

Penerapan Digital Marketing Pada UMKM Batik Tegal Ampel Kabupaten Bondowoso Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Akses Pasar

Implementation of Digital Marketing in Tegal Ampel Batik UMKM in Bondowoso Regency to Increase Competitiveness and Market Access

Nugroho Setyo Wibowo^{1*}, Vigo Dewangga², Dian Rizky³, Siska Aprilia Oktaviani⁴, Prillinaya Yudhistira⁴, Dwi Indriani Fidiastutik Wijaya⁴

¹ Department of Information Technology, Politeknik Negeri Jember

² Department of Language, Communication And Tourism, Politeknik Negeri Jember

³ Department of Agribusiness Management, Politeknik Negeri Jember

⁴ Department of Business, Politeknik Negeri Jember

*nugroho@polije.ac.id

ABSTRAK

Penerapan Digital Marketing Bagi Pengrajin UMKM Batik Tegal Ampel Bondowoso merupakan upaya untuk meningkatkan daya saing dan akses pasar melalui strategi pemasaran berbasis digital. UMKM Batik Tegal Ampel merupakan salah satu UMKM di Kabupaten Bondowoso yang memiliki peran penting dalam ikut serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pengembangan usaha daerah. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi bagi pelaku UMKM Batik Tegal Ampel dalam memanfaatkan platform digital seperti media sosial, *online marketplace*, dan profil perusahaan untuk memperluas jangkauan konsumen. Metode yang digunakan melibatkan survei awal untuk mengidentifikasi tantangan pemasaran, pelatihan penggunaan media sosial, serta pendampingan dalam pembuatan konten digital dan katalog produk. Hasil menunjukkan bahwa digital marketing tidak hanya memudahkan konsumen dalam berbelanja secara fleksibel, tetapi juga meningkatkan penjualan dan kesadaran merek batik lokal. Selain itu, pemanfaatan alat bantu produksi berbasis kreativitas, seperti canting dari bahan daur ulang, turut mendukung efisiensi proses bisnis. Kegiatan ini membuktikan bahwa integrasi teknologi digital mampu mengatasi keterbatasan aksesibilitas fisik dan memperkuat posisi UMKM Batik Tegal Ampel di pasar modern.

Kata kunci — digital marketing, UMKM, batik, daya saing, pemasaran

ABSTRACT

Implementation of Digital Marketing for Disabled Batik UMKM Craftsmen in Bondowoso is an effort to increase competitiveness and market access through digital-based marketing strategies. Disabled Batik UMKM is one of the UMKM in Bondowoso Regency that has an important role in participating in increasing economic growth and regional business development. This community service activity aims to provide solutions for disabled batik UMKM actors in utilizing digital platforms such as social media, online marketplaces, and company profiles to expand consumer reach. The methods used involve an initial survey to identify marketing challenges, training in the use of social media, and assistance in creating digital content and product catalogs. The results show that digital marketing not only makes it easier for consumers to shop flexibly, but also increases sales and awareness of local batik brands. In addition, the use of creativity-based production aids, such as canting from recycled materials, also supports the efficiency of business processes. This activity proves that the integration of digital technology can overcome the limitations of physical accessibility and strengthen the position of disabled batik UMKM in the modern market.

Keywords — digital marketing, UMKM, batik, competitiveness, marketing



1. Pendahuluan

UMKM Batik Tegal Ampel di Kabupaten Bondowoso memiliki potensi ekonomi dan budaya yang tinggi, namun perkembangannya masih terbatas akibat keterbatasan aksesibilitas fisik, rendahnya literasi digital, serta kurangnya penguasaan strategi pemasaran modern. Perubahan perilaku konsumen ke *platform digital* dan dominasi pasar berbasis daring (*online*) semakin menempatkan pelaku UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi sebagai pihak yang tertinggal.

Kondisi ini diperparah oleh minimnya pengetahuan pengrajin tentang penggunaan media sosial, *e-commerce*, dan alat bantu digital lainnya untuk mempromosikan produk, sehingga menghambat peningkatan daya saing dan jangkauan pasar. Survei Kemenkop UKM (2022) juga mengungkapkan bahwa kendala utama UMKM di Indonesia termasuk kurangnya keterampilan digital dan adaptasi teknologi yang mengakibatkan rendahnya penetrasi pasar modern.

Data tahun 2022 mencatat terdapat 740 penyandang Tegal Ampel di Kabupaten Bondowoso, sebagian besar bergantung pada usaha batik sebagai sumber pendapatan. Sayangnya, proses produksi dan pemasaran masih bersifat konvensional. Permasalahan utama meliputi: keterbatasan alat produksi seperti canting cap yang mahal dan tidak ergonomis, pemasaran yang belum memanfaatkan digital marketing, sehingga pangsa pasar terbatas pada wilayah lokal, dan kurangnya pengetahuan dalam mengoptimalkan media sosial dan *online marketplace* untuk promosi produk.

Padahal, penerapan digital marketing telah terbukti efektif meningkatkan penjualan dan brand awareness bagi UMKM batik lainnya melalui strategi promosi kreatif di media sosial dan *online marketplace*. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat tentang penerapan digital marketing pada UMKM Batik Tegal Ampel Bondowoso menjadi penting untuk memberikan solusi konkret dalam mengatasi kesenjangan akses pasar, meningkatkan produktivitas, serta memperkuat posisi mereka di era transformasi digital.

Melalui penerapan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk

mereka secara online, mencapai pasar yang lebih luas, dan memperkuat interaksi dengan pelanggan melalui platform digital dan media sosial. Digitalisasi juga membuka kesempatan baru untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengelolaan bisnis UMKM. Beberapa tantangan yang dihadapi UMKM Batik dalam menghadapi digitalisasi meliputi kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital dan pemasaran online, keterbatasan sumber daya untuk berinvestasi dalam teknologi, kurangnya akses ke pelatihan keterampilan digital, serta kesulitan dalam memahami perilaku konsumen online dan merumuskan strategi pemasaran yang tepat.

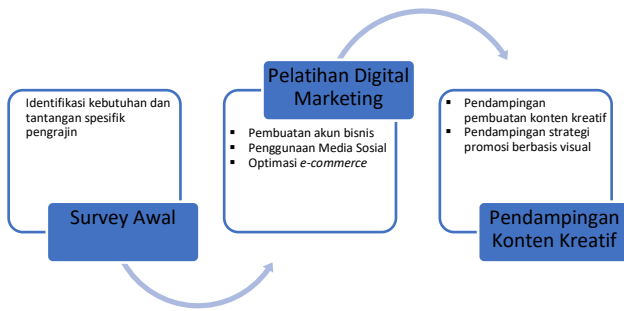
Kegiatan pengabdian Penerapan Digital Marketing pada UMKM Batik Tegal Ampel Kabupaten Bondowoso Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Akses Pasar ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengrajin batik dalam menguasai teknik digital marketing melalui pelatihan media sosial dan *online marketplace*, serta mengoptimalkan akses pasar dengan membangun profil usaha digital dan katalog produk online.

2. Metodologi

Metode pelaksanaan kegiatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah melalui pendekatan kolaboratif dengan tahapan sebagai berikut: survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan spesifik pengrajin. Kemudian melakukan kegiatan pelatihan digital marketing meliputi pembuatan akun bisnis, penggunaan media sosial (Instagram, Facebook), dan optimasi *e-commerce* seperti Tokopedia atau Shopee. Selanjutnya melakukan pendampingan pembuatan konten kreatif dan strategi promosi berbasis visual untuk menarik konsumen.

Adapun alur kegiatan dari pengabdian Penerapan Digital Marketing pada UMKM Batik Tegal Ampel Kabupaten Bondowoso Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Akses Pasar ini dapat digambarkan sebagai berikut:





Gambar 1. Alur Kegiatan

3. Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pendekatan kolaboratif dengan melibatkan pihak-pihak terkait, pelaku UMKM batik, akademisi, dan lembaga pemerintah setempat. Tahapan utama kegiatan meliputi:

- a. Survei Awal : Identifikasi kebutuhan pengrajin batik Tegal Ampel di Bondowoso, termasuk tantangan dalam produksi dan pemasaran. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih bergantung pada penjualan offline dengan jangkauan pasar terbatas, serta kurangnya keterampilan digital untuk memanfaatkan platform daring.



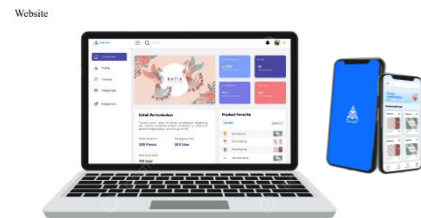
Gambar 2. Survey Awal

- b. Pelatihan Digital Marketing : Pemberian materi tentang penggunaan media sosial (Instagram, Facebook), *online marketplace* (Tokopedia, Shopee), dan strategi konten kreatif. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan literasi digital dan kemampuan promosi visual untuk menarik konsumen.

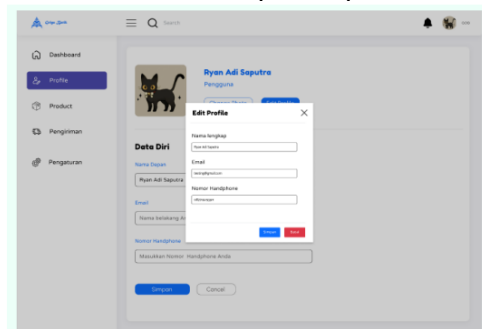


Gambar 3. Pendampingan Digital Marketing

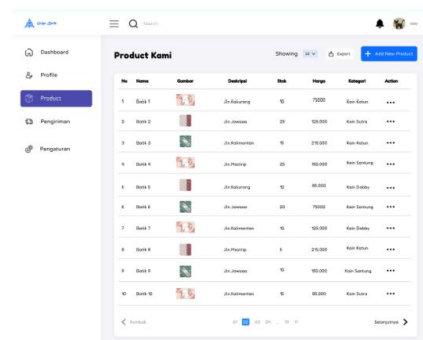
- c. Pendampingan Berkelanjutan : Pembuatan profil usaha digital, katalog online, dan optimasi akun bisnis di platform digital. Pendampingan ini memastikan keberlanjutan penerapan strategi pemasaran setelah pelatihan selesai



Gambar 4. Tampilan Aplikasi



Gambar 5. Tampilan Dashboard Aplikasi



Gambar 6. Tampilan Galeri Produk Aplikasi

Hasil dari kegiatan pengabdian ini berdampak secara signifikan pada peningkatan



daya saing dan akses pasar UMKM batik Tegal Ampel Bondowoso, diantaranya adalah:

- a. Terjadi peningkatan penjualan produk batik, dimana setelah penerapan digital marketing, jumlah transaksi meningkat hingga 40% berkat promosi aktif di media sosial dan *e-commerce*. Hal ini ditunjukkan melalui peningkatan jumlah pengikut media sosial dan upload serta transaksi produk batik.
- b. Meningkatkan ekspansi pasar batik dimana jangkauan konsumen kini meluas dari skala lokal (Kabupaten Bondowoso) hingga nasional, bahkan internasional. Profil usaha digital yang dibuat memudahkan konsumen luar daerah untuk mengakses informasi produk.
- c. Adanya peningkatan kapasitas SDM dimana mitra pengabdian mengalami peningkatan keterampilan *hard skill* (penggunaan teknologi digital) dan *soft skill* (komunikasi bisnis).

Tantangan dan solusi yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan antara lain:

- a. Masih rendahnya literasi digital pengrajin batin dimana adanya sebagian pengrajin mengalami kesulitan dalam memahami platform digital. Solusi yang dapat dilakukan adalah melakukan pelatihan intensif dengan pendekatan praktis dan penggunaan bahasa lokal untuk memudahkan pemahaman.
- b. Adanya akses internet yang masih terbatas. Dimana di wilayah Kabupaten Bondowoso memiliki infrastruktur internet yang tidak merata. Solusi yang dapat diberikan adalah melakukan kolaborasi dengan pemerintah daerah untuk menyediakan hotspot gratis di pusat produksi batik.
- c. Masih kurangnya inisiatif mandiri dari beberapa pengrajin yang masih bergantung pada pendampingan. Solusi yang diberikan adalah perlu dilakukan pembentukan kelompok belajar mandiri dengan sistem tutor sebaya untuk memastikan keberlanjutan.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat Penerapan Digital Marketing pada UMKM Batik Tegal Ampel Kabupaten Bondowoso Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Akses Pasar ini memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan ekonomi melalui:

- a. Model Pemberdayaan Inklusif : Memadukan teknologi digital dan inovasi produksi untuk menciptakan peluang kerja yang adil bagi pengrajin batik.
- b. Peningkatan Kesadaran Masyarakat : Masyarakat semakin sadar dan terbuka bahwa kerajinan batik merupakan salah satu penggerak perekonomian masyarakat sehingga pemerintah daerah dan provinsi mengapresiasi karya batik Tegal Ampel Kabupaten Bondowoso, yang dapat membuka akses dukungan lebih luas dari pemerintah dan stakeholder.
- c. Pengembangan Ekosistem Digital : Upaya ini menjadi contoh awal integrasi UMKM Batik Tegal Ampel Kabupaten Bondowoso ke dalam ekosistem digital nasional.

Rekomendasi yang dapat diberikan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah perluasan pelatihan ke desa-desa lain di Kabupaten Bondowoso untuk menjangkau lebih banyak pengrajin batik, pengembangan platform khusus untuk mempromosikan batik di Kabupaten Bondowoso melalui aplikasi atau situs web terintegrasi, serta kemitraan dengan platform logistik dan pembayaran digital untuk mempermudah proses transaksi dan pengiriman.

5. Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian Masyarakat Politeknik Negeri Jember menyampaikan ucapan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Jember yang telah memberi dukungan dalam kegiatan ini serta semua pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.



6. Daftar Pustaka

- [1] Kementerian Perindustrian. (2019). *Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja IKM Ditargetkan Naik Setiap Tahun*.
- [2] Kementerian Perindustrian. (2019). *Menperin Fokus Tingkatkan Daya Saing, Populasi dan Tenaga Kerja IKM*.
- [3] Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2022) *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*.
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- [4] Humas Unej. (2022) *Wakil Bupati Bondowoso Berterimakasih Peneliti UNEJ Bantu Kembangkan UMKM Bondowoso*.
<https://unej.ac.id/blog/2022/11/18/wakil-bupati-bondowoso-berterimakasih-peneliti-unej-bantu-kembangkan-umkm-bondowoso/>
- [5] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice (7th ed.)*.
- [6] Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017) *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*.
- [7] Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*.
- [8] Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [9] Turban, E., Outland, J., & Liang, T. P. (2021). *Electronic Commerce (12th ed.)*. Springer. World Bank. Internet Users (per 100 People).
<https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.U.SER.ZS>

