

**Optimalisasi UMKM “Batik Karang Wungu” di Desa Cileng, Poncol, Magetan Melalui Digital Marketing dan Legalitas Batik Masa Pandemi Covid-19**

**Elda Rostama Dwi Nugroho<sup>1</sup>, Marfianita Ayu Nur Azizah<sup>2</sup>, Mutiara Ciptaningsih<sup>3</sup>, Heidy Paramitha Devi<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Madiun

<sup>4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

Email: [heidy@unipma.ac.id](mailto:heidy@unipma.ac.id)

**Abstrak**

Kondisi pandemi menjadikan banyak aktivitas dan pekerjaan masyarakat menjadi terbatas, terlebih bagi para pengusaha dibidang produksi di pedesaan. Pada kondisi ini, bidang UMKM desa menjadi program kerja unggulan KKNT UNIPMA di Desa Cileng, Poncol, Magetan, yaitu dengan bekerjasama dalam mempromosikan Batik Karang Wungu. Masalah yang kami ditemukan pada kelompok batik ini adalah mengenai pemasaran dan legalitas batik, yang sampai sekarang masih terus diupayakan agar batik bisa terus eksis di masa yang akan datang. Dengan ketertarikan terhadap pelestarian batik tradisional, mahasiswa KKN berupaya untuk membantu pemasaran Batik Karang Wungu dengan metode Digital Marketing yang kini terus berkembang. Platform yang digunakan untuk mempromosikan batik yaitu dengan menggunakan Instagram bisnis, didalamnya mampu menjadi tempat jual beli online sekaligus membagikan proses pembuatan batik. Hal ini dengan maksud agar produk Batik Karang Wungu mampu dikenal oleh masyarakat luas dimasa pandemi. Sehingga, legalitas batik yang menjadi tujuan penting mampu terwujudkan bagi kelompok Batik Karang Wungu dan akan terus dikenal dan eksis berproduksi disetiap masa.

**Kata Kunci:** digital marketing, batik, legalitas usaha

**Abstract**

*The pandemic conditions have limited many activities and people's work, especially for entrepreneurs in the field of production in rural areas. In this condition, the village MSME sector has become the flagship work program of KKNT UNIPMA in Cileng Village, Poncol, Magetan, namely by collaborating in promoting Karang Wungu Batik. The problem that we found in this batik group is regarding the marketing and legality of batik, which is still being pursued so that batik can continue to exist in the future. With an interest in the preservation of traditional batik, KKN students try to help the marketing of Batik Karang Wungu with the Digital Marketing method which is now growing. The platform used to promote batik is by using business Instagram, which can be a place for buying and selling online as well as sharing the process of making batik. This is with the intention that Karang Wungu Batik products can be known by the wider community during the pandemic. Thus, the legality of batik which is an important goal can be realized for the Karang Wungu Batik group and will continue to be known and exist in production at all times.*

**Keywords:** digital marketing, batik, business legality

**PENDAHULUAN**

Perguruan Tinggi merupakan wadah dari agen perubahan dan *problem solver*. Langkah konkrit yang ditempuh yaitu dengan diselenggarakannya kegiatan akademik yang disebut dengan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) secara periodik menerjunkan mahasiswa di tengah masyarakat untuk menerapkan keilmuan yang dimiliki oleh mahasiswa sebagai sarana solusi atas permasalahan yang ada. Desa Cileng terletak di bagian timur Kelurahan Alas Tuwo Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan. Salah satu potensi yang dimiliki yaitu adanya pengrajin batik yang diberi nama “Kelompok Batik Karang Wungu”. Batik Karang Wungu merupakan batik tradisional yang masih menggunakan teknik canting, dilain sisi cara menggambar pola dan mewarnai pun masih dikerjakan secara manual. Tentu batik ini mempunyai nilai estetik yang tinggi karena dengan pengerjaan yang tidak mudah dari batik jenis lainnya. Dalam pembuatannya sendiri para pembatik mempunyai macam-macam pola khas Desa Cileng, diantaranya; pola Godong Telo (Daun Ketela Rambat), pola Godong Suroh (Daun Sirih), pola Ciprat Godong Kates (Daun Pepaya) dan lain sebagainya. Sehingga dengan banyaknya pola, para pembeli akan banyak mempunyai pilihan pada jenis batik yang disukai. Batik ini juga telah mendapat apresiasi dari beberapa instansi dengan memesan batik dalam partai besar, umumnya digunakan untuk seragam dalam perayaan hari nasional atau sebagai identitas perusahaan.

Harga jual untuk setiap 1 paket kain selebar 1,5meter yaitu Rp.165.000, harga sewaktu-waktu dapat berubah tergantung dari pesanan yang diinginkan oleh pembeli baik itu dari segi lebar kain maupun tingkat kerumitan motif batik. Permasalahan yang kemudian muncul adalah dengan adanya pembatasan aktivitas masyarakat akibat covid-19, mengakibatkan beberapa pekerjaan masyarakat pedesaan maupun perkotaan menjadi terbatas dan penghasilan mereka pun menjadi menurun, tak terkecuali dengan kelompok pengrajin batik karang wungu. Barang yang telah jadi mengalami penumpukan stock sehingga menghambat pemasukkan dan pengembalian modal produksi. Melalui program KKN-T Universitas PGRI Madiun menawarkan solusi atas permasalahan tersebut berupa optimalisasi Digital Marketing yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan Legalitas usaha untuk memperluas jangkauan permodalan bagi pelaku usaha. Berikut ini adalah contoh hasil produk kelompok pengrajin batik karang wungu.



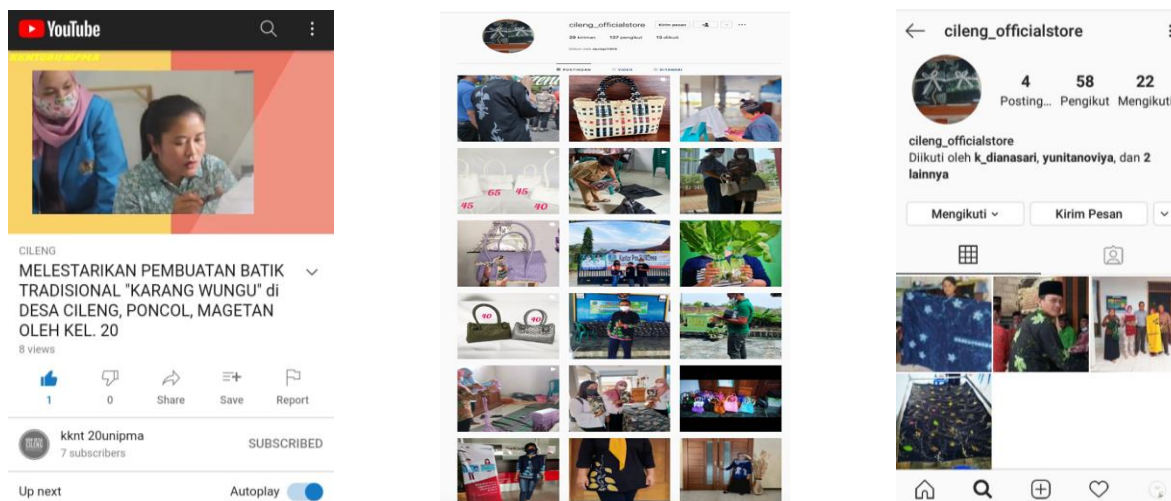
**Gambar 1. Kegiatan membatik di kelompok pengrajin**

## **METODE**

Adapun metode yang digunakan pada program kerja ini yaitu: 1) wawancara dengan kelompok batik terkait permasalahan dan potensi yang dimiliki oleh kelompok, 2) perumusan program kerja, 3) sosialisasi program, 4) pendampingan dan evaluasi. Kemudian langkah konkrit yang dilakukan oleh tim KKN-T yaitu membagi anggota kelompok dalam sebuah tim kecil. *Pertama*, tim A bertugas untuk memfasilitasi kelompok pengrajin di bidang optimalisasi digital marketing. *Kedua*, tim B memfasilitasi kelompok pengrajin di bidang legalitas usaha. Kegiatan ini dilaksanakan selama 1,5 bulan dengan target luaran yaitu: adanya media pemasaran online dan pengajuan nomor ijin berusaha bagi kelompok pengrajin.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Selama masa program kerja, tim KKN-T telah berhasil membuatkan media promosi melalui platform Instagram Bisnis [cileng\\_officialstore](#) sebagai sarana penjualan produk batik secara online sekaligus mengajarkan pengoperasian platform kepada kelompok pengrajin. Disisi lain tim KKN-T juga membuatkan akun youtube ([kkn desa cileng poncol](#)) sebagai media edukasi.



**Gambar 2. (kanal youtube, instagram bisnis setelah program, instagram bisnis sebelum program)**

Pada gambar diatas dapat disimpulkan jumlah pengunjung atau follower pada instagram bisnis sebelum dan sesudah program mengalami peningkatan walaupun belum memiliki dampak pada jumlah penjualan, akan tetapi setidaknya melalui media promosi ini dapat mengedukasi masyarakat akan keberadaan kelompok pengrajin batik karangwungu di desa cileng kabupaten Magetan.. Disisi lain proses legalitas usaha pada kegiatan ini masih sampai dengan tahap pengajuan, dengan adanya legalitas usaha diharapkan mampu memberikan dampak dari segi permodalan kelompok pengrajin. Kendala yang dihadapi oleh tim kknt selama program kerja diantaranya adalah: 1) pembatasan kegiatan masyarakat dikarenakan covid-19 mengakibatkan beberapa anggota kelompok pengrajin mengalami sakit dan tidak maksimal mengikuti coaching program kerja tim kkn-t, 2) pada saat pengajuan legalitas pada dinas , tim kkn mengalami kendala di birokrasi, 3) keterbatasan waktu program tim kknt sehingga pengukuran dampak penjualan sebelum dan setelah adanya platform online tidak dapat digeneralisasi, akan tetapi tim kknt masih memberikan keluasaan waktu pada kelompok pengrajin diluar jam program terkait operasional platform media social.

**SIMPULAN**

Program kerja tim kknt Universitas PGRI Madiun selama 1,5 bulan masa kerja telah mampu mendukung kelompok batik Karangwungu dalam mengoperasionalkan platform pemasaran digital melalui Instagram bisnis dan youtube. Kesuksesan program nampak pada bertambahnya jumlah follower dan pengunjung pada platform tersebut, yang artinya bahwa proses edukasi akan keberadaan kelompok pengrajin batik karangwungu ini telah diapresiasi oleh masyarakat pengguna media sosial. Sedangkan terkait pengajuan nomor ijin berusaha, sampai dengan program kerja ini selesai masih terkendala pada struktur organisasi pada kelompok pengrajin dan kendala birokrasi pada dinas terkait dikarenakan identitas diri masing-masing personil pada kelompok belum dilakukan penyesuaian.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 147-157.
- Wahyudi, L. H. (2016). Pengembangan Motif Batik Magetan Di Kelompok Pengrajin Batik Kube Mukti Rahayu Kabupaten Magetan. . *Jurnal Pendidikan Seni Rupa* 4(2), 201–204.