

PERBERDAYAAN USAHA BATIK MELALUI OPTIMALISASI PEMASARAN DIGITAL DAN PENGELOLAAN PROSES PRODUKSI YANG EFISIENSI PADA PERUSAHAAN SARI AMERTA BATIK COLLECTION

Ni Luh Gede Putu Purnawati^{1,*}, Dinda Ayu Suastini²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: purnawati1104@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Sari Amerta Batik Collection, sebuah perusahaan batik yang berlokasi di kawasan pariwisata Bali. Tujuan utama dari program ini adalah meningkatkan efektivitas pemasaran digital, efisiensi administrasi, dan kualitas proses produksi perusahaan. Permasalahan yang diidentifikasi antara lain belum optimalnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, belum adanya identitas visual perusahaan yang kuat, serta pencatatan penjualan yang masih dilakukan secara manual, serta tidak adanya celemek kerja untuk pengrajin batik. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi pelatihan, pendampingan, dan penyuluhan secara langsung kepada staf perusahaan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman staf terhadap pentingnya branding, penggunaan sistem pencatatan berbasis komputer, serta keterampilan dalam mengelola konten digital melalui media sosial. Selain itu, desain logo baru dan penyediaan celemek kerja fungsional turut meningkatkan profesionalitas dan produktivitas kerja. Diharapkan, melalui kegiatan ini, perusahaan mampu menghadapi tantangan pasar dengan strategi yang lebih modern, efisien, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Branding, Administrasi, Batik

ANALISIS SITUASI

Keberadaan hasanah batik nusantara sebagai fakta historis, mampu membuktikan eksistensi sekaligus sebagai representatif batik yang ada di Indonesia saat ini. Tanggal 2 oktober dinyatakan sebagai hari batik nasional. Terbukti United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) pada tahun 2009, mengakui batik sebagai warisan budaya bangsa Indonesia. Menurut Suranto (2021), Sejak bergulirnya regulasi pemerintah tersebut, perkembangan usaha dan industri batik, baik UKM dan pengguna mengalami kemajuan dimana pasar industri kreatif dibidang batik juga mengalami peningkatan persaingan yang signifikan, tidak hanya antar industri-industri lokal dan nasional, melainkan industri multinasional. Pada era globalisasi, batik sudah dapat kita dijumpai di mana-mana dengan motif yang beragam. Batik tidak hanya digemari oleh masyarakat Indonesia, tetapi juga Masyarakat luar negeri yang berkunjung ke Indonesia (Primastiwi *et al.*, 2021)

Sari Amerta Batik Collection Bali adalah perusahaan yang bergerak di industri tekstil dan fashion, dengan fokus utama pada produksi dan penjualan batik yang beralamat di JL. Raya Batubulan, 88-X, Sukawati, Batubulan, Kec. Sukawati,

Kabupaten Gianyar, Bali. Sari Amerta Batik Collection merupakan salah satu perusahaan batik ternama yang berada di kawasan strategis pariwisata Pulau Bali, dan menjadi destinasi belanja batik yang banyak dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, di tengah arus digitalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, perusahaan ini masih menghadapi sejumlah tantangan dalam pengelolaan pemasaran, manajemen internal, serta pengembangan identitas mereka.

Masalah utama yang dihadapi antara lain belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran yang strategis, pemasaran digital sangat penting untuk menunjang kelangsungan usaha guna memperluas pemasaran dan memudahkan pengusaha dalam mengelola usahanya (Amaliyah *et al.*, 2024). Oleh karena itu, pemasaran media sosial merupakan faktor penting untuk mengadopsi pemasaran digital (Deb, S.K., Nafi, S.M. dan Valeri, 2024). Selain itu pencatatan transaksi yang masih dilakukan secara manual, serta belum adanya logo perusahaan yang mencerminkan identitas dan profesionalisme bisnis secara menyeluruh. Identitas produk merupakan sesuatu bagian (*element*) penting dalam menjamin fungsi pemasaran (*marketing*) dan penjualan (*sell*) berjalan dengan baik. Tingkat urgenitas kedua fungsi ini merupakan bentuk *supporting* terhadap terlaksananya promosi produk dengan baik kepada masyarakat (Kusumawati, *et al.*, 2024) . Situasi ini menjadi perhatian penting, mengingat persaingan industri batik yang semakin ketat, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga nasional dan internasional.

Dari segi sumber daya manusia, staf yang bekerja umumnya masih terbatas dalam pemahaman terhadap strategi pemasaran modern, khususnya penggunaan media sosial seperti Instagram untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas dan spesifik. Selain itu, sistem pencatatan penjualan dan pengelolaan stok barang masih dilakukan secara manual, yang berpotensi menimbulkan kesalahan pencatatan, memperlambat analisis keuangan, dan menyulitkan dalam pelaporan administrasi. Perusahaan juga belum memiliki identitas visual berupa logo atau branding yang konsisten dan representatif, padahal hal ini penting untuk membentuk kesan profesional di mata konsumen.

Kondisi ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan untuk penguatan kapasitas dari sisi manajemen usaha dan teknologi. Potensi sumber daya manusia dan budaya lokal yang kuat di perusahaan ini perlu dioptimalkan dengan dukungan pengetahuan digital, administrasi modern, dan pemahaman branding agar perusahaan dapat terus tumbuh secara berkelanjutan. Kegiatan pengabdian masyarakat hadir sebagai jembatan antara pengetahuan akademik dan kebutuhan praktis di lapangan untuk menciptakan perubahan positif dan terukur bagi perkembangan usaha batik ini.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi secara langsung dengan Sari Amerta Batik Collection didapatkan permasalahan yang sedang dihadapi oleh Perusahaan Sari Amerta Batik Collection, sebagai berikut:

1. Sari Amerta Batik belum mengetahui cara mengoptimalkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan jangkauan pasar Sari Amerta Batik Collection
2. Kurangnya mengetahui pentingnya bagi Sari Amerta Batik Collection untuk memiliki identitas visual seperti logo perusahaan, dan bagaimana cara merancang logo yang mencerminkan karakter usaha
3. Tidak adanya solusi yang tepat untuk menggantikan sistem pencatatan transaksi manual agar proses administrasi dan pengelolaan keuangan lebih efisien dan akurat
4. Belum mengetahui cara meningkatkan keterampilan staf dalam menggunakan teknologi digital, khususnya dalam pemasaran dan pengelolaan sosial media
5. Langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan dan produktivitas kerja pengrajin batik melalui penyediaan perlengkapan kerja yang sesuai

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada Sari Amerta Batik Collection, maka solusi yang dapat kami berikan terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Sari Amerta Batik Collection, sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam pembuatan dan pengelolaan akun instagram
2. Memberikan pelatihan dan pendampingan dalam menggunakan sistem komputerisasi terhadap laporan penjualan agar efisien
3. Memberikan pendampingan terhadap penggunaan atribut celemek kerja pada pengrajin batik
4. Memberikan pelatihan mengenai pentingnya branding sebuah perusahaan

METODE PELAKSANAAN

Untuk menuntaskan berbagai kendala yang dihadapi oleh Sari Amerta Batik Collection, digunakan beberapa pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan di lapangan. Adapun teknik utama yang digunakan adalah melalui metode pelatihan dan pendampingan.

1. Pelatihan digunakan sebagai pendekatan utama untuk meningkatkan keterampilan staf dan pemilik usaha dalam hal pemasaran digital dan penggunaan teknologi. Melalui pelatihan langsung, peserta diberikan materi dan praktik terkait penggunaan media sosial (khususnya Instagram), serta sistem pencatatan penjualan berbasis komputer. Teknik ini dipilih agar peserta dapat memahami konsep sekaligus menerapkannya secara langsung dalam kegiatan usaha sehari-hari.
2. Pendampingan dilakukan setelah pelatihan untuk memastikan penerapan berjalan dengan baik. Tim pengabdian terlibat dalam mendampingi pembuatan akun media sosial, perancangan konten, hingga implementasi sistem nota

digital. Pendekatan ini bersifat adaptif dan berlangsung secara bertahap agar sesuai dengan kecepatan belajar peserta, sekaligus menjadi media konsultasi saat muncul kendala teknis.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema Pemberdayaan Usaha Batik Melalui Optimalisasi Pemasaran Digital Dan Pengelolaan Proses Produksi Yang Efisien Pada Perusahaan Sari Amerta Batik Collection, dimana Perusahaan ini beralamat di JL. Raya Batubulan, 88-X, Sukawati, Batubulan yang berjarak kurang lebih 5,9 km dari institusi pengusul (Universitas Mahasaraswati). Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di Sari Amerta Batik Collection pada tanggal 20 Februari hingga tanggal 7 April 2025. Kegiatan pengabdian masyarakat Pemberdayaan Usaha Batik Melalui Optimalisasi Pemasaran Digital Dan Pengelolaan Proses Produksi Yang Efisien Pada Perusahaan Sari Amerta Batik Collection merupakan kegiatan tim. Adapun tim yang terlibat di dalamnya berjumlah dua orang.

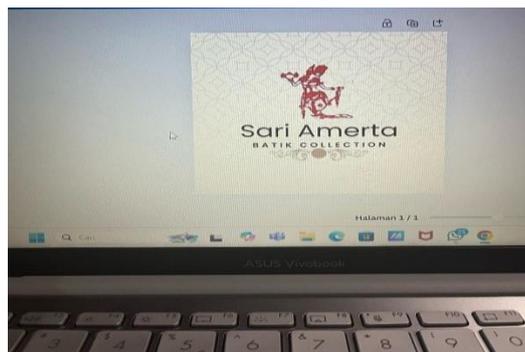
Hasil yang dicapai dalam penelitian ini adalah pelaksanaan kegiatan ini telah terealisasi sepenuhnya. Topik kegiatan ini adalah Pemberdayaan Usaha Batik Melalui Optimalisasi Pemasaran Digital Dan Pengelolaan Proses Produksi Yang Efisien Pada Perusahaan Sari Amerta Batik Collection. Setelah dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan beberapa program kerja yang dilakukan mengenai pembuatan dan mengelola akun Instagram resmi untuk Sari Amerta Batik Collection, Merancang dan membuat logo perusahaan yang mencerminkan karakter dan keunikan Sari Amerta Batik Collection, Mengembangkan sistem nota dan pencatatan penjualan berbasis komputer Mengadakan penyuluhan dan pelatihan kepada staf tentang strategi pemasaran digital, Menyediakan celemek kerja fungsional bagi para pengrajin batik maka dapat dilihat dari peningkatan atau perubahan lebih baik yang dialami mitra. Adapun peningkatan yang dimaksud sebagai berikut

Program kerja pertama dalam kegiatan ini adalah Pembuatan dan pengelolaan akun Instagram untuk pemasaran yang lebih menyeluruh. Hasil utama adalah terciptanya akun Instagram bisnis resmi untuk Sari Amerta Batik Collection. Akun ini dirancang dengan tampilan profesional, dilengkapi dengan bio yang informatif, serta mulai diisi dengan konten promosi berupa foto produk batik dan aktivitas usaha. Pembahasan dari hasil ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi kanal yang potensial untuk memperluas jangkauan pemasaran, terutama di kalangan wisatawan domestik dan mancanegara yang aktif secara digital. Berikut disajikan dokumentasi pembuatan akun instagram untuk Sari Amerta Batik Collection pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Pembuatan Akun Instagram

Program kerja kedua dalam kegiatan ini adalah membantu mitra dalam merancang identitas visual yang lebih profesional, seperti pembuatan logo digital yang dapat digunakan dalam berbagai media pemasaran. Logo baru berhasil dirancang dan digunakan sebagai identitas visual usaha. Berikut disajikan dokumentasi logo Sari Amerta Batik Collection pada Gambar 2 berikut:



Gambar 2. Pembuatan Logo Perusahaan

Program kerja ketiga dalam kegiatan ini adalah mengimplementasikan sistem pencatatan penjualan berbasis komputer untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan transaksi. Berikut disajikan dokumentasi proses komputerisasi pencatatan penjualan pada Sari Amerta Batik Collection pada Gambar 3 berikut:



Gambar 3. Proses Komputerisasi Pencatatan Penjualan

Program kerja keempat dalam kegiatan ini adalah memberikan pelatihan dasar mengenai pemasaran digital kepada karyawan. Berikut disajikan dokumentasi pelatihan dasar pemasaran digital pada karyawan Sari Amerta pada Gambar 4 berikut:



Gambar 4. Pelatihan Dasar Pemasaran Digital

Program kerja kelima dalam kegiatan ini adalah Menyediakan perlengkapan kerja tambahan, seperti celemek untuk pengrajin, guna meningkatkan kenyamanan dan keamanan dalam bekerja. Berikut disajikan dokumentasi penggunaan celemek kerja pada pengrajin batik di Gambar 5 berikut:



Gambar 5. Penyediaan Celemek Kerja Fungsional kepada Pengrajin Batik

Secara keseluruhan, meskipun terdapat tantangan dalam pelaksanaan program, solusi yang diterapkan terbukti efektif dalam mengatasi kendala tersebut. Dengan adanya hasil yang positif, diharapkan Sari Amerta Batik Collection dapat terus berkembang dan meningkatkan daya saingnya di industri batik. Keberlanjutan program ini juga bergantung pada komitmen pemilik usaha dan staf dalam menerapkan strategi yang telah dipelajari serta melakukan inovasi untuk menjaga relevansi bisnis di era digital. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan mampu memberikan dampak yang positif terkait dengan permasalahan yang ada pada Sari Amerta Batik Collection.

SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Sari Amerta Batik Collection berhasil memberikan dampak positif yang signifikan terhadap

perkembangan usaha tersebut. Melalui penerapan lima program utama yang mencakup pemasaran digital, desain identitas perusahaan, peningkatan efisiensi administrasi, pelatihan pemasaran digital, dan optimasi proses produksi, serta program tambahan berupa sosialisasi tentang pentingnya branding, banyak aspek usaha yang telah diperbaiki. Salah satu hasil paling mencolok adalah peningkatan jangkauan pasar melalui pemasaran digital yang lebih efektif, yang membuat produk batik lebih dikenal oleh audiens yang lebih luas. Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini telah memberikan manfaat yang sangat besar bagi Sari Amerta Batik Collection, baik dalam hal pemasaran, efisiensi operasional, dan kualitas produk. Usaha ini kini memiliki landasan yang lebih kuat untuk berkembang dan bersaing di pasar, dengan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya inovasi dan perbaikan berkelanjutan.

Untuk memaksimalkan hasil dari program yang telah dilaksanakan, disarankan agar pihak Sari Amerta Batik Collection terus melanjutkan pengelolaan akun Instagram secara konsisten, baik dalam hal pembuatan konten, promosi, maupun interaksi dengan pelanggan. Selain itu, penting bagi mitra untuk secara rutin melakukan evaluasi terhadap sistem administrasi penjualan yang telah diterapkan guna memastikan akurasi dan efisiensi operasional. Pelatihan digital marketing lanjutan juga perlu diberikan kepada staf agar mereka semakin terampil dan mandiri dalam menjalankan strategi pemasaran modern. Terakhir, kolaborasi berkelanjutan dengan pihak akademisi atau lembaga pendamping usaha akan sangat bermanfaat untuk menjamin kesinambungan dampak dari program pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, E. D. E., Rohmawati, L., Prabasari, B., & Niati, A. (2024). Edukasi Kemandirian Finansial dan Pelatihan Ekonomi Kreatif Melalui Pembuatan Pincushion Cupcake dan Digital Marketing. *Jurnal Surya Abdimas*, 8 (2), 189–199.
- Deb, S.K., Nafi, S.M. and Valeri, M. (2024). Promoting tourism business through digital marketing in the new normal era: a sustainable approach. *European Journal of Innovation Management*, 27 (3), 775–799.
- Fanreza, Robie, and Rivani Shilvana. 2021. “Melatih Pelaku UMKM Dalam Memanfaatkan Digital Marketing Upaya.” *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*2(1): 1179–84.
- Kusumawati, D. N. I., Kusumah, W. I., & Bahriyyah, H. Al. (2024). Perancangan Kemasan Sebagai Identitas dan Promosi pada UMKM Kue Jajanan Tradisional Khas Kemayoran Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8, 2019–2031.
- Nasution, S., Mu'arrif, Z. I., Harahap, S. B., & Bustami, B. (2024). EFEKTIVITAS PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT DI KABUPATEN PESISIR SELATAN. *RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 58-71.
- Primastiwi, A., Inayah, D. T. I., Putry, N. A. C., Hasanah, K. N., & Sufianah, A. (2021). Peluang Bisnis Batik Jumputan Di Masa Pandemi Covid-19. *Journal Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*, 5, 252–259