur Faizah, Moh. Daib Abha, Lakszuardi Amartya Rahardian, M. Shidqi Alimul Hikam, Masyhuri*

Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

*Koresponden penulis: masyhuri.machfudz@unisma.ac.id

Abstrak

Social media branding merupakan suatu usaha yang dilakukan para wirausahawan dengan memberikan identitas yang berbeda melalui dunia digital. Ketatnya persaingan antar wirausahawan ini memicu adanya strategi pemasaran produk agar lebih dikenal oleh konsumen. Penggunaan media social sebagai salah satu sarana pemasaran dan komunikasi untuk dapat menciptakan pencapaian engagement dan brand awareness. Hal ini dapat meningkatkan kualitas branding, jika ada feedback positif dari konsumen tidak hanya akan meningkatkan brand awareness, tetapi juga meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, pengabdian ini dilakukan untuk mengoptimalkan potensi budaya lokal dalam kegiatan membatik yang dilakukan oleh perkumpulan Ibu-ibu UMKM yang ada di Desa Ngenep, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang. Hasil dari pelaksanaan program pengabdian yang dicapai adalah menarik konsumen dengan peningkatan dalam membuat konten seperti poster atau flyer yang diunggah melalui Instagram, serta memperbarui packaging produk.

Kata Kunci:

budaya lokal; kegiatan membatik; social media branding; umkm

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan internet melahirkan media sosial yang saat ini, hampir semua orang menggunakannya sebagai media dalam berkomunikasi, memperoleh informasi, bersosialisasi dan berbisnis. Media sosial menciptakan perubahan pada dunia pemasaran khususnya promosi dan periklanan yang mengakibatkan terciptanya tren bisnis *online*. Media sosial menjadi semakin berkembang, karena media sosial dapat digunakan tanpa hambatan waktu, batas geografis, faktor sosial-kultural dan psikografis lain. Salah satunya yaitu pemasaran UMKM ditengah-tengah masyarakat yang sedang berkembang saat ini.

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan sebuah usaha yang dijalankan individu, rumah tangga atau badan usaha dengan ukuran kecil yang dapat mendukung pergerakan pembangunan serta perekonomian Indonesia. UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Usaha mikro adalah usaha produktif milik perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana di atur dalam Undang-undang tersebut (UU No. 20 Th 2008). Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau

bukan cabang perusahaan yang dimiliki dan dikuasai, menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana tercantum dalam Undang-undang tersebut. Usaha kecil dan menengah meliputi semua pedagang kecil dan menengah, penyedia jasa kecil, dan menengah, petani, dan peternak kecil dan menengah, toko kelontong, koperasi serba usaha, koperasi unit desa, dan sejenisnya (Febra:2004).

Selain itu dalam memasarkan UMKM juga diperlukan adanya usaha *branding* melalui sosial media. Istilah branding telah ada sejak berabad-abad lalu dimana branding digunakan sebagai sarana untuk membedakan suatu bentuk produksi dari satu produsen ke produsen lain. Menurut Asosiasi Marketing Amerika, brand dimaknai dengan nama, istilah, tanda simbol, desain, atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari satu penjual atau kelompok penjual untuk membedakan mereka dengan pesaing yang lain.

Termasuk juga salah satu UMKM Galeri Batik Eunoia yang dijadikan sebagai tujuan pengabdian saat ini. Galeri Batik Eunoia merupakan salah satu UMKM yang di bentuk oleh perkumpulan Ibu-Ibu desa Ngenep dalam mendukung program pemerintah yaitu kampung KB sejak tahun 2017. Dan mulai aktif pada 2018 dimana pada masing-masing dusun juga dibentuk anak cabang yang beranggotakan Ibu-Ibu UMKM yang bernama Galeri Batik Eunoia. Pelaksanaannya pun telah disesuaikan dengan kesibukan kegiatan Ibu-Ibu tersebut yakni dilakukan setiap hari sabtu dan minggu. Selain itu, untuk membedakan batik Eunoia ini dengan batik yang lain diberikan pembeda sebagai identitas. Termasuk di desa Ngenep ini terdapat ciri khas yaitu motif *godong kates*, yang berasal dari Bahasa Jawa yang berarti daun pepaya. Pemilihan motif batik yang berciri khas daun *kates* ini dipilih langsung oleh Bapak Kepala Desa. Sehingga dalam melakukan proses membatik selalu diberikan motif daun *kates* sebagai ciri khas dari batik desa Ngenep.

Salah satu upaya peningkatan UMKM berbasis teknologi tersebut adalah dengan membangun *social media branding* sekaligus melakukan pendampingan dalam rangka mendukung pelaku UMKM dalam memahami secara terampil dan mengetahui secara mendalam mengenai teknik, pengetahuan dan proses menuju go digital dan global melalui pendampingan peningkatan kompetensi Sumber Daya Manusia. Adanya pendampingan ini, diharapkan dapat dijadikan sebagai peluang bagi pelaku UMKM untuk dapat memasarkan produknya secara *online* tidak hanya terjangkau pada suatu daerah saja tetapi juga dapat menjangkau nasional maupun internasional.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam hal ini adalah perkumpulan ibu-ibu UMKM di Desa Ngenep, Kec Karangploso, Kab Malang. Kegiatan pengabdian ini dilakukan secara bertahap, yaitu:

1. Tahap Persiapan

Merupakan tahap awal sebelum melaksanakan kegiatan pendampingan dan pelatihan. Dalam hal ini ada beberapa hal yang harus dilakukan, yaitu:

- a. Pra survei yaitu mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra.
- b. Membuat schedule pelaksanaan pelatihan membuat dengan ibu-ibu UMKM.
- c. Mempersiapkan bahan dan alat yang akan digunakan dalam pelatihan membuat.

2. Tahap Pelaksanaan

a. Tempat Pelaksanaan

Pelatihan dan pendampingan UMKM ini dilaksanakan selama dua pertemuan, yaitu pada tanggal 19 & 20 Februari 2022. Bertempat di Galeri Batik Eunoia Jl. Keramat RT/RW:03/01, Ds. Ngenep, Kec. Karangploso, Kab. Malang.

b. Proses Pelatihan Membuat

Adapun alat dan bahan yang dibutuhkan, antara lain:

1) Kain dengan serat alami seperti katun, sutera, atau kanvas, 2) Daun-daunan/ bunga, 3) Air cuka, 4) Palu 5) Campuran air tawas, 6) Pipa paralon, 7) Tali, 8) Panci untuk mengukus. Sedangkan langkah-langkah dalam pelaksanaannya, antara lain:

- 1) Rendam kain dengan air tawas kurang lebih selama 10 menit, agar pewarna nantinya lebih awet.
- 2) Rendam daun di dalam larutan cuka agar tanin atau zat warna daun keluar dengan maksimal.
- 3) Bentangkan kain yang sudah direndam diatas meja dan tempelkan daun-daunan sesuai dengan selera (posisi tulang daun ada dibawah).
- 4) Gulung dengan pipa paralon lalu ikat dengan tali.
- 5) Kukus selama 2 jam.
- 6) Angkat dan bentangkan dilantai lalu ambil daun secara perlahan.
- 7) Angin-anginkan kain ecoprint dan jangan letakkan dibawah sinar matahari secara langsung.

c. Pendampingan dalam Pemanfaatan Media Sosial

Pendampingan dalam pemanfaatan media sosial dilakukan oleh mahasiswa kepada Ibu-Ibu UMKM sebagai wujud pemberdayaan melalui motivasi atau dorongan dengan melakukan upaya pendampingan melalui pemanfaat media sosial sebagai media pemasaran, teknik mengatur tata letak atau feeds instagram serta pembuatan *packaging* yang lebih menarik dan modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Optimalisasi Potensi Budaya Lokal dalam Kegiatan Membuat melalui Social Media Branding” dilaksanakan pada hari 19&20 Februari 2022 di Galeri Batik Eunoia yang beralamat di Jl. Keramat RT 03/RW 01, Ds Ngenep, Kec Karangploso, Kab Malang

sebanyak 13 mahasiswa dan dibantu oleh 5 orang ibu-ibu UMKM dimulai pada pukul 07.30-13.00 WIB.

Pada hari pertama dilaksanakannya pelatihan membatik, diawali dengan sambutan yang disampaikan oleh Ibu Yuni selaku ketua UMKM. Kemudian dilanjutkan dengan persiapan alat dan bahan yang akan digunakan dalam proses membatik. Setelah alat dan bahan sudah siap hal yang kita lakukan pertama adalah membuat batik ecoprint. Batik Ecoprint merupakan sebuah kreasi batik yang berupa jenis dedaunan seperti; daun kayu jaran, daun lanang, daun camalina, daun eucalyptus, daun jati, daun suren, daun pepaya, daun jambu biji, daun afrika, dan daun singkong. Teknik membatik ecoprint ini dilakukan dengan cara menjiplak dan merebus, kain yang digunakan dalam proses membatik ecoprint adalah jenis kain dengan serat alami seperti katun, sutera, atau kanvas. Kemudian yang kedua adalah batik ciprat, batik ciprat merupakan sebuah penemuan baru dengan teknik menyipratkan malam diatas kain yang memiliki motif abstrak dan berbeda pada setiap kainnya. Alat yang digunakan antara lain canting, sapu lidi, kuas, dan lain-lain.



Gambar 1. Proses membatik dengan teknik ecoprint



Gambar 2. Proses membatik dengan teknik ciprat

Pada hari kedua, dilaksanakan pameran dan pemotretan batik yang akan dijadikan icon dalam pemasaran di media sosial. Dimulai pada pukul 13.00-15.00 WIB dihadiri oleh sebagian warga masyarakat Desa Ngenep. Dalam kegiatan

pameran dan pemotretan ini selain dilakukan untuk branding di media sosial juga dilakukan sebagai pengenalan kembali kepada masyarakat di Desa Ngenep bahwasanya UMKM “Batik Eunoia” di Desa Ngenep perlu adanya perhatian lebih demi tercapainya tujuan melestarikan budaya lokal ke dunia internasional. Selain itu juga, melakukan upaya pendampingan melalui pemanfaat media sosial sebagai media pemasaran, teknik mengatur tata letak atau feeds instagram serta pembuatan *packaging* yang lebih menarik dan modern.



Gambar 3. Proses pemotretan Batik Eunoia



Gambar 4. Desain logo sebagai upaya branding Batik Eunoia



Gambar 5. Desain packaging Batik Eunoia terbaru dengan paper bag

Pelaksanaan pendampingan pengabdian kepada masyarakat seperti ini masih ada beberapa hal yang harus dipelajari dan dipahami diantaranya penggunaan media sosial instagram bisnis, pengaturan tata letak atau feeds yang termasuk konten inti dalam melakukan pemasaran dan *branding* melalui pembuatan logo serta packaging yang lebih menarik.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan pemanfaatan media sosial terkait optimalisasi budaya lokal melalui kegiatan membuat bersama ibu-ibu UMKM berjalan dengan baik dan lancar. Hal tersebut dilakukan melalui upaya melestarikan sekaligus mempromosikan UMKM Galeri Batik Eunoia agar lebih dijangkau oleh masyarakat, dengan cara melakukan pemasaran di dunia digital melalui instagram atau media sosial lainnya. Tujuannya untuk meningkatkan pemasaran produk berupa batik yang mengangkat ciri khas daerah setempat yaitu berupa "*godong kates*" atau dalam bahasa indonesia biasa dinamakan daun pepaya. Mengingat masih banyak pelaku UMKM yang belum dapat memasarkan produk, apalagi dalam konteks ini UMKM yang di *branding* merupakan UMKM yang berada di desa yang mayoritas masyarakatnya masih gap teknologi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Malang yang telah memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat ini. Selanjutnya kepada Pemerintah Desa Ngenep, yang telah membantu selama kegiatan tersebut dan tak lupa kepada Ibu-ibu UMKM Batik Eunoia di Desa Ngenep, Kec Karangploso, Kab Malang yang terbuka menerima kami untuk melaksanakan program ini.

DAFTAR RUJUKAN

- American Marketing Association. 2021. *Branding*. Diakses melalui <https://www.ama.org/topics/branding/>
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Menengah.
- Robiyanto, Febra. (2004). *Akuntansi Praktis untuk Usaha Kecil dan Menengah*. Studi Nusa: Semarang.