



SEMINAR NASIONAL HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT

PENGEMBANGAN USAHA BATIK KALIMASADA DI DESA JOHO MELALUI OPTIMALISASI BRANDING DAN PEMASARAN ONLINE

Malik Cahyadin ^{*1}, Salma Ghina
Rezqita ²; Regita Cahyaningrum ³;
Aji Setyawan ⁴; Divanty Anjani ⁵,
Rhevika Gurindra Hapsari ⁶, Nur
Muhammad ⁷; Rahmani Febrihana
Mustari Samberbori ⁸, Fathin
Muttaqin Frendra ⁹, Ayu Dilla
Anggraeni ¹⁰; Rika Nur Aryanti ¹¹

1234567891011) Universitas Sebelas Maret

*Corresponding author
Email : malikcahyadin@yahoo.com

Abstrak

Usaha batik merupakan praktik bisnis yang hanya dapat dijumpai di beberapa daerah di Provinsi Jawa Tengah, termasuk di Kabupaten Wonogiri. Salah satu batik Wonogiri yang dikembangkan oleh pemuda desa adalah Batik Kalimasada di Desa Joho. Keberadaan batik ini berimplikasi signifikan terhadap citra desa dan pendapatan keluarga pelaku usaha. Namun demikian, pelaku usaha belum mampu memaksimalkan strategi pemasaran. Oleh sebab itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini memfokuskan pengembangan usaha melalui optimalisasi *branding* dan pemasaran *online* pada Batik Kalimasada. Metode partisipatori diterapkan untuk mengungkap peran aktif pelaku usaha selama proses pengabdian masyarakat. Periode pelaksanaan kegiatan adalah bulan Juli-Agustus 2023. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa usaha Batik Kalimasada telah mampu menggunakan *branding* dan pemasaran *online* untuk meningkatkan jumlah penjualan. Selain itu, usaha ini telah didukung legalitas usaha dan kemampuan pencatatan laporan keuangan sederhana menggunakan aplikasi SI APIK. Implikasi hasil kegiatan ini adalah pelaku usaha dapat menerapkan *branding* dan pemasaran *online* secara tepat untuk meningkatkan kinerja usaha. Selain itu, pemerintah daerah dapat memfasilitasi pameran produk batik baik di dalam dan di luar wilayah Kabupaten Wonogiri.

Kata kunci: Batik Kalimasada, *branding*, pemasaran *online*

Abstract

Batik business is a business practice that can only be found in several areas in Central Java Province, including Wonogiri Regency. One of the Wonogiri batiks developed by village youth is Kalimasada Batik in Joho Village. The existence of this batik has contributed significantly for the image of the village and the income of the family of business actor. However, the business actor has not been able to maximize marketing strategies. Therefore, this community service activity emphasizes on business development through optimizing branding and online marketing at Batik Kalimasada. The participatory method was applied to reveal the active role of the business actor during the community service process. The assisting activity has been conducted during July-August 2023. The results of community service activities show that the Kalimasada Batik business has been able to use branding and online marketing to increase sales. Besides, this business is supported by business legality and the ability to record simple financial reports using the SI APIK application. The implication of the results of this activity is that the business actor can apply branding and online marketing appropriately to improve business performance. Therefore, the local government can significantly contribute to facilitate exhibitions of batik products both inside and outside the Wonogiri Regency.

Keywords: Batik Kalimasada, *branding*, online marketing

© 2023 Penerbit PKN STAN Press. All rights reserved