



Pendampingan Pembuatan Katalog dan Optimalisasi Aset Digital IKM Batik Sekar Wangi Sedjati Kota Pasuruan

Gias Nashich Fahmi
Universitas Muhammadiyah Malang

Received: 1 Juni 2025; Revised: 15 Juni 2025; Accepted: 30 Juni 2025

Abstract

This community service program aims to support the digital transformation of the Batik SMEs Center in Pasuruan City, particularly in the areas of product marketing and promotion. Despite having strong potential in batik production, the SMEs had not yet fully utilized digital assets such as product catalogs, professional photography, social media, and online marketplaces. To address this challenge, the implementing team conducted a series of mentoring and training activities covering product photography, content writing, digital catalog design, digital marketing strategies, branding enhancement, and catalog management systems. The program was carried out in four main stages: needs assessment, technical assistance, solution implementation, and evaluation and monitoring. The results show a significant improvement in digital literacy and technical skills among the SMEs. They now possess high-quality product documentation, digital and printed catalogs, as well as active social media and marketplace accounts. Consistent visual identity and product management systems have also started to be applied. This program has made a tangible impact on enhancing the competitiveness of the SMEs while strengthening collaboration between the university and the local community. The success of this initiative is expected to serve as a replicable model for other SME centers in adopting digital transformation to expand their market reach and ensure business sustainability.

Keywords: *Digital Transformation, Product Marketing, Community Service, Digital Literacy*

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung transformasi digital Sentra IKM Batik Kota Pasuruan, khususnya dalam aspek pemasaran dan promosi produk. Meskipun memiliki potensi besar dalam produksi batik, para pelaku IKM belum secara optimal memanfaatkan aset digital seperti katalog produk, fotografi profesional, media sosial, dan marketplace. Untuk menjawab tantangan tersebut, tim pelaksana melaksanakan program pendampingan dan pelatihan yang mencakup fotografi produk, penyusunan deskripsi, desain katalog digital, strategi pemasaran digital, penguatan branding, dan manajemen katalog produk. Program dilaksanakan dalam empat tahap utama: identifikasi kebutuhan, pendampingan teknis, implementasi solusi, serta evaluasi dan monitoring. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi digital dan keterampilan teknis pelaku IKM. Mereka kini memiliki dokumentasi produk berkualitas, katalog dalam format digital dan cetak, serta akun media sosial dan marketplace yang aktif. Penerapan identitas visual dan sistem pengelolaan produk juga mulai berjalan. Kegiatan ini memberikan dampak nyata terhadap peningkatan daya saing IKM dan memperkuat sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat. Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model replikasi bagi sentra IKM lainnya dalam mengadopsi transformasi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: Transformasi Digital, Pemasaran Produk, Pengabdian, Literasi Digital



A. PENDAHULUAN

Industri Kecil dan Menengah (IKM) batik memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung perekonomian kreatif serta pelestarian warisan budaya Indonesia(1). Batik bukan hanya sekedar produk tekstil, tetapi juga merupakan bagian dari identitas bangsa yang telah diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Budaya Tak Benda. Dalam konteks ekonomi, sektor IKM batik berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, pemberdayaan masyarakat, serta peningkatan kesejahteraan para perajin. Meskipun demikian, pelaku usaha IKM batik masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam hal pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital yang semakin berkembang pesat(2).

Salah satu kelompok yang menjadi fokus dalam kegiatan ini adalah Sentra IKM Batik Kota Pasuruan. Kelompok ini terdiri dari sekitar tujuh perajin batik dengan berbagai spesialisasi, mulai dari produksi kain batik tulis hingga batik cap. Meskipun memiliki keahlian dalam proses produksi, mereka masih mengalami kendala dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik usaha, terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh para pelaku IKM batik di Kota Pasuruan.

Pertama, kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Mayoritas pelaku IKM batik masih mengandalkan cara-cara tradisional dalam menjual produknya, seperti mengandalkan pelanggan tetap, mengikuti event pameran, atau membuka toko fisik(3). Cara konvensional ini memiliki keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas, terutama dalam era digital saat ini, di mana kebiasaan belanja konsumen telah bergeser ke platform online. Minimnya pemanfaatan marketplace dan media sosial membuat produk batik mereka sulit bersaing dengan produk serupa dari daerah lain yang telah lebih dahulu mengadopsi teknologi digital.

Kedua, minimnya keterampilan dalam pembuatan aset digital. Produk batik memiliki nilai estetika yang tinggi, tetapi banyak pelaku usaha belum memiliki keterampilan dalam membuat foto produk yang menarik, desain katalog digital yang profesional, atau video promosi yang berkualitas(4). Aset digital yang kurang menarik dapat berdampak pada rendahnya daya saing produk di pasar online, karena konsumen cenderung lebih tertarik pada produk dengan tampilan visual yang profesional dan informatif.

Ketiga, kurangnya pengetahuan dalam strategi pemasaran digital. Selain belum memiliki aset digital yang memadai, para pemilik usaha juga belum memahami strategi pemasaran berbasis digital secara optimal. Mereka belum sepenuhnya mengerti cara kerja algoritma media sosial, optimasi mesin pencari (SEO) di marketplace, serta pemanfaatan iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas produk. Padahal, strategi pemasaran digital yang tepat dapat membantu mereka menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, baik di tingkat nasional maupun internasional(5).

Keempat, terbatasnya jaringan dan akses pasar. Banyak pelaku IKM batik di Pasuruan masih menghadapi keterbatasan dalam menjalin kemitraan dengan distributor atau pelanggan potensial di luar daerah. Tanpa pemasaran berbasis digital yang efektif, jangkauan pasar mereka cenderung terbatas pada lingkup lokal. Hal ini berdampak pada stagnasi penjualan dan sulitnya meningkatkan omset usaha.

Berdasarkan berbagai permasalahan tersebut, diperlukan sebuah upaya untuk meningkatkan kapasitas pelaku IKM batik dalam mengadopsi teknologi digital dan strategi pemasaran modern. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan



pendampingan kepada para perajin batik di Kota Pasuruan agar mereka dapat lebih mandiri dalam mengelola pemasaran berbasis digital.

Tujuan utama dari kegiatan ini meliputi beberapa aspek penting. Pertama, meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku IKM batik dalam membuat aset digital berkualitas, seperti foto produk yang menarik, katalog digital yang profesional, serta video promosi yang informatif. Dengan aset digital yang baik, produk batik mereka akan lebih mudah menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing di pasar online.

Kedua, memberikan pelatihan terkait strategi pemasaran digital agar mitra dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial dan marketplace dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam pelatihan ini, para pelaku usaha akan diajarkan bagaimana cara memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk promosi, serta bagaimana cara menggunakan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia untuk meningkatkan penjualan.

Ketiga, meningkatkan daya saing IKM batik melalui optimalisasi branding dan digitalisasi pemasaran produk. Branding yang kuat dapat membantu produk batik lebih dikenal oleh konsumen dan menciptakan loyalitas pelanggan. Selain itu, digitalisasi pemasaran akan memungkinkan mereka untuk lebih fleksibel dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.

Keempat, mendorong transformasi digital dalam pengelolaan usaha batik, termasuk dalam pencatatan stok dan transaksi secara digital. Dengan pencatatan yang lebih rapi dan terstruktur, pelaku usaha dapat lebih mudah mengontrol persediaan barang, menganalisis tren penjualan, serta meningkatkan efisiensi operasional bisnis mereka.

Kegiatan pengabdian ini juga sejalan dengan kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang mendorong mahasiswa dan akademisi untuk berperan aktif dalam pemberdayaan masyarakat. Dalam konteks ini, kegiatan ini akan melibatkan mahasiswa dalam memberikan pendampingan kepada IKM batik, sehingga mereka dapat memperoleh pengalaman praktis dalam implementasi teknologi digital untuk usaha kecil. Mahasiswa yang terlibat dalam program ini akan memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan mereka dalam bidang pemasaran digital, manajemen bisnis, serta pemberdayaan masyarakat.

Selain itu, program ini mendukung Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, khususnya dalam beberapa aspek penting. Pertama, IKU 2, di mana mahasiswa mendapatkan pengalaman di luar kampus melalui keterlibatan dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Kedua, IKU 3, yang menekankan keterlibatan dosen dalam kegiatan di luar kampus, termasuk pelatihan dan pendampingan mitra usaha. Ketiga, IKU 5, di mana hasil kerja sama dengan mitra memberikan dampak nyata bagi peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha IKM batik.

Fokus pengabdian ini juga selaras dengan program pemberdayaan ekonomi berbasis digital yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku IKM melalui adaptasi teknologi. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan yang sistematis, diharapkan mitra dapat lebih mandiri dalam mengelola aset digital dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Transformasi digital yang diusung dalam kegiatan ini bukan hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk membangun ekosistem bisnis yang lebih kuat dan berkelanjutan bagi para pelaku IKM batik di Kota Pasuruan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pelaku usaha batik, mahasiswa, serta perguruan tinggi yang terlibat dalam program ini. Bagi pelaku IKM, kegiatan ini akan membantu mereka dalam meningkatkan kapasitas bisnis dan daya saing produk mereka di pasar digital. Bagi mahasiswa, program ini memberikan kesempatan untuk belajar



langsung dari dunia usaha serta mengasah keterampilan mereka dalam bidang pemasaran digital dan pemberdayaan masyarakat. Sementara itu, bagi perguruan tinggi, kegiatan ini dapat memperkuat peran akademisi dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal melalui pendekatan berbasis teknologi.

Dengan berbagai manfaat yang ditawarkan, diharapkan kegiatan ini dapat menjadi langkah awal dalam mendorong transformasi digital bagi IKM batik di Kota Pasuruan, sehingga mereka dapat berkembang lebih pesat dan berdaya saing di era digital yang semakin kompetitif.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Untuk memastikan keberhasilan implementasi solusi, kegiatan ini akan dilakukan melalui tahapan berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan Mitra

- Melakukan survei awal terhadap IKM Batik Kota Pasuruan untuk mengetahui kebutuhan spesifik dalam pembuatan katalog dan pengelolaan aset digital.

- Menyusun rencana kerja berdasarkan hasil analisis kebutuhan.

2. Pendampingan

- Melakukan pendampingan foto produk dan desain katalog.

- Melakukan pendampingan pemasaran digital dan manajemen aset digital.

- Mengadakan sesi praktik langsung dan bimbingan intensif.

3. Implementasi Solusi

- Membantu mitra dalam pembuatan katalog digital dan cetak.

- Membimbing mitra dalam penyusunan strategi branding dan pemasaran digital.

- Mengoptimalkan platform media sosial dan marketplace

4. Evaluasi dan Monitoring

- Melakukan evaluasi berkala terhadap perkembangan mitra.

- Memberikan masukan dan rekomendasi perbaikan.

- Menyusun laporan akhir dan dokumentasi hasil kegiatan.

Pendekatan ini akan memastikan bahwa solusi yang ditawarkan benar-benar efektif dan dapat diterapkan secara berkelanjutan oleh IKM Batik Kota Pasuruan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan memberikan dampak nyata bagi peningkatan kapasitas dan kemandirian pelaku IKM Batik di Kota Pasuruan, khususnya mitra binaan IKM Batik Sekar Wangi Sejati. Melalui serangkaian program pelatihan, pendampingan, dan implementasi langsung di lapangan, kegiatan ini berhasil mendorong transformasi dari pola pemasaran konvensional menuju pendekatan digital yang lebih efektif dan relevan dengan perkembangan zaman. Selain itu, penguatan identitas merek, peningkatan literasi digital, dan penerapan sistem manajemen katalog produk turut memperkuat fondasi usaha IKM untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Berikut ini disampaikan uraian capaian hasil kegiatan pengabdian yang telah dicapai secara sistematis.

Peningkatan Kapasitas Digitalisasi Produk

Melalui pelatihan teknis, pelaku IKM kini mampu memproduksi foto produk dengan kualitas baik, memahami dasar-dasar pencahayaan, styling produk, serta mengatur latar dan sudut



pengambilan gambar. Pelatihan ini meningkatkan kemampuan mereka dalam mendokumentasikan produk secara profesional.

Transformasi Pemasaran Konvensional ke Digital

Mitra yang sebelumnya hanya mengandalkan pemasaran konvensional mulai beralih ke platform digital. Mereka didampingi dalam pembuatan dan pengelolaan akun media sosial dan marketplace, serta dibekali kemampuan membuat caption yang menarik dan berinteraksi secara efektif dengan konsumen.

Penguatan Branding dan Identitas Visual

Pelaku IKM mendapatkan pendampingan dalam merancang logo, menentukan warna merek, dan menyusun narasi yang mencerminkan karakter produk. Hasilnya adalah identitas visual yang konsisten di berbagai media, baik cetak maupun digital.

Peningkatan Literasi Digital dan Kemandirian

Kegiatan ini juga meningkatkan pemahaman mitra terhadap pentingnya jejak digital, analisis performa konten, serta pengelolaan akun bisnis secara mandiri. Mitra kini lebih percaya diri dalam mengembangkan dan mempromosikan usahanya secara digital.

Penerapan Sistem Pengelolaan Produk

IKM dibantu membuat sistem manajemen katalog digital yang mencatat informasi produk secara terstruktur, meliputi foto, deskripsi, harga, dan stok. Sistem ini membantu dalam perencanaan produksi, promosi, dan evaluasi penjualan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan berbagai luaran yang tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi mitra, tetapi juga memiliki dampak jangka panjang dalam mendukung keberlanjutan usaha dan peningkatan daya saing IKM Batik di Kota Pasuruan. Setiap luaran dirancang untuk menjawab permasalahan nyata yang dihadapi mitra, serta mendukung transformasi digital secara bertahap dan terukur. Mulai dari dokumentasi produk yang lebih profesional, penguatan identitas merek, hingga aktivasi platform digital, seluruh capaian ini menjadi fondasi penting bagi strategi pemasaran dan operasional mitra ke depan.

Selain memberikan manfaat praktis bagi mitra IKM Batik Sekar Wangi Sejati, luaran yang dihasilkan juga mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi melalui keterlibatan aktif dosen dan mahasiswa. Sinergi antara dunia akademik dan pelaku industri lokal ini menjadi model kolaborasi yang efektif dalam pengembangan UMKM berbasis digital. Berikut adalah rincian luaran yang telah dicapai selama kegiatan pengabdian berlangsung.

D. PENUTUP

Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Sentra IKM Batik Kota Pasuruan berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas pelaku industri kecil dan menengah (IKM) dalam bidang digitalisasi produk dan pemasaran. Kegiatan pendampingan yang dilakukan terbukti mampu meningkatkan keterampilan teknis pelaku IKM, terutama dalam fotografi produk, penyusunan deskripsi, dan desain katalog, yang secara langsung berdampak pada peningkatan kualitas materi promosi. Transformasi digital dalam proses pemasaran pun mulai berjalan secara aktif, di mana IKM yang sebelumnya mengandalkan metode konvensional kini telah memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran utama. Selain itu, kesadaran akan pentingnya branding dan identitas visual meningkat secara signifikan, terlihat dari kemampuan



pelaku IKM dalam menerapkan elemen branding yang konsisten, seperti logo, warna, dan gaya komunikasi pada seluruh aset digital mereka. Penerapan sistem manajemen katalog digital juga turut meningkatkan efisiensi pengelolaan data produk, memungkinkan pelaku IKM untuk memperbarui informasi produk secara mandiri dan berkala. Keterlibatan aktif mahasiswa dan dosen dalam program ini semakin memperkuat sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat, tidak hanya dalam meningkatkan kompetensi mitra, tetapi juga dalam mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha mitra dan menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif antara akademisi dan pelaku industri lokal dapat menghasilkan solusi yang aplikatif dan berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan pelaksanaan dan evaluasi kegiatan, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan acuan untuk keberlanjutan program maupun pengembangan kegiatan serupa di masa mendatang. Pertama, perlu dilakukan pendampingan lanjutan secara berkala untuk memastikan keberlangsungan penggunaan sistem manajemen katalog serta optimalisasi media digital yang telah dibangun. Kedua, pihak IKM disarankan untuk membentuk tim khusus atau menunjuk penanggung jawab internal di bidang digital marketing agar aktivitas promosi dapat terus berjalan secara berkelanjutan setelah program berakhir. Ketiga, perguruan tinggi dapat mengembangkan model pelatihan modular yang lebih spesifik, seperti kelas pembuatan konten, copywriting, atau manajemen marketplace, guna mendukung penguatan kapasitas digital pelaku IKM secara lebih mendalam. Keempat, kolaborasi lintas sektor, termasuk dengan pemerintah daerah dan pelaku industri kreatif, perlu ditingkatkan untuk memperluas akses terhadap pasar, pelatihan, dan pendampingan jangka panjang. Terakhir, dokumentasi kegiatan serta luaran yang telah dihasilkan selama program hendaknya dimanfaatkan sebagai model percontohan bagi sentra IKM lainnya di wilayah Jawa Timur maupun daerah lain yang memiliki potensi pengembangan industri serupa.

Ucapan Terima Kasih

• Mitra pengabdian, Bapak Saiful selaku pengelola IKM Batik Sekar Wangi Sejati, atas kerjasama, keterbukaan, serta partisipasi aktif selama proses pendampingan. • Ibu Erna dan Ibu Titiek selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan yang sangat berarti dalam pelaksanaan kegiatan ini. Seluruh pihak yang turut membantu dan mendukung kelancaran kegiatan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

E. DAFTAR PUSTAKA

1. Suranto S, Pratiwi R, Nurgiyatna N, Pratiwi A, Rahman RA. Model Pemasaran Batik Berbasis Digital Industri Kreatif di Indonesia. *AKSES J Ekon dan Bisnis*. 2023;18(1):13–8.
2. Wilamsari F. Optimalisasi Digital Marketing Strategy Umkm Batik Randu7 Mulia Probolinggo. *J Pengabd Masy dan Lingkung*. 2024;2(2):46.
3. Hasanah U, Awwalia L, Putu N, Arnani R. Pendampingan Digital Marketing bagi Pengrajin Batik guna Meningkatkan Branding Batik di Tanjungbumi. 2025;11(1).
4. Muhammad Nizar, M. Jamhuri AR. Penguatan Kapabilitas Digital UKM Batik Canting Khas Gempol. *J Abdi Insa*. 2024;11(September):755–63.
5. Saputri¹ FN, Ernanda M, Setyawidyastuti² P, Cahyani AD, Setiyawan D, Nurhidayat S, et al. Pendampingan Digital Marketing Pada Batik Khas Desa Pagerukir Melalui Sosial Media Digital Marketing Assistance in Pagerukir Village Typical Batik Through Social Media. *Pengabd Kpd Masyarakat*. 2023;1(5):1086–92.