

# **PERLUASAN PASAR DAN PENGEMBANGAN PRODUK BATIK GIRILAYU UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI DAN DAYA SAING UKM**

**BRM Bambang Irawan, Endang Widiyastuti**

Pusat Penelitian dan Pengembangan Pariwisata dan Budaya LPPM Universitas Sebelas Maret  
Surakarta

## **Abstrak**

Perluasan Pasar dan Pengembangan Produk Batik Girilayu untuk Meningkatkan Kompetensi dan Daya Saing UKM ini bertujuan untuk meningkatkan jangkauan pasar dan mendiversifikasi produk batik yang dihasilkan oleh UKM Batik Wahyu Sari dan Kelompok Pengrajin Batik Girilayu di Desa Girilayu Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar. Kegiatan IbM ini didasarkan atas beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UKM Batik Wahyu Sari dan Kelompok Pengrajin Batik Girilayu, yakni: (1) terbatasnya variasi motif batik yang diproduksi oleh UKM maupun kelompok pengrajin, (2) terbatasnya diversifikasi warna, baik warna alam maupun warna sintetis yang dihasilkan, (3) terbatasnya desain (model) baju batik yang sudah jadi dan siap pakai, dan (4) terbatasnya strategi pemasaran dan pasar yang menjadi target UKM maupun kelompok pengrajin. Metode yang digunakan dalam kegiatan IbM Perluasan Pasar dan Pengembangan Produk Batik Girilayu untuk Meningkatkan Kompetensi dan Daya Saing UKM ini meliputi: (1) metode diskusi untuk menentukan langkah-langkah dan tahapan pelaksanaan kegiatan, (2) metode sharing pengetahuan dengan mitra, (3) metode transfer keterampilan melalui pelatihan untuk meningkatkan keterampilan mitra, dan (4) metode pendampingan untuk perluasan pasar dan pengembangan produk. Hasil yang ditargetkan dari kegiatan IbM Perluasan Pasar dan Pengembangan Produk Batik Girilayu untuk Meningkatkan Kompetensi dan Daya Saing UKM ini adalah bertambahnya pasar bagi produk batik yang dihasilkan oleh UKM Batik Wahyu Sari dan Kelompok Pengrajin Batik Girilayu di Desa Girilayu Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar, meningkatnya diversifikasi dan kualitas produk batik yang dihasilkan, baik dalam hal motif, desain baju jadi berbahan batik, maupun pewarnaan, serta meningkatkan pengetahuan tentang promosi dan pemasaran.

Kata Kunci: Batik, Diversifikasi Produk, Kompetensi, Perluasan Pasar.

## **PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang**

Batik Girilayu merupakan nama atau istilah yang diberikan kepada batik yang diproduksi di Desa Girilayu Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar, yang terletak di daerah perbatasan antara Propinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur dan berjarak sekitar 25 Km dari kampus utama Universitas Sebelas Maret di Kota Surakarta. Pembuatan batik di Desa Girilayu tersebut telah dilakukan secara turun temurun dan pembuatan batik merupakan salah satu alternatif pendapatan bagi masyarakat setempat, khususnya kaum perempuan. Di Desa Girilayu terdapat UKM batik Wahyu Sari yang merupakan satu-satunya UKM batik di desa itu. Di samping itu juga terdapat kelompok pengrajin yang tergabung dalam suatu paguyuban yang dinamakan Kelompok Pengrajin Batik Girilayu. Hal ini antara lain dikarenakan di Desa Girilayu terdapat SDM pengrajin batik yang jumlahnya cukup banyak. Di Desa Girilayu terdapat sebanyak kurang lebih 350 orang perempuan pengrajin (Widiyastuti, 2012).

Meskipun masih tergolong tahap pemula dalam konteks industri atau usaha kecil di bidang pembuatan kerajinan batik, UKM Batik Wahyu Sari maupun Kelompok Pengrajin Batik Girilayu memiliki kekuatan yang dapat mendukung pengembangan batik sebagai potensi unggulan daerah Kabupaten Karanganyar. Secara umum batik Girilayu memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai komoditas unggulan daerah Kabupaten Karanganyar karena memiliki beberapa kekuatan. Kekuatan tersebut antara lain adalah sebagai berikut.

1) Batik Girilayu memiliki kelebihan dalam hal dukungan sumber daya

manusia, dalam hal ini perempuan pengrajin, baik dalam hal jumlah maupun kesiapan untuk bekerja dengan baik dan tekun serta memiliki kemauan untuk mengembangkan diri melalui keikutsertaan dalam berbagai pelatihan yang telah banyak diikuti oleh para pengrajin dan juga pengusaha dalam rangka meningkatkan diversifikasi dan kualitas produk.

- 2) Lokasi pembuatan batik Girilayu berada pada satu desa dengan makam raja-raja dari Pura Mangkunegaran Surakarta di Astana Mangadeg dan Astana Girilayu dan memiliki latar belakang historis yang terkait dengan keberadaan makam tersebut. Bahkan pembuatan batik Girilayu memiliki keterkaitan sejarah dengan keberadaan makam raja-raja di Mangadeg tersebut. Para peziarah yang akan mengunjungi makam diwajibkan menggunakan kain batik, baik laki-laki maupun perempuan. Oleh karena itu di daerah yang berada di dekat makam di Desa Girilayu tersebut, menurut sejarahnya lalu membuat batik untuk kepentingan melakukan ziarah di Makam Mangadeg.
- 3) Di Kabupaten Karanganyar terdapat banyak daya tarik wisata, baik yang potensial maupun yang sudah berkembang, yang dapat disinergikan dengan pengembangan batik lokal yakni batik Girilayu, khususnya dalam konteks promosi dan pemasaran. Produk batik Girilayu dapat dijual sebagai cenderamata wisata di berbagai lokasi daya tarik wisata di Karanganyar tersebut, seperti air terjun Grojogan Sewu di Tawangmangu, Sapta Tirta Pablengan di Matesih, air terjun Jumog di desa wisata Berjo, Candi Suku, candi Cetho, kawasan wisata ziarah

Mangadeg dan sebagainya. Dengan demikian produksi batik Girilayu tidak harus dibatasi pada produksi kain batik yang berukuran standar (110 cm X 200 cm) yang lazimnya dijadikan kain panjang untuk dipakai dengan kebaya atau dijadikan bahan untuk membuat hem/baju, melainkan perlu dikreasi dengan dibuat cenderamata yang bervariasi dengan harga yang terjangkau oleh wisatawan.

Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra (UKM Batik Wahyu Sari dan Kelompok Pengrajin Batik Girilayu) adalah terbatasnya variasi motif batik yang diproduksi oleh UKM maupun kelompok pengrajin, terbatasnya diversifikasi warna, baik warna alam maupun warna sintetis yang dihasilkan, terbatasnya desain (model) baju batik yang sudah jadi dan siap pakai, serta terbatasnya media pemasaran.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program IBM ini adalah: (1) meningkatkan variasi motif batik yang diproduksi oleh UKM maupun kelompok pengrajin, (2) mengembangkan diversifikasi warna, baik warna alam maupun warna sintetis yang dihasilkan, (3) mengembangkan desain (model) baju batik yang sudah jadi dan siap pakai, serta (4) mengembangkan media pemasaran melalui *online marketing* untuk menjangkau pasar yang lebih luas..

## 2. Kajian Pustaka

### 1) Pemasaran

Menurut Wahab (2003: 149) pemasaran dilakukan sebagai suatu kelompok aktivitas yang dilakukan untuk (1) merumuskan pasar, (2) mempelajari dan

menganalisa kebutuhan konsumen, (3) meninjau dan menyesuaikan kembali produksi sebagaimana mestinya, (4) mengembangkan alat/cara untuk mendekatkan kebutuhan konsumen pada produksi dan bahkan menciptakan kebutuhan-kebutuhan itu, serta (5) memuaskan pelanggan melalui penyempurnaan produk.

Banyak buku teks (*textbooks*) mengenai pemasaran pariwisata yang mulai muncul pada tahun delapan-puluhan. Bersamaan dengan itu muncul pula berbagai definisi mengenai pemasaran. Salah satu definisi pemasaran dikemukakan oleh DR. Willian H. Kaven, seorang profesor ilmu ekonomi dan pemasaran dari jurusan Administrasi Perhotelan, Universitas Cornell, yang menyebutkan bahwa: "Pemasaran adalah proses usaha, baik dengan permintaan yang nyata maupun yang masih potensial akan barang dan jasa yang diformulasikan, diusahakan, dan disediakan oleh penjual. Proses itu mencakup upaya semua bidang fungsi penjual yang bekerja sama untuk menghasilkan jasa-jasa atau produk yang harganya tepat, waktunya pasti, tempatnya jelas sehingga dapat memenuhi permintaan pasar dan mencapai tingkat keuntungan pemasar itu" (dalam Wahab, 2003: 22). Sedangkan menurut Kotler, Bowen dan Makens (dalam Pearce, 2000), "*marketing is a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating and exchanging products and value with others.*"

Dari berbagai definisi mengenai pemasaran tersebut, dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah suatu cara dalam menjalankan suatu usaha dengan lebih menitikberatkan perhatian terhadap pelanggan daripada terhadap produk.

Semua fungsi manajemen termasuk pengorganisasian, perencanaan, pengambilan keputusan, dan pengawasan terhadap hasilhasilnya, diarahkan kepada orientasi pemasaran yang mewujudkan suatu kumpulan teknik dan strategi guna mencapai tujuan-tujuan perusahaan.

Promosi dan pemasaran yang memadai mensyaratkan sebuah cakupan yang melingkupi semua jenis produk. Sedangkan promosi dan pemasaran yang strategis memerlukan berbagai media yang tepat yang dapat menjangkau pasar yang diharapkan (Seaton, 1996). Pada saat ini terdapat berbagai media promosi pariwisata, antara lain surat kabar, majalah, radio, televisi, leaflet, booklet, brosur, video, CD-Rom, dan internet. Demikian juga, guna menjangkau pasar yang lebih luas secara internasional, beragam bahasa dapat digunakan seperti bahasa Inggris, Mandarin, Jepang, Korea, Perancis, Jerman, Belanda, dan bahasa lainnya.

Pemasaran online (online marketing) atau kadang juga disebut e-marketing (electronic marketing) pada dasarnya adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa dengan menggunakan media Internet atau jaringan www. Dalam memperluas dan mengembangkan pemasaran produknya UKM perlu melakukan pemasaran secara online dengan membuat website agar usaha mereka dapat berkembang lebih pesat. Dengan menggunakan media pemasaran secara online melalui internet, UKM akan memperoleh beberapa keuntungan yang dapat menguatkan daya saing mereka. Beberapa keuntungan menggunakan internet sebagai media pemasaran adalah memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi biaya pemasaran,

memperpanjang jangka waktu pemasaran, meningkatkan image perusahaan /UKM/pelaku usaha di mata para konsumen, memudahkan perusahaan /UKM/pelaku usaha untuk menjalin hubungan dengan para konsumen, serta mendukung upaya untuk membangun basis data pelanggan (Fatullah, 2008; Hayati, 2012).

## 2) Batik

Batik adalah proses penulisan gambar atau ragam hias pada media apapun dengan menggunakan lilin batik (wax / malam) sebagai alat perintang warna. Pada pembuatan batik, lilin batik (malam) diaplikasikan pada kain untuk mencegah penyerapan warna pada saat proses pewarnaan. Definisi batik berbasis teknik pembuatannya tersebut telah disepakati pada Konvensi Batik Internasional di Yogyakarta pada tahun 1997. Meskipun demikian, masyarakat awam mengenal batik sebagai kain yang memiliki corak dan motif yang khas. Dengan kata lain, orang awam mengenal batik sebagai motif, bukan sebagai teknik pembuatan kain (Razak & Anggraeni, 2012).

Berkaitan dengan etimologinya terdapat beberapa versi tentang asal kata batik. Dua versi yang paling terkenal adalah bahwa kata batik berasal dari bahasa proto-austronesia dan bahasa Jawa. Batik berasal dari bahasa proto-austronesia “becik” yang artinya membuat tato dan berasal dari bahasa Jawa yaitu “amba” atau menulis dan “titik”. Berdasarkan cara pembuatannya, batik dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu:

### a) Batik tulis

Proses penggambaran lilin batik pada kain menggunakan canting.

### b) Batik cap

Proses penggambaran lilin batik pada kain menggunakan cap yang dibentuk sesuai dengan motif yang diinginkan.

c) Batik kombinasi cap tulis

Proses penggambaran malam pada pada kain menggunakan canting dan cap.

Seiring dengan perkembangan teknologi tekstil dan kebutuhan adanya produksi massal, saat ini banyak beredar kain bermotif batik atau yang terkenal dengan nama batik print. Pembuatan batik print dilakukan dengan mencetak motif batik diatas kain yang kemudian disusul dengan pewarnaan sebagaimana proses sablon. Batik print jika mengacu pada pengertian batik secara umum jelas bukan merupakan batik karena pada proses pembuatannya tidak menggunakan metode rintang warna atau tidak mengaplikasikan lilin batik pada kain.

Pada perkembangan selanjutnya, saat ini mulai dikenal suatu metode baru yang menghasilkan batik cetak atau print malam. Batik print malam merupakan perpaduan antara sablon dan batik. Pada metode ini, materi yang dicetak ke atas kain bukan pasta sebagaimana pada teknik sablon tetapi berupa lilin batik. Selanjutnya kain tersebut mengalami proses pencelupan (pewarnaan) sebagaimana pada proses pembuatan batik tulis dan/atau batik cap. Jika ditinjau dari sisi definisi batik, maka batik print malam dapat dikategorikan sebagai batik sebagaimana batik tulis dan batik cap (Razak & Anggraeni, 2012).

Batik merupakan ekspresi budaya yang memiliki makna simbolis dan nilai estetika yang tinggi bagi masyarakat Indonesia. Batik merupakan karya seni kerajinan yang unik dan keunikan tersebut telah membentuk karakter bangsa yang membedakan dengan bangsa lain sehingga dapat menjadi jati diri bangsa. Sebagai karya bangsa Indonesia batik telah diakui

oleh UNESCO sebagai warisan budaya tak benda dari Indonesia pada tanggal 2 Oktober 2009. Berdasarkan moment tersebut maka tanggal 2 Oktober ditetapkan sebagai hari Batik Nasional. Hal tersebut ditetapkan oleh Pemerintah dengan maksud agar seluruh masyarakat Indonesia menyadari dan turut menghargai warisan budaya leluhur Indonesia (Santyaputri, 2012).

Pada jaman dulu sebagian besar orang beranggapan bahwa batik hanya pantas digunakan pada kesempatan tertentu saja, misalnya untuk upacara adat seperti pernikahan, hajatan keluarga serta berbagai acara resmi. Selaras dengan perkembangan jaman, sekarang penggunaan batik semakin meluas. Batik digunakan dalam berbagai kesempatan dan waktu, baik resmi maupun tidak resmi, baik dalam kontek suasana atau upacara tradisional maupun dalam suasana modern.

Anggapan bahwa batik hanya milik masyarakat Jawa dan kalangan tertentu saja sekarang ini sudah tidak sesuai.

Makna batik kini telah mengalami pergeseran. Pergeseran makna batik sebagai identitas budaya terjadi dalam masyarakat kita. Sebagai contoh, di jaman penjajahan, batik membedakan orang pribumi dengan non pribumi. Dulu batik dipakai untuk membedakan kelas sosial seseorang, atau menunjukkan asal daerah seseorang. Namun demikian kini makna batik sebagai identitas budaya telah mengalami pergeseran dari lingkup daerah ke lingkup nasional. Misalnya, batik menunjukkan identitas seseorang dari lingkup suku atau budaya tertentu di Indonesia. Tetapi sekarang batik telah mencakup identitas budaya yang semakin luas dan menjadi batik nusantara sehingga tidak mudah untuk membedakan batik tertentu berasal dari daerah tertentu di Indonesia. Hal ini telah

menyebabkan terbangunnya identitas baru yakni batik nusantara.

Demikian pula dari segi fungsinya batik juga mengalami pergeseran. Dahulu batik lebih banyak digunakan sebagai baju. Saat ini fungsi tersebut telah bergeser ke berbagai fungsi lainnya, misalnya batik digunakan sebagai interior dan berbagai product design lain, seperti tas batik, dompet batik, dan bahkan becak yang dicat dengan corak batik, dan casing handphone dengan corak batik.

Kini batik diakui oleh seluruh bangsa Indonesia sebagai milik masyarakat nusantara. Berbagai suku memiliki tradisi batik dengan ciri atau karakternya masing-masing. Demikian pula sekarang batik digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat. Batik bukan hanya milik lapisan masyarakat tertentu saja. Saat ini setiap orang dari berbagai suku dan kelas bisa memakai batik dalam segala suasana. Mereka memiliki kebanggaan menggunakan batik. Hal ini menunjukkan bahwa batik memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan ruang dan waktu (Stuart Hall dalam Santyaputri, 2012).

Berkaitan dengan batik terdapat beberapa penelitian pendahuluan tentang seni kerajinan tradisional antara lain adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Desy Nur Cahyani (2009) yang menyebutkan bahwa industri kerajinan tradisional di Indonesia yang sebagian besar tersebar di pedesaan terancam jatuh justru pada saat industri kreatif bidang kerajinan sedang tumbuh pesat. Faktor internal dan eksternal menjadi penyebab bangkrutnya industri kerajinan tradisional. Faktor-faktor tersebut sebenarnya dapat diatasi jika industri kerajinan tradisional bertransformasi menjadi industri kreatif. Kunci transformasi terletak pada peningkatan kualitas SDM pengrajin. Setelah itu perlu dilakukan upaya

introspeksi terhadap keunikan produk yang digeluti selama ini sebagai modal pengembangan desain.

Penelitian Sariyatun (2001) membahas tentang usaha batik masyarakat Cina di Surakarta awal abad ke-20. Pada dasarnya penelitian ini menggarisbawahi tentang masyarakat Cina di Surakarta yang selain menguasai usaha di bidang obat-obatan batik juga melebarkan sayap usahanya ke produksi pembuatan batik. Hal ini dapat berlangsung karena masyarakat Cina memiliki keunggulan dalam berdagang dibandingkan dengan pribumi, tersedianya tenaga buruh murah, sudah menguasai bahan baku dan obat-obatan untuk membuat batik, memiliki modal yang kuat dengan jaringan kredit, menguasai distribusi barang dan eceran serta mampu memasuki kapital dalam proses produksi batik. Namun, penelitian ini juga belum menyentuh tentang regenerasi seniman batik. Penelitian Widiyastuti, dkk (2013) menyebutkan bahwa batik memiliki kekuatan untuk menjadi generator perekonomian masyarakat dan sekaligus menjadi salah satu faktor penarik kunjungan wisatawan ke lokasi-lokasi yang merupakan sentra pembuatan batik.

## **METODE PENELITIAN**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program IbM Perluasan Pasar dan Pengembangan Produk Batik Girilayu untuk Meningkatkan Kompetensi dan Daya Saing UKM ini dipaparkan sebagai berikut.

- 1) Melakukan transfer kompetensi (pengetahuan dan keterampilan) tentang cara-cara pengembangan kreativitas dan inovasi untuk membuat motif batik Girilayu

- a) Memberikan penyuluhan tentang cara-cara pengembangan kreativitas dan inovasi untuk membuat motif batik Girilayu
  - b) Melakukan diskusi tentang cara-cara pengembangan kreativitas dan inovasi untuk membuat motif batik Girilayu
  - c) Melakukan pendampingan untuk tentang cara-cara pengembangan kreativitas dan inovasi untuk membuat motif batik Girilayu
- 2) Melakukan transfer kompetensi (pengetahuan dan keterampilan) tentang cara-cara mendiversifikasi warna untuk memperkaya variasi dan kombinasi warna batik Girilayu
- a) Memberikan penyuluhan tentang cara-cara mendiversifikasi warna untuk memperkaya variasi dan kombinasi warna batik Girilayu.
  - b) Melakukan diskusi tentang cara-cara mendiversifikasi warna untuk memperkaya variasi dan kombinasi warna batik Girilayu.
  - c) Melakukan pendampingan untuk mempraktekkan diversifikasi warna untuk memperkaya variasi dan kombinasi warna batik Girilayu.
- 3) Melakukan transfer kompetensi (pengetahuan dan keterampilan) tentang pengembangan desain baju jadi berbahan kain batik Girilayu
- a) Memberikan penyuluhan tentang cara-cara mendesain baju dengan bahan kain batik Girilayu.
  - b) Melakukan diskusi tentang cara-cara mendesain baju dengan bahan kain batik Girilayu.
  - c) Melakukan pendampingan untuk mempraktekkan cara-cara mendesain baju dengan bahan kain batik Girilayu.
- 4) Melakukan transfer kompetensi (pengetahuan dan keterampilan) tentang strategi pemasaran.
- a) Memberikan penyuluhan tentang strategi pemasaran
  - b) Melakukan diskusi tentang strategi pemasaran.
  - c) Melakukan pendampingan tentang strategi pemasaran.
  - d) Membuatkan website untuk promosi produk yang dihasilkan mitra.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program IbM-Perluasan Pasar dan Pengembangan Produk Batik Girilayu untuk Meningkatkan Kompetensi dan Daya Saing UKM ini difokuskan pada upaya untuk mencari solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh UKM. Solusi tersebut telah diberikan melalui pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Hal-hal yang telah dilakukan oleh tim pengabdian bersama mitra dijelaskan sebagai berikut.

- 1) Terlaksananya pertemuan dengan mitra untuk mengidentifikasi ulang kebutuhan mitra agar sesuai dengan perkembangan kondisi mitra dalam satu terakhir.

Pada tahap awal pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program Ipteks bagi Masyarakat (IbM) Perluasan Pasar dan Pengembangan Produk Batik Girilayu untuk Meningkatkan Kompetensi dan Daya Saing UKM ini pihak tim IbM dari perguruan tinggi (UNS)

melaksanakan pertemuan dengan mitra (UKM & kelompok pengrajin) untuk melakukan identifikasi ulang terhadap kebutuhan mitra agar sesuai dengan perkembangan kondisi mitra dalam satu terakhir. Dari identifikasi kebutuhan tersebut diketahui bahwa mitra lebih memerlukan pengembangan produk dalam bentuk improvisasi produk sehingga tidak hanya berkutat pada masalah pembuatan batik menjadi kain namun dikembangkan ke arah pembuatan baju jadi dengan menggunakan bahan kain batik yang diproduksi oleh mitra. Produk baju jadi yang akan dikembangkan merupakan suatu upaya untuk mendiversifikasi produk. Baju jadi yang akan dihasilkan adalah baju jadi yang bisa digunakan oleh berbagai kelompok, baik tua maupun muda, pria maupun wanita, ukuran kecil maupun besar, serta dari berbagai bahan, baik bahan yang berupa kain batik prin maupun tulis. Dalam kegiatan identifikasi ulang terhadap kebutuhan mitra ini sekaligus juga dapat diketahui alat-alat yang dibutuhkan oleh mitra untuk mengembangkan diri. Selain kebutuhan untuk mengembangkan produk, mitra (UKM dan kelompok pengrajin) juga membutuhkan adanya perluasan pasar. Pasar batik Girilayu diharapkan dapat menjangkau wilayah dan kalangan yang lebih luas. Selama ini pemasaran produk batik Girilayu lebih banyak didominasi oleh pasar lokal meskipun pada beberapa waktu yang lalu produk batik Girilayu, utamanya produk yang dihasilkan oleh UKM Batik Wahyu Sari, sempat menembus pasar Kalimantan. Namun demikian pemasaran ke Kalimantan pernah menimbulkan masalah pembayaran.

Oleh karena itu pihak UKM menginginkan adanya sistem pemasaran *online* yang dapat menghindari terjadinya ketidaktepatan pembayaran maupun penipuan oleh pembeli.

- 2) Terlaksananya kegiatan transfer kompetensi (pengetahuan dan keterampilan) tentang pembuatan baju jadi berbahan kain batik Girilayu.

Pembuatan baju jadi merupakan salah satu upaya yang ingin dilakukan oleh pihak mitra untuk mendiversifikasi produk mereka. Ketepatan memilih bahan, motif, warna, dan desain baju jadi menjadi kunci untuk meraih keberhasilan usaha di bidang konveksi atau pembuatan baju jadi. Selain itu pembuatan baju jadi dengan menggunakan bahan dasar berupa kain batik Girilayu yang dihasilkan oleh para pengrajin yang terdapat di daerah itu merupakan salah satu peluang kerja baru yang cukup menjanjikan. Dengan demikian pihak UKM dapat memberikan lebih banyak kesempatan kerja kepada warga di sekitarnya, baik pekerjaan untuk menghasilkan kain batik dengan berbagai metode seperti tulis dan print maupun pekerjaan untuk membuat pakaian jadi dengan bahan kain batik Girilayu yang dihasilkan tersebut.

Keinginan UKM untuk mengembangkan produk dengan membuat baju jadi telah ditindaklanjuti melalui program IbM ini. Dengan mengawali kegiatan pembuatan baju jadi melalui identifikasi kebutuhan maka diketahui bahwa pihak UKM menginginkan pelatihan mulai dari awal karena mereka memang sama sekali belum memiliki pengetahuan dan

keterampilan untuk membuat baju jadi. Meskipun di daerah tersebut terdapat beberapa orang yang dapat menjahit namun mereka selama ini hanya bisa menjahit kain yang sudah dipola dan dipotong oleh pihak yang memberi pekerjaan. Jadi mereka tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk mengukur, membuat pola dasar baju, dan memotong kain untuk kemudian dijahit menjadi baju jadi. Oleh karena itu pelatihan yang diberikan melalui program IbM ini diawali dengan pelatihan secara menyeluruh dari tahap awal (mengukur) hingga tahap akhir yakni menjahit. Pelatihan dilaksanakan secara berkelompok, yakni dengan mengelompokkan peserta menjadi beberapa pasang. Mereka mempraktekkan cara mengukur yang telah dicontohkan oleh pelatih (instruktur). Masing-masing peserta mengukur secara bergantian. Setelah berlatih mengukur, para peserta diberi pengetahuan dan keterampilan untuk membuat pola dasar baju yang akan dibuat. Pelatihan dengan membuat pola dasar dilakukan secara bergantian oleh masing-masing pasangan. Pelatihan ini dilakukan dengan menggambar di atas kertas khusus yang cukup tebal sehingga dapat diletakkan di gantungan agar tidak mudah robek atau rusak. Pola dasar yang dibuat terdiri atas pola dasar untuk badan bagian muka, pola dasar untuk badan bagian belakang, serta pola dasar untuk bagian lengan.

Setelah selesai membuat pola dasar langkah berikutnya adalah melatih peserta untuk memotong kain batik Girilayu berdasarkan pola dasar. Pelatihan memotong dilaksanakan secara hati-hati untuk memberikan contoh kepada para peserta untuk tidak

bersikap ceroboh dan asal-asalan. Pada tahap pertama pada latihan pemotongan digunakan kain sederhana yakni batik print untuk mengantisipasi ketidaktepatan. Pelatihan dilakukan secara serentak atau bersama oleh seluruh peserta. Pada tahap selanjutnya dipraktekkan juga pemotongan kain batik tulis yang diproduksi oleh UKM.

Setelah kegiatan pelatihan pemotongan kain selesai dilaksanakan, langkah berikutnya adalah menjahit kain yang sudah dipotong sesuai pola dasar. Pelatihan menjahit dilakukan secara bergantian oleh peserta. Hal ini dikarenakan keterbatasan mesin jahit yang ada. Sebelum pelatihan menjahit dilaksanakan, kedua mitra tidak memiliki mesin jahit. Untuk mengatasi hal ini tim IbM memfasilitasi mitra dengan memberikan bantuan mesin jahit multi fungsi untuk sekaligus melakukan pelatihan menjahit dengan berbagai variasi jahitan yang disesuaikan dengan motif kain batik yang dijahit.

Pelatihan menjahit dilaksanakan dengan melibatkan beberapa pengrajin, baik yang tergabung di UKM Batik Wahyu Sari maupun yang tergabung di Kelompok Pengrajin Batik Girilayu. Diantara para pengrajin batik yang mengikuti pelatihan menjahit, terdapat beberapa orang yang sudah memiliki bekal pengetahuan tentang cara menjahit. Terdapat juga beberapa peserta yang sudah terlibat dalam pekerjaan menjahit baju secara konveksi, namun mereka hanya melakukan bagian penjahitan saja, karena mereka tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan memotong pakaian. Sebagian peserta lainnya sama sekali belum memiliki

pengetahuan dan keterampilan memotong pakaian maupun menjahit namun memiliki semangat dan motivasi yang sangat tinggi untuk dapat belajar memotong kain menjadi baju serta menjahit baju.

- 3) Terlaksananya kegiatan transfer kompetensi (pengetahuan dan keterampilan) tentang pengembangan desain baju jadi berbahan kain batik Girilayu

Pada tahap ini dilakukan pelatihan menjahit menuju pengembangan *fashion* berbasis batik Girilayu. Setelah keseluruhan proses dari mengukur hingga menjahit selesai, tahap berikutnya adalah melakukan pelatihan pengembangan pola dasar. Dalam pelatihan ini peserta diberi kesempatan untuk memilih model baju yang ingin dibuat. Kemudian model tersebut diterjemahkan ke dalam pola (memecah pola) untuk dipotong dan dijahit. Beberapa model baju dipraktikkan oleh peserta untuk mengembangkan kompetensi mereka dalam membuat baju jadi dengan bahan kain batik. Dalam pelatihan tersebut dipraktikkan pembuatan pola beberapa model baju baik baju untuk laki-laki (kemeja/hem) maupun baju untuk perempuan (gaun dan blus).

Pengetahuan mengenai pengembangan desain baju merupakan hal yang perlu dimiliki oleh mitra, utamanya bagi para pengrajin yang bekerja pada mitra, baik di UKM Batik Wahyu Sari maupun di Kelompok Pengrajin Batik Girilayu. Pengembangan desain baju diarahkan untuk dapat menyesuaikan dengan selera pasar atau permintaan konsumen dengan tetap berupaya untuk

memperkenalkan dan mempopulerkan produk batik Girilayu.

Menjadwalkan kegiatan transfer kompetensi (pengetahuan dan keterampilan) tentang strategi pemasaran batik Girilayu

Kegiatan pengembangan pemasaran batik Girilayu lebih diarahkan pada perluasan pasar melalui online marketing. Terlepas dari beberapa kekurangan yang dimiliki, dalam konteks pengembangan batik Girilayu pemasaran online memiliki beberapa kelebihan. Pertama, pemasaran online dapat mengurangi terjadinya masalah penipuan terhadap UKM. Hal ini amat berguna untuk mengantisipasi terulangnya penipuan yang pernah dialami oleh UKM. Kedua, pemasaran online dapat menjangkau pasar yang lebih luas secara geografis dengan tanpa harus mendatangi wilayah pemasaran secara fisik. Melalui website yang dibuat untuk mempromosikan produk, pihak UKM dapat memamerkan produk sebanyak-banyaknya. Website yang dibangun untuk mempromosikan batik Girilayu adalah [www.batik-girilayu.com](http://www.batik-girilayu.com).

- 4) Terlaksananya pemberian bantuan peralatan untuk mengembangkan usaha UKM batik Wahyu Sari dan Kelompok Pengrajin Batik Girilayu.

Selama ini mitra hanya berkonsentrasi pada pembuatan kain batik dengan beberapa teknik, utamanya batik tulis dan batik print. Untuk mengembangkan diri pihak mitra menginginkan adanya pelatihan untuk membuat baju jadi berbasis kain batik Girilayu yang mereka produksi. Dalam hal ini pihak mitra membutuhkan

bantuan peralatan utama yakni mesin jahit. Oleh karena itu untuk memenuhi kebutuhan mitra tersebut tim IbM UNS memberikan bantuan berupa mesin jahit multi fungsi agar sekaligus dapat digunakan untuk mengembangkan berbagai model yang memerlukan jenis-jenis jahitan yang beragam sesuai dengan motif kain batik yang digunakan. Dengan adanya mesin jahit multi fungsi pihak mitra dapat berkreasi mengembangkan berbagai macam produk berbasis kain batik yang dihasilkan oleh UKM masing-masing. Keberadaan mesin jahit multi fungsi juga telah membangkitkan semangat para pengrajin yang bekerja di UKM untuk mempelajari hal yang baru, utamanya bagi mereka yang sebelumnya tidak pernah berkecimpung di bidang jahit menjahit.

## PENUTUP

Pelaksanaan kegiatan Ipteks bagi Masyarakat (IbM) Perluasan Pasar dan Pengembangan Produk Batik Girilayu untuk Meningkatkan Kompetensi dan Daya Saing UKM telah dilaksanakan dengan baik dengan melibatkan tim pengabdian, UKM Batik Wahyu Sari dan Kelompok Pengrajin Batik Girilayu, tim ahli, dan mahasiswa. Di samping memberikan pendampingan dalam bentuk penambahan wawasan/pengetahuan serta peningkatan keterampilan dalam mengembangkan produk batik, tim pengabdian juga memfasilitasi UKM dan kelompok pengrajin dengan alat atau fasilitas untuk melakukan pengembangan produk. Dengan meningkatnya diversifikasi dan kualitas produk serta terwujudnya *website* untuk pemasaran secara *online*, diharapkan UKM dapat meningkatkan daya

saingnya serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Beberapa hal yang perlu ditingkatkan berkaitan dengan perluasan pasar dan pengembangan produk batik Girilayu utamanya bagi UKM Batik Wahyu Sari dan Kelompok Pengrajin Batik Girilayu adalah sebagai berikut. Untuk meningkatkan diversifikasi produk batik Girilayu, perlu ditingkatkan motivasi UKM dan pengrajin untuk menciptakan produk baru yang beraneka ragam dan sedapat mungkin memiliki kekhasan. Untuk membangun keanekaragaman produk harus didukung oleh komitmen UKM dan pengrajin untuk senantiasa juga membaca kemauan dan keinginan pasar sehingga produk-produk baru yang diciptakan dapat diterima dan diminati oleh pasar. Untuk meningkatkan kualitas *website* perlu dilakukan *update* gambar-gambar produk batik yang ditampilkan di *website* secara periodik sesuai dengan perkembangan produk yang secara riil dihasilkan. Hal ini dimaksudkan agar pada saat pembeli memesan produk yang ditampilkan di *website*, *stock* atau persediaan produk masih tersedia sehingga konsumen atau calon pembeli tidak merasa kecewa.

## DAFTAR PUSTAKA

- BAPPEDA Kabupaten Karanganyar, 2013, Kabupaten Karanganyar Dalam Angka Tahun 2011. Sragen: Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Karanganyar.
- Desy Nur Cahyani. 2009. Peran Masyarakat Kecamatan Tirtomoyo dalam Pengembangan Desain Batik Wonogiren. Cakra Wisata No. 10 Vol. 1.

- Fatullah, F. M., 2008, Analisis peluang pemasaran *online* produk informasi *digital* tanaman anggrek, Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Haryati, S. G., 2012, keuntungan dan kerugian pemasaran melalui *online*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga. <http://ekonomi.kompasiana.com/bisnis/2012/10/01/keuntungan-dan-kerugian-pemasaran-melalui-online-498020.html>
- Kalinggo Honggodipuro. 2000. Batik: Tuntunan dan Tatanan. Surakarta: Laporan Penelitian.
- Nian S. Djumena, 1990, Batik dan Mitra, Jakarta: Djambatan.
- Owen, R. & Humprey, P., 2011, The Structure of online marketing communication channels, Journal of Management and Marketing Research, <http://www.aabri.com/manuscripts/09135.pdf>
- Sariyatun. 2005. Usaha batik masyarakat Cina di Surakarta awal abad ke-20. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Suzane Brener. 1991. *Domesticating the market: history, culture and economy in Javanese merchant community. Dissertation for the degree doctor philosophy in antropology.* Cornell University.
- Din, K. H. 2001. Tourism development: Still in search of a more equitable mode of local involvement. In Cooper, C. & Wanhill, S. (eds.). Tourism development: Environmental and community issues (h. 153-162). Chichester: John Wiley & Sons.
- French, C.N., Craig-Smith, S.J. & Collier, A. 2003. Principles of Tourism. Melbourne: Longman.
- Gunn, C.A. 2002. Tourism Planning: Basics, concepts, cases. Washington, DC: Taylor & Francis.
- Hall, C.M. 2003. An Introduction to Tourism: Impacts, Planning and Development. Melbourne: Longman.
- Hermawan, S. 2003. Pola-pola pengembangan pariwisata yang tumbuh dari masyarakat sebagai pendukung pengembangan Ketep Pass dan jalur wisata Solo-Selo-Borobudur-Menoreh. Makalah disampaikan pada sarasehan pengelolaan dan pengembangan Ketep Pass dan objek-objek wisata di sekitarnya. Boroudur Magelang.
- Kalinowski, K. & Weiler, B. 1999. Educational travel. In Weiler, B & Hall, C. M (eds). Special Interest Tourism. London: Belhaven.
- Malett, J. 2003. Community based tourism planning and tools (The Adventure Travel Society of the United States). Makalah disampaikan pada Heritage and Ecotourism Seminar. Suraka