



PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL DESAIN MEMBATIK BAGI PELAKU UMKM LOKAL BATIK SANTOSO BERSAMA GERAKAN ASPIRASI ANAK BANGSA TINGKAT INTERNASIONAL

Aspiration Elman Fohadu, Ines Nur Irawan
Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Pengetahuan Sosial,
Universitas Indraprasta PGRI
aspiration.ef@unindra.ac.id, inesnur.irawan@unindra.ac.id

Abstract (English)

The community service activity was aimed at assisting international participants from 10 countries who participated in the training of fashion design application of digital marketing through batik together with the Movement of Aspirasi Anak Bangsa by cooperating with the local UMKM Batik Santoso. Thus, this workshop activity can foster batik design to delegates between nations that can be implemented in the business world and digital international market. The activity was implemented in the form of face-to-face workshops by providing exposure regarding how to design batik that is appropriate and attractive digitally by combining the use of synchronous and asynchronous applications. This workshop was held for Aspiration Movement partners by cooperating with Santoso Batik International MSME players involving 10 inter-national delegations consisting of 20 participants from various countries including Indonesian citizens and foreign nationals. Based on the results of the evaluation using a questionnaire or questionnaire, the results of the level of satisfaction of the participants were 100%, the level of benefit of digital marketing training through batik design was 100% and the level of understanding to practice digital marketing with batik design was 90%. In general, it can be concluded that this community service activity provides an introduction and understanding of batik design in the application of digital marketing with industrial revolution technology 5.0 at the international level effectively and innovatively according to current digital developments.

Abstrak (Indonesia)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dilaksanakan bertujuan untuk memberikan pendampingan terhadap para peserta internasional dari 10 negara yang mengikuti pelatihan mode desain penerapan pemasaran digital melalui membatik bersama dengan Gerakan Aspirasi Anak Bangsa dengan menggandeng pelaku UMKM lokal Batik Santoso. Dengan demikian, kegiatan pelatihan ini dapat menumbuhkan desain membatik kepada delegasi antar bangsa yang dapat diimplementasikan di dunia bisnis dan pemasaran secara digital pada pasar internasional. Kegiatan yang dilaksanakan dalam bentuk pelatihan secara tatap muka dengan memberikan pemaparan mengenai cara mendesain batik yang tepat dan menarik dengan secara digital dengan mengkombinasikan antara pemafaatan penerapan secara sinkronus dan asinkronus. Pelatihan ini dilaksanakan kepada mitra Gerakan Aspirasi Anak Bangsa dengan menggandeng pelaku UMKM Internasional Batik Santoso yang melibatkan 10 delegasi antar bangsa terdiri dari 20 peserta dari berbagai negara termasuk warga negara Indonesia dan warga negara asing. Berdasarkan hasil evaluasi menggunakan quisioner atau angket mendapatkan hasil tingkat kepuasan peserta yang sebesar 100%, tingkat manfaat pelatihan pemasaran secara digital melalui desain membatik yaitu sebesar 100% dan

Article History

Submitted: 19 January 2024

Accepted: 28 January 2024

Published: 29 January 2024

Key Words

Digital Marketing, Batik Design, Digitalization Program, International

Sejarah Artikel

Submitted: 19 January 2024

Accepted: 28 January 2024

Published: 29 January 2024

Kata Kunci

Pemasaran Digital, Desain Membatik, Program Digitalisasi, Internasional



untuk tingkat pemahaman untuk melakukan praktik pemasaran digital dengan desain membatik sebesar 90%. Secara umum dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM ini memberikan pengenalan dan pemahaman mengenai desain membatik pada penerapan pemasaran digital dengan teknologi revolusi industri 5.0 dalam tingkat internasional secara efektif dan inovatif sesuai perkembangan digital saat ini.

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang batik memiliki kesempatan untuk mengoptimalkan potensi pemasaran digital. Pelatihan Pemasaran Digital Desain Membatik bagi Pelaku UMKM Lokal "Batik Santoso" bersama Gerakan Aspirasi Anak Bangsa pada tingkat internasional dirancang untuk memberikan wawasan, keterampilan, dan strategi yang diperlukan agar UMKM lokal dapat bersaing dan berkembang di pasar global. Oleh karena itu, Pelatihan Desain Membatik melalui Penerapan Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM Internasional Batik Santoso bernama Gerakan Aspirasi Anak Bangsa dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam menggabungkan seni membatik dengan strategi pemasaran digital yang efektif (Farhan & Zalzalaha, 2023).

Batik Santoso merupakan representasi kekayaan budaya Indonesia yang telah diakui dunia. Gerakan Aspirasi Anak Bangsa menyadari potensi besar ini dan berkomitmen untuk memberdayakan Pelaku UMKM di bidang batik, khususnya Batik Santoso, agar dapat bersaing secara global. Pemasaran digital menjadi kunci dalam membawa produk tersebut ke pangsa pasar internasional yang lebih luas. Batik Santoso sebagai UMKM lokal memiliki kearifan lokal yang unik dalam desain dan pembuatan batik (Marjukah, 2022). Dengan memanfaatkan pemasaran digital, mereka dapat menghadirkan keindahan khas batik Indonesia ke panggung internasional. Kerjasama dengan Gerakan Aspirasi Anak Bangsa di tingkat internasional akan menjadi peluang strategis untuk meningkatkan eksistensi dan penetrasi pasar global.

UMKM memainkan peran vital dalam perekonomian lokal dan nasional. Namun, seringkali mereka menghadapi tantangan dalam mencapai visibilitas yang optimal dan meningkatkan penjualan produk mereka. Dalam konteks ini, pemasaran digital muncul sebagai solusi efektif untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan *brand awareness*, dan memperkuat kehadiran online (Almuntaha et al., 2022). UMKM lokal batik dapat menghadapi pasar internasional dengan percaya diri, meningkatkan daya saing mereka, dan memperluas jejak bisnis mereka di kancah global. Kesuksesan UMKM lokal tidak hanya akan memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga menjadi kontribusi positif bagi keberlanjutan budaya dan keahlian tradisional (Eka Rachma Kurniasi et al., 2021).

Berdasarkan permasalahan tersebut maka Program Studi Bisnis Digital Universitas Indraprasta PGRI bersama dengan Asosiasi Gerakan Aspirasi Anak Bangsa yang menggandeng UMKM Batik Santoso berupaya untuk melakukan pelatihan kepada peserta berasal dari 10 delegasi antar bangsa yang berasal dari Indonesia, Malaysia, Filipina, Cambodia, Thailand, Myanmar, India, Jepang, Australia dan South Africa sebanyak 20 orang peserta. Hal ini diupayakan agar kebutuhan untuk mengembangkan kemampuan pelaku UMKM Internasional Batik Santoso dalam menghadapi persaingan global. Dengan memahami prinsip-prinsip desain membatik dan menerapkan strategi pemasaran digital yang cerdas, mereka dapat meraih peluang bisnis baru, meningkatkan daya saing, dan mengukuhkan posisi Batik Santoso di pasar internasional. Pelatihan



Desain Membatik melalui Penerapan Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM dirancang untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada para pelaku UMKM dalam mengintegrasikan seni membatik dengan konsep pemasaran digital. Dengan demikian, diharapkan pelatihan ini dapat meningkatkan daya saing, jangkauan pasar, dan keberlanjutan bisnis para pelaku UMKM di sektor membatik. Dalam pelatihan pemasaran digital melalui membatik memberikan pemahaman tentang seni membatik, khususnya dalam konteks Batik Santoso. Kemudian pelatihan ini memberikan pengetahuan tentang konsep dan manfaat pemasaran digital dalam konteks internasional dan mengembangkan keterampilan desain membatik yang sesuai dengan selera pasar global. Selanjutnya, peserta memahami dan menguasai alat serta *platform* pemasaran digital yang efektif (Anggita Langgeng Wijaya, 2022). Lalu, hal ini guna untuk mengoptimalkan eksposur Batik Santoso melalui strategi konten dan kampanye pemasaran cerdas. Kemudian, mempersiapkan Pelaku UMKM untuk menghadapi tantangan dan peluang dalam perdagangan internasional. Terakhir, mendorong kolaborasi antara Pelaku UMKM dan Gerakan Aspirasi Anak Bangsa untuk membangun jejaring bisnis global. Dengan mengikuti pelatihan ini, diharapkan Pelaku UMKM Internasional Batik Santoso dapat memanfaatkan kekuatan seni tradisional mereka dengan memanfaatkan potensi pemasaran digital untuk membuka pintu menuju pasar internasional yang lebih luas dan memberikan kontribusi positif pada perekonomian nasional dengan merangkul peserta dari kancah internasional dalam upaya memperkenalkan dan mengembangkan batik melalui pemasaran digital (Kareja et al., 2022).

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat melalui pendekatan interdisipliner dan multidisipliner dan pemberdayaan sumber daya manusia dalam pemasaran digital dan sumber daya alam yang digunakan untuk membatik yang dilaksanakan di Hotel Ibis Daan Mogot, Jakarta pada tanggal 18 November 2023 dan berlangsung selama 6 jam. Kegiatan pelatihan ini dihadiri oleh 20 peserta mewakili 10 delegasi antar bangsa yakni, Indonesia, Malaysia, Filipina, Cambodia, Thailand, Myanmar, India, Jepang, Australia, dan South Africa. Kegiatan ini berlangsung melalui Kerjasama antar Program Studi Bisnis Digital, Universitas Indraprasta PGRI dengan Gerakan Aspirasi Anak Bangsa dan menggandeng pelaku UMKM lokal Batik Santoso. Kegiatan ini mencakup rencana kegiatan, mekanisme kegiatan, evaluasi kegiatan, keberlanjutan kegiatan, dan luaran kegiatan (Almuntaha et al., 2022; Ansoriyah et al., 2023). Kegiatan ini dilaksanakan melalui pelatihan dan praktik secara langsung, tidak hanya menjelaskan teori tetapi juga langsung diterapkan pada pelaku UMKM. Paparan materi mengenai pemasaran digital melalui mode desain membatik sederhana ini dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu (1) pengenalan framework desain batik pada pemasaran digital; (2) contoh desain batik dan materi dengan penggunaan teknologi dalam pemasaran digital; dan (3) contoh teknologi pemasaran digital sederhana. Selama kegiatan berlangsung para peserta sangat antusias dalam mengikuti pelatihan ini. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan dan keseriusan para peserta yang tersusun dari rancangan kegiatan pelatihan yang seperti terlihat pada Tabel 1.



Tabel 1. Tahapan Kegiatan Pelatihan Membatik Melalui Pemasaran Digital

No.	Tahap Persiapan
1. Pra-Survei	Mengidentifikasi masalah spesifik dan kebutuhan mitra
2. Pembentukan Tim	Membentuk anggota tim pelatihan yang memiliki pengetahuan dan keahlian yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah mitra
3. Koordinasi Tim	Merencanakan kegiatan P2M secara konsep, teknis dan deskripsi kerja dari Tim & Mitra
4. Sosialisasi Pelatihan	Kegiatan pelatihan ini disosialisasikan dengan melalui pemaparan diskusi dan materi kepada pihak perwakilan delegasi antar bangsa bersama Gerakan Aspirasi Anak Bangsa dan UMKM lokal Batik Santoso
5. Pelaksanaan pelatihan desain membatik dan penerapan pemasaran digital	Pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran digital bersama melalui desain membatik bersama Gerakan Aspirasi Anak Bangsa dan UMKM lokal Batik Santoso di Hotel Ibis Daan Mogot Jakarta

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan

Berdasarkan observasi dan analisis yang telah dilakukan permasalahan dalam pemasaran digital desain membatik bagi pelaku umkm lokal seringkali terjadi pada keterbatasan sumber daya yakni, banyaknya pelaku UMKM lokal memiliki keterbatasan sumber daya, baik dari segi keuangan maupun SDM. Penerapan pemasaran digital membutuhkan investasi yang tidak selalu dapat diakses oleh semua pelaku UMKM, terutama yang masih beroperasi dalam skala kecil. Kemudian, beberapa pelaku UMKM mungkin belum memiliki pemahaman yang cukup tentang pemasaran digital (Saragih et al., 2022). Kurangnya pengetahuan mengenai *platform*, strategi digital, dan analisis data dapat menjadi hambatan dalam merancang dan menjalankan kampanye yang efektif. Melalui hasil observasi, dapat disimpulkan bahwa penerapan pemasaran digital dalam desain membatik bagi pelaku UMKM lokal, Batik Santoso, telah membawa dampak positif secara menyeluruh. Peningkatan penetrasi pasar, brand awareness, interaksi konsumen, eksplorasi pasar global, dan pertumbuhan penjualan menjadi indikator keberhasilan dari strategi pemasaran digital ini. Selain itu, kolaborasi, manajemen reputasi online, dan edukasi konsumen menjadi aspek penting yang terintegrasi dalam upaya pemasaran digital tersebut (Hidayati et al., 2022).

Kemudian, persiapan yang dilakukan adalah mempersiapkan materi pelatihan dalam upaya pemasaran digital dapat terlihat peningkatan signifikan dalam penetrasi pasar. Pelaku UMKM lokal, Batik Santoso, berhasil menjangkau konsumen di luar wilayah lokal dan menciptakan kehadiran yang kuat di pasar nasional dan internasional. Beberapa survei dipersiapkan seperti analisis kebutuhan dan penilaian oleh para peserta tentang pemasaran digital desain membatik bagi pelaku umkm lokal. Hal ini guna mengetahui bagaimana pencapaian keberhasilan dalam



pemasaran digital desain membatik bagi pelaku UMKM lokal di kancah internasional. Memperkenalkan dan praktik langsung secara synchronous pada pemasaran digital desain membatik bagi pelaku umkm lokal menggunakan beberapa *platform* digital (Sholikhatin et al., 2022; Yusmedi Nurfaizal & Toni Anwar, 2019). Peserta dapat berpartisipasi dalam diskusi kelompok, berbagi ide, dan mengerjakan tugas berbasis proyek untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang materi (Ariska et al., 2021; Fawaid, 2022). Dengan fleksibilitas digitalisasi dalam revolusi industry 5.0, peserta dapat mengeksplor pelatihan dengan kegiatan langsung membatik untuk menumbuhkan rasa cinta terhadap batik agar dapat dikreasikan dalam pasar digital. Ini memungkinkan peserta untuk mengadopsi teknologi *e-commerce* dan partisipasi dalam pameran internasional melalui *platform* digital membuka pintu bagi pelaku UMKM untuk berinteraksi dengan pelanggan global.

2. Tahap Pelatihan

Peserta akan melalui tahapan analisis kebutuhan Identifikasi kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta pelatihan terkait pemasaran digital dan desain membatik. Lakukan survei atau wawancara untuk menentukan tingkat pengetahuan dan keterampilan awal. Kemudian, tahapan pemahaman dasar pemasaran digital yang menjadi tonggak dari sesi pembelajaran awal tentang dasar-dasar pemasaran digital, termasuk pengenalan platform-media sosial, strategi pemasaran online, analisis data, dan keamanan transaksi online. Selanjutnya, peserta memasuki tahap memahami desain keterampilan yang mana berfokus pada peningkatan keterampilan desain membatik. Melibatkan ahli atau praktisi desain membatik untuk memberikan panduan tentang tren desain terkini, teknik, dan cara membedakan produk. Kemudian, pengukuran keberhasilan dari materi yang di dapatkan dengan menetapkan indikator keberhasilan untuk pelatihan, seperti peningkatan penjualan online, keterlibatan konsumen yang meningkat, atau peningkatan visibilitas merek. Lakukan evaluasi setelah pelatihan untuk menilai dampaknya. Terakhir, peserta akan melakukan evaluasi dengan melakukan evaluasi reguler dan perbarui materi pelatihan sesuai dengan perkembangan tren pemasaran digital (Mas'udah et al., 2021; Suranto et al., 2023). Pastikan pelatihan terus relevan dan bermanfaat bagi pelaku UMKM lokal. Dengan mengikuti tahapan ini, pelaku UMKM lokal dapat mengembangkan pemahaman dan keterampilan yang diperlukan untuk memasarkan desain membatik secara efektif melalui platform digital.

Berdasarkan pada Gambar 1 dan Gambar 2, pelatihan ini terlaksana dengan diikuti oleh 20 peserta perwakilan delegasi antar bangsa tersebut. Pelatihan yang dilaksanakan selama pada tanggal 18 November 2023 dengan total 6 jam di Hotel Ibis Daan Mogot, Jakarta yang melalui beberapa tahapan. Peserta akan diberikan pertanyaan mengenai analisis kebutuhan terlebih dahulu pada pemasaran digital desain membatik bagi pelaku UMKM lokal di kancah internasional yang dapat digunakan untuk menunjang proses menghadapi tantangan globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang batik memiliki kesempatan untuk mengoptimalkan potensi pemasaran digital, seperti terlihat pada gambar 1 dan gambar 2.



Gambar 1. Pelaksanaan pelatihan membuat melalui pemasaran digital



Gambar 2. Pelaksanaan pelatihan membuat melalui pemasaran digital

Analisis kebutuhan dilakukan sebelum pemaparan materi berlangsung. Berdasarkan Tabel 2, terkait analisis kebutuhan sebelum pemaparan dilakukan ditemukan bahwa hanya 11,1% yang mengetahui mengenai aplikasi Nearpod. Kemudian, ketika ditanyakan mengenai penggunaan media dalam pembelajaran hanya didapati 16,7% saja, hal ini berarti dalam pembelajaran guru sebagai peserta lebih banyak menggunakan metode ceramah atau lainnya. Selanjutnya, ketika



ditanyakan mengenai kesulitan dalam menggunakan media didapati 44,4% yang berarti peserta masih merasa sulit dalam menggunakan media. Berikutnya, ketika ditanyakan apakah media sangat berperan aktif dalam pembelajaran, peserta memberikan jawaban yang didapati hasilnya sebesar 100% yang berarti peserta menyatakan media sangat berperan penting dalam pembelajaran.

Berdasarkan simpulan dari hasil angket dinyatakan bahwa media sangat berperan penting dalam pembelajaran, dan media tersebut harus menarik dan mudah dipahami tidak hanya bagi guru juga dapat diterapkan pada siswa (Sari et al., 2021), seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Persentase Hasil Analisis Kebutuhan

No	Indikator Penilaian	Jumlah Responden	Persentase
1	Mengetahui/mengenai pemasaran digital dalam membatik	20 orang	15%
2	Mengetahui pemasaran digital batik untuk UMKM lokal	20 orang	35%
3	Kesulitan pemasaran digital batik untuk UMKM lokal	20 orang	50%
4	Membatik sangat mempengaruhi pemasaran digital batik untuk UMKM lokal	20 orang	100%

3. Evaluasi

Setelah melaksanakan pelatihan ini, pengabdian melakukan hasil angket pelaksanaan pelatihan pemasaran digital desain membatik bagi pelaku UMKM lokal di kancah internasional. Hasil angket secara umum sangatlah memuaskan yang terlihat dari tanggapan para peserta terhadap pertanyaan angket hasil pelatihan. Hasil yang didapat mengenai pemahaman pemasaran digital dalam membatik didapati 100% dari keseluruhan responden peserta. Kemudian, hasil mengetahui pemasaran digital batik untuk UMKM lokal mudah dipahami sebesar 100% yang mana hasil ini mewakili keberhasilan pelatihan yang telah terlaksanakan. Selanjutnya, pada pertanyaan mengenai ketertarikan melakukan pemasaran digital batik untuk UMKM lokal 100% dari keseluruhan responden. Terakhir, pertanyaan mengenai apakah setelah pelatihan ini para peserta akan praktik pemasaran digital batik untuk UMKM lokal sebesar 94,1%, seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Persentase Hasil Analisis Kebutuhan

No	Indikator Penilaian	Jumlah Responden	Persentase
1	Pemahaman pemasaran digital dalam membatik	20 orang	100%
2	Mengetahui pemasaran digital batik untuk UMKM lokal mudah dipahami	20 orang	100%



3	Tertarik melakukan pemasaran digital batik untuk UMKM lokal	20 orang	100%
4	Peserta akan praktik pemasaran digital batik untuk UMKM lokal	20 orang	90%

Berdasarkan hasil tersebut peserta mendapati bahwa dalam membuat batik dapat menghadapi pasar internasional dengan percaya diri, meningkatkan daya saing mereka, dan memperluas jejak bisnis mereka di kancah global. Ini memungkinkan peserta bahwa peserta mendapatkan informasi bahwa pelaku UMKM di bidang batik dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing dan mengembangkan bisnis mereka. Kesuksesan dalam menghadapi era digital dapat membuka peluang baru dan meningkatkan kontribusi UMKM batik pada perekonomian lokal dan nasional. Hal ini membantu peserta dalam pemahaman mengenai dampak positif yang secara menyeluruh. Peningkatan penetrasi pasar, *brand awareness*, interaksi konsumen, eksplorasi pasar global, dan pertumbuhan penjualan menjadi indikator keberhasilan dari strategi pemasaran digital ini (Billah et al., 2022; Hartono et al., 2022).

Dengan demikian, berdasarkan diskusi bersama peserta berpendapat bahwa selama mempelajari pemasaran digital desain membuat batik bagi pelaku UMKM lokal batik dapat menghadapi pasar internasional dengan percaya diri, meningkatkan daya saing mereka, dan memperluas jejak bisnis mereka di kancah global. Kesuksesan UMKM lokal tidak hanya akan memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga menjadi kontribusi positif bagi keberlanjutan budaya dan keahlian tradisional. Dengan didasarkan pada kebutuhan untuk membangun kapasitas UMKM lokal agar dapat memahami dan memanfaatkan potensi pemasaran digital dalam memasarkan produk batik secara internasional. Kegiatan ini dimaksudkan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang konsep pemasaran digital dan bagaimana itu dapat diintegrasikan dalam konteks UMKM batik lokal. Dengan demikian, kegiatan pelatihan ini dapat meningkatkan keterampilan desain membuat batik sesuai dengan selera dan tren pasar internasional.

SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan ini bertujuan untuk mengintegrasikan seni tradisional membuat batik dengan strategi pemasaran digital modern dalam meningkatkan peluang UMKM lokal. Pelatihan inipun memberikan peserta pelatihan keahlian dasar dalam seni membuat batik, termasuk teknik-teknik tradisional dan inovatif. Mengajarkan peserta konsep dasar pemasaran digital, termasuk strategi online, media sosial, dan penggunaan *platform e-commerce*. Dengan demikian, pelatihan ini menunjukkan cara mengintegrasikan seni membuat batik ke dalam konteks digital, seperti desain digital, pembuatan konten visual, dan promosi online. Kemudian memperkenalkan peserta pada alat dan teknologi yang mendukung pemasaran digital, seperti perangkat lunak desain grafis, *platform e-commerce*, dan aplikasi media sosial. Pelatihan desain membuat batik melalui penerapan pemasaran digital bersama dengan Gerakan Aspirasi Anak Bangsa yang telah terbukti bermanfaat untuk pelaku UMKM Internasional Batik Santoso dengan meningkatkan keterlibatan, pemahaman, dan pemasaran digital membuat batik di kancah Internasional bagi para peserta perwakilan 10 delegasi antar bangsa. Hasil evaluasi yang dilakukan melalui kuisioner atau angket menunjukkan tingkat kepuasan peserta sebesar 100%, tingkat manfaat pelatihan desain membuat batik melalui penerapan pemasaran digital sebesar 100%, dan tingkat penguasaan dan praktik desain



membatik dan materi pemasaran digital tersebut sebesar 90%. Dengan demikian, pelatihan membatik dalam peningkatan pemasaran digital memberikan pengenalan dan pemahaman mengenai desain membatik pada penerapan pemasaran digital dengan teknologi revolusi industri 5.0 dalam tingkat internasional secara efektif sesuai perkembangan digital saat ini. Peserta merasa dapat memberdayakan pelaku industri membatik untuk berhasil dalam dunia pemasaran digital, membuka peluang baru, dan merangsang pertumbuhan ekonomi melalui pemanfaatan teknologi modern.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengucapkan terima kasih yang kepada Program Studi Bisnis Digital, Universitas Indraprasta PGRI yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini hingga terlaksanakan dengan lancar. Kemudian, tak luput kami ucapkan terima kasih kepada Asosiasi Gerakan Aspirasi Anak Bangsa, pelaku UMKM lokal Batik Santoso, dan para peserta perwakilan 10 delegasi antar bangsa berasal dari Indonesia, Malaysia, Filipina, Cambodia, Thailand, Myanmar, India, Jepang, Australia dan South Africa yang telah membantu dan berkerja sama pada kegiatan pelatihan ini hingga dapat terlaksana dengan baik.

REFERENSI

- Almuntaha, E., Mawadati, A., Lestari, N., Purwanto, Y., Raharjo, S., Setyaningsih, E., Rahayu, S. S., Purnawan, P., & Dzakiya, N. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital dan Pengembangan Web untuk Mendukung Penjualan Komoditas Porang pada Kelompok Tani Yin Porang di Wonogiri. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.31599/jstpm.v3i1.920>
- Anggita Langgeng Wijaya. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Remaja Karang Taruna Pemilik Online Shop Di Desa Sambirejo Kec. Jiwan Kab. Madiun. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat*, 4(1), 16–27.
- Ansoriyah, S., Chaniago, S. M., Parai, H., & Irawan, I. N. (2023). Pelatihan Media Pembelajaran Interaktif Menggunakan Aplikasi Nearpod dalam Mengembangkan Literasi Digital bagi Guru Smp. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(5), 4459–4468. <https://doi.org/10.31764/JMM.V7I5.16942>
- Ariska, R. A., Soebandhi, S., & Purwitasari, F. (2021). Pelatihan Pemasaran Digital pada UMKM Batik di Wilayah Pakisaji, Kabupaten Malang. *Jurnal Abdimas Sangkabira*, 2(1), 53–56. <https://doi.org/10.29303/abdimassangkabira.v2i1.64>
- Billah, M., Nisa Syahniar, E., Olifia, I., Alfatoni Hadinata, M., Amanullah, M. D., & Febriyanti, M. A. (2022). Pembaruan Manajemen Pemasaran Batik Wonomadyo dengan Peningkatan Kualitas Packaging dan Digital Marketing. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(2), 223–232. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i2.1457>
- Eka Rachma Kurniasi, Rilia Ayuni, Bima Putra Dewa, Minarti, Meliani, Ridho Pramadhani, Pitri Yanti, Dina Zuhriyyah, Julaiman Alaimusalam, Eni Artika Sari, & Revaldy. (2021). Pelatihan Pemasaran Digital Produk Desa Nadung: Kopi Teh Pelawan dan Gula Kabung. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 2(1), 187–197. <https://doi.org/10.46306/jabb.v2i1.68>
- Farhan, F., & Zalzal, G. G. (2023). Pelatihan Pemasaran Digital pada UMKM Serabi Solo Pratama Yogyakarta. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 56–63. <https://doi.org/10.25008/altifani.v3i1.319>
- Fawaid, A. (2022). Mempertahankan Eksistensi Pemasaran Batik Tulis Pamekasan Selama



- Pandemi Covid-19 pada Kelompok Pengrajin Nyi Leha Batik. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(1), 132–141. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i1.15808>
- Hartono, U., Kistyanto, A., Fatoni, F., Isbanah, Y., & Arifah, I. D. C. (2022). Peningkatan Pangsa Pasar UMKM Batik melalui Optimalisasi Pemasaran Digital Berbasis Web. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 381–389. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i2.540>
- Hidayati, U., Aw, S., Wisataone, V., Fathinah, N. S., & Fathinah, P. D. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital melalui Marketplace bagi Ibu Rumah Tangga. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 38. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.53105>
- Kareja, N., Setiadevi, S., Alfiah, N., & Triyaningsih, L. (2022). Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Pelatihan Pemasaran Digital pada Kedai Kopi Garasi. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(2), 448–459. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i2.16868>
- Marjukah, A. (2022). Pengaruh Pelatihan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20(1), 1–12. <https://doi.org/10.32524/jkb.v20i1.316>
- Mas'udah, K. W., Fauziah, N. A., & Hidayah, E. N. (2021). Pelatihan Digitalisasi Desain Batik dan Media Promosi Online untuk Santri Pondok Pesantren Babussalam Jombang. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(3), 749. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i3.5374>
- Saragih, S., Veronica, S., Margaretha, M., Lisan, H., Harianti, A., Sherlywati, Budiningsih, T., Herlina, & Zaniarti, S. (2022). Pengembangan Keahlian Manajerial Para Pelaku Usaha UMKM melalui Pelatihan Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*, 8(1), 27–34. http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENGABDIAN_IPTEKS/article/view/4903%0A http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENGABDIAN_IPTEKS/article/download/4903/3997
- Sholikhatin, S. A., Fitriyaningsih, W., & Fujiyanti, F. (2022). Pelatihan Strategi Pemasaran Digital bagi Komunitas Digital Marketer Purwokerto. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1323. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i3.10360>
- Suranto, S., Pratiwi, R., Nurgiyatna, N., Pratiwi, A., & Rahman, R. A. (2023). Model Pemasaran Batik Berbasis Digital Industri Kreatif di Indonesia. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1). <https://doi.org/10.31942/akses.v18i1.8592>
- Yusmedi Nurfaizal, & Toni Anwar. (2019). Manajemen Usaha dan Pelatihan Digital Marketing UMKM pada KUB Batik Pringmas Desa Papringan Banyumas. *JPMB: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkarakter*, 2(2), 146–154. <https://doi.org/10.36765/jpmb.v2i2.9>