

INOVASI PRODUK DAN PEMASARAN BATIK CIPRAT DIFABEL DI DESA SIMBATAN KABUPATEN MAGETAN JAWA TIMUR

Maulana Ruhaedi Putra¹, Slamet Riyanto^{2*}, Renaldi Surya Saputra³, Muhammad Isya Noor M⁴, Anya Fitriadila Loesita Ayu⁵, Diva Alistya Putri⁶, Amalia Chrissafa Zalzabila⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Teknik Informatika, Universitas PGRI Madiun, Indonesia

*corresponding author: selamat@unipma.ac.id

ABSTRAK

Keberadaan perajin batik di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dari segi jumlah perajin, akan tetapi secara kualitas manajemen pengelolaan dan produk batik masih perlu mendapatkan perhatian yang serius. Hal ini dibuktikan dari data yang menunjukkan bahwa perajin batik di Indonesia masih didominasi oleh perajin dengan skala mikro yang mencapai 1.794 unit usaha dari total industri batik sebanyak 3.159 unit usaha. Tujuan dari program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membuat inovasi pada produk Batik Ciprat yang memiliki ciri khas tertentu dan membuat inovasi pemasaran Batik Ciprat melalui kegiatan digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk batik. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Juni 2023 sampai dengan November 2023 di desa Simbatan, kecamatan Nguntoronadi, kabupaten Magetan Jawa Timur. Kegiatan ini berhasil mewujudkan inovasi produk batik berupa batik kombinasi antara batik tulis dengan gambar ikan kutuk dan bambu dengan batik ciprat. Selain itu, tim juga melakukan kegiatan inovasi pemasaran dengan cara membuat akun toko online di marketplace Shopee dan website profil Batik Ciprat. Tim juga melakukan kegiatan digital marketing, mulai dari melakukan kegiatan foto dan video produk, pengiklanan di media sosial serta membuat video profil yang diupload di Youtube. Selain itu, perlu dilakukan adanya strategi branding untuk mengenalkan produk-produk batik ciprat kepada masyarakat luas melalui media sosial. Kegiatan branding ini tentunya perlu dilakukan pendampingan dalam bentuk kolaborasi antara pihak akademisi, pemerintah desa dan pelaku usaha batik.

Keywords: batik ciprat, simbatan, inovasi produk, inovasi pemasaran, digital marketing

Pendahuluan

Batik merupakan salah satu warisan budaya nasional yang telah diakui dunia dan mengalami perkembangan sangat signifikan di era modern saat ini. Hal ini dibuktikan dengan keberadaan perajin batik di setiap kabupaten/kota bahkan hampir di setiap desa atau kelurahan memiliki perajin batik dengan ciri khas tersendiri. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022 yang dikutip oleh Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) Kementerian Perindustrian, menunjukkan bahwa pada tahun 2018-2021 terdapat sekitar 3.159 unit usaha batik di seluruh Indonesia. Jumlah industri batik skala besar-sedang di Indonesia sebanyak 208, industri batik kategori menengah sebanyak 342, industri batik kategori kecil sebanyak 815 dan industri batik kategori mikro sebanyak 1.794 (BBKB, 2022). Banyaknya industri batik dan aktivitas industri batik yang ada di Indonesia saat ini, tidak terlepas dari program pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal yang dimiliki masing-masing wilayah dengan melibatkan pemangku kepentingan, seperti: pemerintah daerah dan desa, aktivis sosial, akademisi dan pihak-pihak lainnya (Ciptaningtyas et al., 2023).

Industri batik di Indonesia yang secara jumlah dinilai sangat besar, akan tetapi masih didominasi oleh industri dengan skala mikro. Banyaknya industri batik skala mikro ini menjadi perhatian serius sehingga perlu adanya stimulus agar industri batik skala mikro dapat berkembang menjadi skala menengah-kecil. Untuk itu, perlu adanya kepedulian dunia akademik untuk memberikan kontribusi terhadap industri batik agar industri ini dapat naik level. Tindakan

ini dilakukan untuk mempertahankan eksistensi dari industri batik, sehingga mampu bertahan dan bersaing serta meningkatkan kemandirian dari perajin batik tersebut (Tjahjani et al., 2020). Daya saing akan terwujud apabila perajin batik memiliki kemampuan *upgrading* produk atau inovasi produk dan menjalankan inovasi pemasaran melalui digital marketing (Tunggal et al., 2022) (Syahputra & Soesanti, 2022).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa merupakan salah satu bentuk kepedulian dunia akademik terhadap permasalahan industri batik. Kegiatan ini dilakukan pada perajin batik yang ada di kabupaten Magetan, yaitu perajin Batik Ciprat. Batik Ciprat merupakan sebuah karya dari warga disabilitas yang tinggal di Desa Simbatan, Kecamatan Nguntoronadi Magetan Jawa Timur. Batik Ciprat desa Simbatan yang diproduksi oleh komunitas orang yang memiliki keterbatasan fisik (difabel) harus mendapat dukungan semua pihak. Hal ini mengingat bahwa anggota komunitas batik ciprat ini berasal dari keluarga yang tidak mampu dan mereka juga memiliki keterbatasan fisik yang sering dipandang sebelah mata oleh kebanyakan orang. Dengan adanya aktivitas membatik ini, diharapkan dapat menambah penghasilan serta menjadikan kaum difabel menjadi mandiri dan dapat membantu kebutuhan keluarganya.

Permasalahan yang dihadapi kaum difabel ini harus diselesaikan dengan membentuk Shelter Workshop Peduli (SWP) Sambung Roso, dimana para difabel diberikan pelatihan ketrampilan salah satunya dengan ketrampilan membuat batik ciprat. Proses pembuatan batik ciprat ini dilakukan ditempat yang dulunya bekas lumbung padi yang sudah tidak digunakan, kemudian oleh desa diberikan fasilitasi yang memadai untuk aktivitas membatik. Pada tahun 2022, produksi dan aktivitas batik ciprat sudah berjalan secara rutin dengan melibatkan sebanyak 20 disabilitas.



Gambar 1. Aktivitas Batik Ciprat di Desa Simbatan

Kegiatan batik ciprat ini merupakan salah satu bentuk inklusif bagi penyandang disabilitas untuk memperoleh penghasilan yang layak dari aktivitas batik ciprat (Rukmini et al., 2021), dimana dengan adanya kegiatan tersebut maka batik Ciprat Simbatan dapat menjual produknya secara terus menerus tiap bulannya. Batik Ciprat ini memiliki berbagai motif dan corak yang berbeda disetiap lembar kainnya sehingga disebut dengan batik *limited edition* (Gravitiani et al., 2021).

Produk batik ciprat ini juga mendapatkan dukungan dari pemerintah kabupaten Magetan, dimana Bupati Magetan memberikan dukungan dengan mewajibkan Aparatur Sipil Negara (ASN) di Magetan untuk memakai batik ciprat Simbatan sebagai salah satu seragam dinas. Adanya dukungan dari pemerintah daerah kabupaten, merupakan bentuk penguatan usaha yang diharapkan kegiatan usaha dapat berjalan secara berkesinambungan dan berdampak positif bagi pelaku usaha (Susanto, Triyandari Nugroho, et al., 2020).

Untuk meningkatkan eksistensi dari keberadaan Batik Ciprat Simbatan ini, maka dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk inovasi produk dan pemasaran produk Batik Ciprat Simbatan dengan memanfaatkan keberadaan teknologi informasi. Inovasi produk yang dihasilkan pelaku industri sebaiknya diiringi dengan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran produk secara digital (Srijani et al., 2022) (Srijani et al., 2021). Inovasi produk dilakukan dengan cara melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan desain produk yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan batik serta produk yang tidak mudah ditiru oleh perajin lain (Astawinetu et al., 2021) (Idayati & Sulistyowati, 2022). Inovasi produk dapat dilakukan dengan mengangkat potensi atau ciri khas wilayah, sebagaimana yang dilakukan oleh perajin batik di kabupaten Malang. Kreasi batik *ecoprint* tersebut bisa dipromosikan dan dipasarkan mengingat desa Wringinsongo Malang juga telah mencanangkan menjadi desa wisata (Safitri et al., 2023).

Terkait inovasi pemasaran berbasis digital, maka untuk memasarkan produk batik dinilai cukup relevan dengan kondisi saat ini, yaitu dengan mengoptimalkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan cepat (Praswati et al., 2022) (Susanto, Nugroho, et al., 2020). Untuk menunjang kegiatan inovasi pemasaran, maka perajin batik harus dibekali dengan adanya literasi digital terkait pemasaran produk secara digital serta menunjang kelangsungan usahanya (Pada et al., 2022) (Magvira et al., 2023). Untuk mengoptimalkan kegiatan pemasaran digital, maka diperlukan adanya pelatihan workshop digital marketing untuk meningkatkan penjualan (Mu'minin & Puspidalia, 2021). Disisi lain, untuk menunjang adanya kelangsungan produk, maka pengelola usaha harus memastikan adanya penguatan produksi dan pemasaran batik dengan cara melakukan tata kelola usaha dengan manajemen yang lebih baik (Susanto, Triyandari Nugroho, et al., 2020). Penguatan produksi dan pemasaran juga akan dipengaruhi oleh faktor strategi usaha yang terdiri dari strategi biaya, strategi diferensiasi produk dan fokus strategi utama (Suprayitno & Martanti, 2023). Adanya kegiatan inovasi pemasaran merupakan bentuk branding produk dan kegiatan ini harus mendapatkan pendampingan dari berbagai pihak (Widiastuti et al., 2023).

Mengacu pada permasalahan di lokasi kegiatan dan kajian penelitian terdahulu, maka permasalahan yang dihadapi kelompok sasaran dapat diidentifikasi permasalahan serta solusi permasalahan sebagai berikut:

Tabel 1. Identifikasi Masalah Kelompok Sasaran

Permasalahan	Solusi yang ditawarkan
Variasi produk Batik Ciprat yang dihasilkan oleh penyandang disabilitas di Desa Simbatan Magetan masih terbatas dan sering ditiru atau dipalsukan oleh perajin lain dengan kualitas dan harga yang rendah	Dilakukan inovasi pada produk batik yaitu dengan cara menggabungkan metode Batik Ciprat dengan inovasi ciri khas misalnya, motif ikan kutuk dan bambu
Produksi produk Batik Ciprat memiliki potensi untuk berkembang dan memproduksi secara	Dilakukan inovasi pemasaran secara digital dengan membuat website usaha dan

Permasalahan	Solusi yang ditawarkan
secara kontinyu apabila melakukan pemasaran produk secara digital	membuat akun toko <i>online</i> di <i>marketplace</i> .
Pemasaran produk masih dalam skala lokal di wilayah Magetan	Dilakukan pameran secara langsung dan katalog digital dengan memanfaatkan teknologi informasi
Kegiatan usaha Batik Ciprat yang dihasilkan penyandang disabilitas harus memberikan dampak yang signifikan terhadap perbaikan pendapatan (<i>better income</i>) dan perbaikan kehidupan (<i>better living</i>) bagi disabilitas.	Meningkatkan jumlah produksi untuk menunjang pemasaran dan penjualan batik ciprat
Keberadaan usaha Batik Ciprat karya penyandang disabilitas belum diketahui banyak orang	Meningkatkan kualitas batik ciprat dengan model <i>limit edition</i> Perlu buat video profil untuk kegiatan branding produk dan branding usaha yang diupload di youtube.

Tujuan dari program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membuat inovasi pada produk Batik Ciprat yang memiliki ciri khas tertentu dan membuat inovasi pemasaran Batik Ciprat melalui kegiatan digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk batik.

Pendekatan dan Metodologi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Identifikasi kelompok sasaran

Kegiatan ini dilakukan dengan sasaran komunitas Batik Ciprat yang tergabung dalam “Shelter Workshop Peduli Sambung Roso” yang anggotanya adalah para disabilitas. Kelompok Batik Ciprat ini memiliki anggota 37 orang dimana 20 orang yang merupakan penduduk asli Desa Simbatan yang rata-rata berasal dari keluarga kurang mampu. Selain itu, kelompok ini yang terdiri dari kaum difabel yang juga membutuhkan pekerjaan untuk menghasilkan pendapatan dan mereka mengalami kesulitan bekerja dengan adanya keterbatasan fisik yang dimiliki. Awal mula terbentuknya komunitas ini adalah karena Maryani, guru SLB di Kecamatan Kawedaaan yang pertama kali melihat potensi tersembunyi puluhan kaum disabilitas di Desa Simbatan. Tahun 2015, kaum disabilitas di Desa Simbatan masih terpinggirkan karena mereka dianggap sama dengan orang yang menderita kelainan jiwa. Padahal kaum disabilitas bisa memiliki kemampuan layaknya orang dengan non-disabilitas. Dengan penuh tekad, Maryani melakukan segala upaya untuk meyakinkan para orangtua supaya anak-anak disabilitas bisa mengikuti pelatihan dan memiliki ketrampilan serta keahlian. Seiring berjalannya waktu, warga Desa Simbatan dengan disabilitas sedikit banyak menguasai sejumlah ketrampilan yang diajarkan di shelter workshop seperti membatik, menjahit, membuat keset dan beberapa ketrampilan lainnya. Kemampuan menyerap ilmu dalam pelatihan membatik membuat pendamping siswa membagi tugas kepada mereka. Orang dengan disabilitas intelektual ringan biasanya diberi tugas ketrampilan membentuk pola pada batik ciprat. Sementara yang tuna wicara dan tuna grahita akan diberi tugas menjemur atau memberi warna pada kain atau memberi pekerjaan yang tidak terlalu rumit.

2. Identifikasi potensi kelompok sasaran

Identifikasi kebutuhan masyarakat dilakukan dengan berdiskusi dengan Kepala Desa Simbatan, wawancara dan survei secara langsung untuk mengidentifikasi potensi yang ada di desa Simbatan kecamatan Nguntoronadi kabupaten Magetan Jawa Timur. Setelah melakukan wawancara tim menemukan beberapa permasalahan antara lain kurangnya inovasi produk dan lingkup pemasaran yang masih terjangkau. Untuk membantu meningkatkan penjualan produk batik ciprat, maka perlu dilakukan inovasi pada produk dan pemasaran dari batik ciprat tersebut

3. Bentuk Intervensi kepada kelompok sasaran

Bentuk intervensi yang dilakukan melalui kegiatan, diantaranya:

- Membuat papan petunjuk lokasi batik
- Menciptakan inovasi produk batik kombinasi antara batik tulis dengan batik ciprat berupa batik ikan kutuk dan bambu
- Membuatkan akun toko *online* di *marketplace* Shopee
- Membuatkan website profil usaha batik ciprat
- Membuatkan katalog digital dan katalog cetak untuk produk batik ciprat
- Membuatkan inovasi kemasan produk batik
- Melakukan inovasi produk turunan berupa kain tempat tissu
- Melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan terkait *digital marketing*

Hasil Kegiatan dan Pembelajaran dari Implementasi Kegiatan

Program kerja dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada bulan Juni 2023 sampai dengan November 2023 di desa Simbatan, kecamatan Nguntoronadi, kabupaten Magetan Jawa Timur, diantaranya:

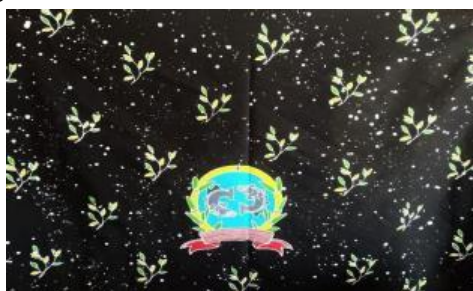
1. Pembuatan dan Pemasangan Plang Petunjuk Arah Lokasi Batik



Gambar 2. Penunjuk Arah Lokasi Batik Ciprat

Pembuatan dan pemasangan plang petunjuk arah bertujuan memudahkan para pengunjung atau pembeli yang akan menuju Sheltered Workshop Peduli "Sambung Roso" tempat produksi Batik Ciprat Simbatan. Plang petunjuk arah sebelumnya dipasang di titik yang kurang strategis dan sudah mulai rusak, maka tim memutuskan untuk membuat desain plang petunjuk arah yang baru. Pemasangan plang petunjuk arah dibantu oleh masyarakat lingkungan sekitar.

2. Inovasi produk batik Ikan Kutuk dan Bambu untuk Motif Batik Ciprat Langitan Simbatan Khas Magetan

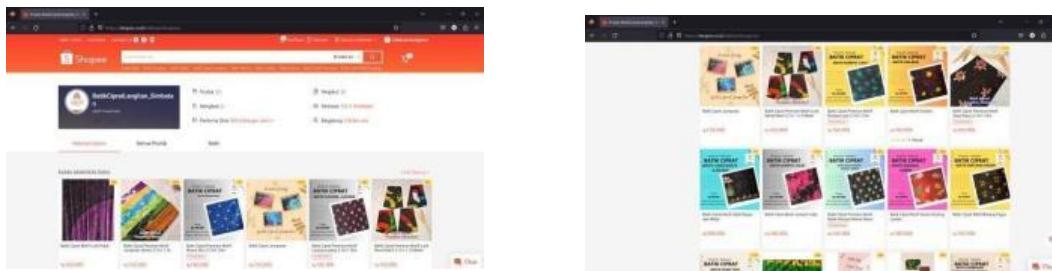


Gambar 3. Inovasi Produk Batik Ciprat

Tim berhasil menciptakan suatu motif batik Ciprat kombinasi dari Ikan Kutuk dan Bambu. Alasan memilih ikan kutuk dan bambu adalah karena ikan kutuk merupakan ikon khas Desa Simbatan dan bambu adalah ikon khas Kabupaten Magetan. Untuk menghindari plagiat atau penyalahgunaan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab dan supaya mendapat perlindungan hukum, motif batik "Harmoni Cipratan Ikan Kutuk dan Bambu" ini didaftarkan HAKI. Inovasi produk ini merupakan komitmen untuk menghasilkan kekhasan batik sehingga terciptanya desain motif batik yang baru bagi generasi muda (Ridanasti & Amin, 2022).

3. Pembuatan Akun Shopee

Tim membuat akun untuk kegiatan penjualan secara *online* di *marketplace* Shopee dan memulai transaksi pembelian secara *online* di *marketpalce* Shopee. Sebelumnya, penjualan Batik Ciprat terbatas dengan metode pemesanan *WhatsApp* dan kunjungan langsung ke Sheltered Workshop Peduli Sambung Roso. Namun, untuk memperluas jangkauan, tim memutuskan untuk memanfaatkan Shopee dengan nama toko "batiksambungroso."



Gambar 4. *Marketplace* Batiksambungroso

Tim tidak hanya membuat akun baru, tetapi juga mengoptimalkan foto produk dan deskripsi produk untuk meningkatkan daya tarik toko di Shopee. Selain itu, juga dilakukan pengiklanan yang disediakan oleh Shopee. Hasilnya, pengiklanan rutin selama 10 minggu memberikan dampak positif berupa peningkatan transaksi setiap bulannya. Adanya transaksi masuk menjadi bukti keberhasilan penerapan digital marketing oleh tim. Keberhasilan ini membuka peluang untuk menerapkan strategi pemasaran digital secara berkelanjutan pada Sheltered Workshop Peduli Sambung Roso. Untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan toko Shopee, maka juga dilakukan pelatihan dan simulasi transaksi di toko Shopee. Hal ini dilakukan sebagai bentuk *upgrading marketplace* dan sosial media untuk pemanfaatan penjualan produk (Purnaningrum et al., 2021).

4. Pembuatan Website Company Profile Batik Ciprat Peduli Sambung Roso



Gambar 5. Website Company Profile Batik Ciprat Peduli Sambung Roso

Website dengan alamat <https://batikprala.id/> adalah halaman web yang menampilkan informasi perusahaan, seperti deskripsi, produk atau layanan yang ditawarkan, dan kontak perusahaan. Dengan adanya *website company profile*, maka dapat memperkenalkan bisnis secara lebih luas di internet. Selain itu, ada banyak fungsi memiliki website profil perusahaan salah satunya adalah sebagai media promosi dan publikasi, serta memperkuat *branding* Batik Ciprat Peduli Sambung Roso. Pembuatan website ini merupakan salah satu strategi pemasaran produk melalui website serta upaya untuk melakukan *branding* terkait kegiatan usaha yang dilakukan (Hartono et al., 2022).

5. Pembuatan Katalog Cetak dan Katalog Digital

Tim menawarkan solusi untuk membuat katalog produk Batik Ciprat untuk memperluas jangkauan pemasaran dan mempermudah pelanggan dalam memilih motif batik yang akan dibeli. Katalog produk Batik Ciprat akan terdiri dari dua jenis yaitu katalog digital dengan format PDF dan katalog cetak dengan ukuran kertas A5. Proses awal dimulai dengan perancangan konsep yang mencerminkan keunikan dan estetika batik ciprat Simbatan, melibatkan pemilihan motif, warna, dan desain yang sesuai. Fotografi produk dilakukan secara maksimal untuk menangkap setiap detail motif dan nuansa warna, menghasilkan gambar berkualitas tinggi yang akan digunakan baik dalam katalog cetak maupun digital. Di dalam katalog terdapat keterangan yaitu nama motif batik ciprat, ukurana, harga dan jenis kain yang digunakan.



Gambar 6. Katalog Batik Ciprat Peduli Sambung Roso

6. Pembuatan Kemasan Produk Batik Ciprat



Gambar 7. Kemasan Batik Ciprat Peduli Sambung Roso

Untuk kemasan produk Batik Ciprat sebelumnya sudah memiliki kemasan produk sendiri tetapi desain kemasan masih terkesan polos. Oleh karena itu tim membuat desain kemasan baru yang lebih kreatif dan inovatif. Pada kemasan baru menggunakan warna kuning emas supaya kemasan terlihat mewah, pada penutup dibuat transparan sebagian. Tujuan pembuatan kemasan produk ini merupakan bentuk inovasi desain yang diharapkan mampu menarik konsumen untuk membeli produk batik yang dapat digunakan sebagai cinderamata (Suprpti et al., 2016) (Kosasih, 2020).

7. Diversifikasi Produk Batik Ciprat berupa Sarung Tissue

Produksi Batik Ciprat menghasilkan limbah kain perca, sehingga perlu dilakukan pembuatan produk turunan dengan memanfaatkan kain perca Batik Ciprat. Dari beberapa ide inovatif, tim memilih produk souvenir berupa sarung tissue. Dalam proses pembuatannya para penyandang disabilitas diberikan pelatihan mulai dari cara membuat pola, menggunting pola, cara menjahit menggunakan mesin jahit hingga pada akhirnya berhasil membuat sarung tissue dengan dua model sekaligus. Pembuatan produk turunan ini sebagai bentuk kolaboratif dan partisipasi antara pihak akademik dengan masyarakat serta perajin batik, sehingga menghasilkan produk turunan yang dibutuhkan masyarakat serta menambah pemasukan bagi perajin batik itu sendiri (Yuliari & Nurchayati, 2022)



Gambar 8. Produk Turunan Batik Ciprat Peduli Sambung Roso

Dari berapa program kerja pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan tim pelaksana, menunjukkan bahwa ada program kerja dinilai memiliki antusias tinggi, yaitu terkait kegiatan pelatihan inovasi pembuatan sarung tissue, pelatihan foto produk, pelatihan *digital marketing* melalui beberapa platform media sosial (Instagram, Facebook, Youtube, Shopee). Kegiatan pelatihan tersebut juga melibatkan beberapa masyarakat desa, diantaranya ialah ibu-ibu PKK Desa Simbatan yang turut serta hadir dalam acara pelatihan pembuatan produk turunan berupa pembuatan sarung tissue. Selain mengadakan beberapa pelatihan, tim juga membuat desain kemasan dan desain Batik Ciprat melalui kombinasi antara motif cipratan, motif bambu (khas kabupaten Magetan), dan motif ikan kutuk yang diadaptasi dari tarian ikon desa Simbatan yaitu Tarian Joget Ikan Kutuk. Penggabungan antara beberapa motif tersebut adalah sarana sebagai inovasi dalam desain Batik Ciprat dan juga mengangkat nilai budaya daerah itu sendiri. Tim juga mengikuti beberapa event pameran untuk sarana pengenalan dan promosi produk Batik Ciprat karya anak-anak disabilitas tersebut.

Hasil dari penerapan program kerja dari tim ini memberikan beberapa dampak yang berkelanjutan bagi Sheltered Workshop Peduli Sambung Roso, diantaranya adalah adanya solusi

untuk pemanfaat kain perca sebagai produk sarung tisu, lebih dikenalnya Batik Ciprat dengan lingkup yang lebih luas, dan timbulnya pesanan melalui media *online* yang dapat meningkatkan hasil atau pendapatan Sheltered Workshop Peduli Sambung Roso.

Selain itu, perlu dilakukan adanya strategi *branding* untuk mengenalkan produk-produk batik ciprat kepada masyarakat luas melalui media sosial (Artanto et al., 2021). Kegiatan branding ini tentunya perlu dilakukan pendamping dalam bentuk kolaborasi antara pihak akademisi, pemerintah desa dan pelaku usaha batik (Riyanto et al., 2022). Untuk mempermudah aktivitas pembayaran bagi konsumen yang membeli produk secara langsung di Shelter, maka perlu dibuatkan QRIS untuk transaksi secara *online* (Sriekaningsih et al., 2022) (Prihatiningsih et al., 2020).

Kesimpulan dan Saran

Kegiatan ini telah menghasilkan inovasi produk batik berupa batik kombinasi antara batik tulis dengan gambar ikan kutuk dan bambu dengan batik ciprat. Kombinasi batik ini merupakan wujud nyata inovasi produk yang juga telah di HAKI kan, sehingga dapat melindungi kreativitas dari perajin batik Ciprat di Simbatan. Selain itu, tim juga melakukan kegiatan inovasi pemasaran dengan cara membuat akun toko online di marketplace Shopee dan website profil Batik Ciprat. Tim juga melakukan kegiatan digital marketing, mulai dari melakukan kegiatan foto dan video produk, pengiklanan di media sosial serta membuat video profil yang diupload di Youtube.

Saran yang diberikan, maka diperlukan untuk memperbanyak kolaborasi dengan pihak eksternal dan mempertimbangkan diversifikasi produk untuk meningkatkan keterampilan anak-anak disabilitas. Selain itu, optimalisasi pemasaran *online*, termasuk strategi iklan berbayar dan interaksi aktif di media sosial, dapat terus ditingkatkan untuk mendukung pertumbuhan hasil dan pendapatan Sheltered Workshop Peduli Sambung Roso. Upaya kreatif dalam mempertahankan inovasi desain Batik Ciprat, seperti melibatkan seniman lokal atau mengadakan kompetisi desain, perlu diteruskan untuk menjaga keunikan produk. Terakhir, perlu dilakukan monitoring dan evaluasi rutin guna mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan, memastikan keberlanjutan, dan mendukung pertumbuhan positif dalam jangka panjang.

Ucapan terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Belmawa Dikti dengan bantuan dana yang diberikan untuk menjalankan Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK) tahun 2023, Ketua Sheltered Workshop Peduli Sambung Roso, yakni Ibu Maryani, S.Pd atas kerja sama dalam kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Artanto, A. T., Pratama, A., Sukirmiyadi, S., Kusnarto, K., & Sholihatin, E. S. (2021). Pemberdayaan UMKM Kampoeng Batik Jetis Kabupaten Sidoarjo melalui Strategi Branding Pada Era Disrupsi. *Journal of Governance and Administrative Reform*, 2(1), 13–26. <https://doi.org/10.20473/jgar.v2i1.30071>
- Astawinetu, E. D., Wijayanti, Y. K., & Hidayati, C. (2021). Inovasi Desain Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Batik. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 3(2), 182–193. <https://doi.org/10.30872/plakat.v3i2.6714>
- BBKB. (2022). *Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) Kementerian Perindustrian*.

- Ciptaningtyas, G., Desmawati, L., & Malik, A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat melalui Produksi Batik Ciprat di Desa Gumiwang Kabupaten Banjarnegara. *DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 1(7), 62–74.
- Gravitiani, E., Samudro, B. R., Purnomo, R. A., Sarungu, J., & Rahardjo, M. (2021). Batik Ciprat, Identitas dan Pemberdayaan Ekonomi Penyandang Disabilitas Kampung Idiot Ponorogo. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 502–508. <https://doi.org/10.30651/aks.v5i4.5337>
- Hartono, U., Kistyanto, A., Fatoni, F., Isbanah, Y., & Arifah, I. D. C. (2022). *Increasing Batik Market Share Through Optimization Of Web-Based Digital Marketing*. 9(2), 381–389.
- Idayati, D. N., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Promosi Berbasis Wisata Edukasi dan Inovasi Produk Batik Pecel Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Ecogen*, 5(2), 224–234. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i2.13059>
- Kosasih, K. (2020). Disain Produk, Promosi Secara Online, Citra Merek Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Soshum Insentif*, 3(2), 221–227. <https://doi.org/10.36787/jsi.v3i2.407>
- Magvira, N. L., Hakim, A., Pramesti, D. D., & Ova, R. S. (2023). Pemberdayaan UMKM Batik Labako di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember melalui Pemasaran Produk Berbasis e-commerce. *Warta Pengabdian*, 17(1), 80–93. <https://doi.org/10.19184/wrtp.v17i1.38386>
- Mu'minin, A., & Puspitalia, Y. S. (2021). Pengembangan Teknik Pemasaran Produk Batik Ciprat di Desa Karangpatihan Balong Ponorogo melalui Workshop Digital Marketing. *Prodimas*, 1(1), 203–217.
- Pada, A. T., Yahya, A. F., Isma, A., Malik, A. J., Syarief, R., Paramita, A. J., Araz, R. A., Sucipto, K. R. R., & Syamril, S. (2022). Literasi Keuangan dan Pemasaran Digital untuk Membangun Ekonomi Desa Tangguh Berbasis Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 22(2), 321–329. <https://doi.org/10.35965/eco.v22i2.1559>
- Praswati, A. N., Mabruroh, Mukharomah, W., Sina, H. K., & Mafian, D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Batik Sekar Arum. *Abdi Psikonomi*, 3(4), 216–221.
- Prihatiningsih, Kusmargiani, I. S., Soebroto, N. W., Sunindyo, A., Kodir, M. A., Utami, T., Sulistyorini, Martia, D. Y., Nugraha, N., & Fajria, R. N. (2020). Strategi Pemasaran UMKM Asal Batik. *Seminar PKm*, 3(1), 890–896.
- Purnaningrum, E., Dwiarta, I. M. B., Aripriabowo, T., Waryanto, R. B. D., & Prasetyo, A. (2021). Pemberdayaan UMKM Disabilitas Trenggalek untuk Peningkatan Pendapatan Pasca Pandemi melalui Upgrading Sosial Media. *Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 94–99. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.2.2.4858>
- Ridanasti, E., & Amin, T. M. (2022). Pendampingan Regenerasi Pengrajin Batik di Desa Kebon Bayat Kabupaten Klaten. *Andarma*, 9(1), 25–29.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.11534>
- Rukmini, Kristiyanti, L., Pardanawati, S. L., Utami, W. B., Samanto, H., & Budiyo. (2021). Pembinaan dan Pendampingan Desa Inklusif Disabilitas Produksi Batik Ciprat di Desa Pucung

- Kismantoro. *Jurnal Budimas*, 03(02), 246–252.
- Safitri, H. K., Winarno, T., Kusuma, A. C., Hariyadi, H., Murtono, A., & Nurcahyo, S. (2023). Kreasi Ecoprint di Desa Wringinsongo Tumpang Kabupaten Malang. *Jurnal Abdimas PHB*, 6(4), 1103–1110.
- Sriekaningsih, A., Riyanto, S., & Prakasa, A. (2022). Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Di Kota Tarakan. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 92–101. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v2i3.112>
- Srijani, N., Riyanto, S., Hariyani, D. S., & Prastyaningrum, I. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Melalui Kegiatan Digital Entrepreneurship Pada Mahasiswa. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(8), 1707–1714. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i8.740>
- Srijani, N., Riyanto, S., & Hasanah, K. (2021). *Menjadi Digital Entrepreneurship*. Madiun: CV AE Media Grafika.
- Suprpti, A. R., Santoso, R. E., & Rahmawati, R. (2016). Inovasi Desain, Teknologi, dan Pemasaran Lewat Website Usaha Kecil Menengah Batik dan Lutik (Lurik Batik) di Kecamatan Laweyan Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(3), 397–412. <https://doi.org/10.24914/jeb.v19i3.410>
- Suprayitno, H., & Martanti, D. E. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Batik Desa Sumberjo Sutojayan Kabupaten Blitar. *Prosiding Seminar Nasional*, 1, 1049–1055.
- Susanto, R., Nugroho, N. T., & Lestari, W. (2020). Penguatan Produksi dan Pemasaran Batik Ciprat Karya Difabel di Desa Pucung Kismantoro Wonogiri. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(2), 13–18. <https://doi.org/10.32486/jd.v4i2.516>
- Susanto, R., Triyandari Nugroho, N., & Lestari, W. (2020). Penguatan Pemasaran Batik Ciprat Karya Difabel Melalui Social Media Dan Website. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 251–258. <https://doi.org/10.12928/jp.v4i3.2445>
- Syahputra, R., & Soesanti, I. (2022). Upaya Peningkatan Produktivitas Dan Pemasaran UKM Batik Dengan Penerapan Green Technology. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 395–400. <https://doi.org/10.18196/ppm.41.799>
- Tjahjani, I., Hatta, M., & Wahyudi, A. (2020). Strategi Mempertahankan Eksistensi Batik Tulis Kampoeng Jetis Dengan Peningkatan Daya Saing Dan Kemandirian Para Pengrajin. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 3(1), 1–5. <https://doi.org/10.20473/jlm.v3i1.2019.1-5>
- Tunggal, A. R., Darmaningrum, K., & Fajri, R. N. (2022). Peningkatan Daya Saing Umkm Batik Tulis Lasem Mustika Canting Melalui Upgrading Produk Dan Digital Marketing. *Al-Khidmat: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 82–88. <https://doi.org/10.15575/jak.v5i2.19856>
- Widiastuti, C. T., Universari, N., & S, R. L. P. N. S. (2023). Edukasi Pemasaran dan Branding Pada UMKM di Paguyuban Ulam Raos Sejahtera Semarang. *Jurnal Abdimas PHB*, 6(4), 1061–1068.
- Yuliari, G., & Nurchayati, N. (2022). Inovasi Melalui Diversifikasi Produk Batik Khas Semarang Berbasis Kolaboratif-Partisipatif Akademisi dan Masyarakat. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(1), 327–334. <https://doi.org/10.54082/jamsi.205>