

**PELATIHAN MEMBATIK DAN STRATEGI PEMASARANNYA BAGI ANAK YATIM  
YAYASAN MARHAMAH DI KELURAHAN DANUKUSUMAN SURAKARTA**

**Abu Bakar Akbar**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Swasta Mandiri

Email: [massaboe66@gmail.com](mailto:massaboe66@gmail.com)

**Abstrak:** Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan tujuan memberikan pelatihan membatik sekaligus strategi pemasarannya bagi anak yatim Yayasan Marhamah di Kelurahan Danukusuman Surakarta. Dimana dalam pengabdian ini dikhususkan bagi anak yatim dalam pengasuhan Yayasan Marhamah sebagai wujud pengembangan skill. Kegiatan pengabdian ini merupakan tindak lanjut atas program kerja LPPM STIE Swasta Mandiri yang bekerjasama dengan berbagai elemen masyarakat sebagai wujud pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi. Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan tutorial penyampaian materi-materi terkait dunia batik dan materi strategi pemasarannya yang dilanjutkan dengan praktek membatik secara langsung oleh para peserta pengabdian. Waktu pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yaitu semester ganjil 2023/2024 sebanyak empat kali pertemuan (tutorial 1 kali dan praktik membatik 3 kali). Tempat pelaksanaan pengabdian di ruang pembelajaran (tutorial) dan di halaman Yayasan Marhamah (praktik). Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa dengan adanya pelatihan membatik dan strategi pemasarannya bagi anak yatim Yayasan Marhamah di Kelurahan Danukusuman Surakarta, menjadikan para peserta memahami bahwasanya pentingnya memiliki skill membatik sebagai salah satu bekal untuk pengembangan diri dan dapat pula berguna di masa yang akan datang terutama membuat usaha batik sekaligus bagaimana strategi pemasaran yang akan digunakan. Para peserta pengabdian memiliki pemahaman ilmu membatik yang semakin baik setelah mengikuti program pendampingan yang telah terlaksana sekaligus ilmu pemasarannya yang tentunya sesuai tujuan dan harapan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada semester ganjil 2023/2024.

**Kata kunci:** *Pelatihan, membatik, strategi pemasaran, anak yatim*

## **1. PENDAHULUAN**

Generasi kita harus bahagia sekaligus bangga terhadap berbagai warisan leluhur kita yang memberikan hasil karya dan warisan budaya yang sangat banyak sekali. Salah satunya warisan yang mendunia yaitu warisan batik yang sangat beragam. Batik kita dimata internasional diakui sebagai warisan budaya dunia yang mengharumkan Indonesia di mancanegara. Seiring dengan perjalanan waktu dan semakin berkembangnya dunia batik kita yang ada diberbagai pelosok tanah air, banyak para perajin batik kita yang terus berinovasi demi mengikuti tren yang sedang berkembang. Batik yang sedang berkembang dan populer dikalangan masyarakat kita banyak jenisnya. Luar biasa lagi jika yang membuat batik ini merupakan anak yatim piatu yang tentunya memiliki berbagai keterbatasan terutama keterbatasan kesempatan dan modal, namun dengan tekad kuat dan penuh semangat mereka akan mampu menghasilkan karya batik yang begitu baik dengan terus belajar membatik, dan nantinya dengan skill membatik tersebut yang terasah dapat menjadikan peluang usaha para anak yatim dikemudian hari untuk meningkatkan kesempatan kesejahteraan hidup dan kemandirian tentunya didukung dengan ilmu startegi pemasarannya pula.

Jika kita menengok sejarah kebelakang, batik biasanya dibuat dan diwariskan secara turun-temurun kepada generasi berikutnya. Terdapat banyak sekali pola batik klasik di Indonesia bahkan ribuan pola. Tentu pola-pola tersebut disesuaikan dengan situasi serta kondisi dan potensi yang ada

pada masing-masing daerah yang ada di Indonesia (Garnadi., Guritman., Kusnanto., & Hanum, 2012); (Mulyaningrum, 2006).

Di Pulau Jawa dan seluruh pelosok negeri tentunya kita ketahui bersama, bahwa terdapat beranekaragam batik. Misalkan saja batik Pekalongan dengan gaya yang khas pesisirnya yang tentunya masih kental sekali serta dipengaruhi gaya Arab dan gaya Cina. Kemudian batik nuasa khas Solo bergaya ala-ala pedalaman yang disertai pula dengan warna-warna bernuansa dari alam sehingga sangat tersentuh dengan keadaan lingkungan sekitar, yang tak kalah unik pula batik-batik dari berbagai daerah kita yang ada diseluruh tanah air yang memiliki nilai kekhasan masing-masing daerah itu sendiri yang menggambarkan kearifan lokal (Kusumaningtyas, R. F. (2009); (Lestari, 2012); (Fauzia & Na'am, 2020).

Batik telah diakui secara nasional dan bahkan diakui dunia internasional sebagai hasil cipta dan karya asli dari bangsa Indonesia. Batik memiliki hari intimewa, peringatan hari batik sendiri sebagai penghormatan sekaligus bukti rasa bangga terhadap warisan bangsa ini tepatnya mulai sejak tahun 2009, peringatan hari batik nasional tersebut diperingati setiap tanggal 2 Oktober agar generasi kita sebagai generasi penerus bangsa tetap mengenang dan menghormati terhadap karya bangsa yang telah mendunia ini sampai kapanpun meskipun budaya barat terus berdatangan untuk menggerus budaya kita.

Dari banyaknya kekayaan motif batik yang ada di Indonesia, semua memiliki kekhasan masing-masing dan memiliki pangsa pasar masing-masing pula (Kurniawati, 2016). Kekhasan itulah yang menjadikan pula batik dikenal sampai dipenjur bahkan menjadi warisan budaya internasional yang dikenal diberbagai negara sebagai karya anak bangsa Indonesia (Jannah., Indrawati., Rahayu., Marwan., Najmuddin., Mufaiz & Putri, 2020).

Yayasan Marhamah di Kelurahan Danukusuman Surakarta merupakan yayasan yang memiliki tujuan kemaslahatan dunia akhirat, dimana salah satunya yaitu dengan senantiasa berkomitmen mengasuh anak yatim dan mendidiknya dengan memberikan bekal kewirausahaan sedini mungkin agar menjadi pribadi yatim yang mandiri. Dalam kesempatan menjelang akhir tahun telah melakukan pembekalan pembuatan batik dan memasarkannya agar dapat menjadi bekal dikemudian hari bagi anak-anak yatim tersebut.

Dari uraian di atas, maka kami tertarik untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Danukusuman Surakarta bekerjasama dengan Yayasan Marhamah. Kegiatan pengabdian ini dengan mengambil tema “Pelatihan membatik dan strategi pemasarannya bagi anak yatim Yayasan Marhamah di Kelurahan Danukusuman Surakarta”.

## **2. LANDASAN TEORI**

### **2.1. Pengertian Batik**

Kata batik berasal dari gabungan dua kata Bahasa Jawa yaitu amba dan titik. ”Amba” artinya kain dan “Titik” adalah cara memberi motif pada kain dengan cara memberi motif pada kain dengan menggunakan malam cair dengan cara di titik-titik (Utami, 2014); (Trixie, 2020). Kesenian batik adalah kesenian gambar di atas kain untuk pakaian yang menjadi salah satu kebudayaan keluarga raja-raja Indonesia zaman dulu (Prayitno, 2020). Pada awalnya batik dikerjakan pada lingkungan keraton saja dan hasilnya untuk pakaian raja, keluarga, serta para pengikutnya. Oleh karena banyaknya pengikut raja yang tinggal di luar keraton, maka kesenian batik dibawa oleh mereka keluar keraton dan dikerjakan di rumahnya masing-masing. Lama kelamaan kesenian batik ini ditiru oleh rakyat terdekat dan selanjutnya meluas menjadi pekerjaan kaum wanita dalam rumah tangganya untuk mengisi waktu senggang. Selanjutnya, batik yang tadinya hanya pakaian keluarga keraton

kemudian menjadi pakaian rakyat yang digemari, baik wanita maupun pria. Bahan kain putih yang dipergunakan waktu itu adalah hasil tenunan sendiri.

## **2.2. Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran sendiri merupakan suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar yang menjadi sasarannya dan mendapatkan, mempertahankan, dan menambah jumlah pelanggan melalui penciptaan, penyampaian dan pengkomunikasian nilai pelanggan yang unggul (Shinta, 2011); (Linardo, 2018). Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang dilakukan oleh suatu organisasi perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang, sekaligus mendapatkan laba yang maksimal. Dalam mewujudkan hal tersebut, maka bidang usaha dituntut untuk mendapatkan pangsa pasar bagi produk yang terus berkesinambungan. Untuk itu, diperlukan adanya upaya secara maksimal untuk mengkombinasikan atau memadukan kegiatan pemasaran dengan berbagai kegiatan lainnya seperti produksi, keuangan dan lain-lain (Pradiani, 2017).

Menurut Suryana bahwa pemasaran merupakan aktivitas penelitian terhadap kebutuhan serta keinginan dari para konsumen, menghasilkan barang dan atau jasa, menentukan harga, mempromosikan produk atau jasa, serta mendistribusikan barang dan jasa tersebut kepada konsumen (Suryana., Zein., Sumartias., & Gemiharto, 2019). Sedangkan menurut Kotler bahwa pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses satu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain (Kotler., & Armstrong, 2008). Pemasaran yang berkesinambungan harus ada hubungan yang baik dengan berbagai departemen sehingga dapat menciptakan sinergi dalam upaya melakukan kegiatan pemasaran. Dari definisi diatas dapat dilihat bahwa pemasaran tidak hanya semata-mata sebagai kegiatan penjualan saja, tetapi kegiatan pemasaran harus dilakukan sebelum dan sesudah terjadinya pertukaran.

## **3. METODE PENGABDIAN**

Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan tutorial penyampaian materi-materi terkait dunia batik dan materi strategi pemasarannya yang dilanjutkan dengan praktek membatik secara langsung oleh para peserta pengabdian. Waktu pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yaitu semester ganjil 2023/2024 sebanyak empat kali pertemuan (tutorial 1 kali dan praktik membatik 3 kali). Tempat pelaksanaan pengabdian di ruang pembelajaran (tutorial) dan di halaman Yayasan Marhamah (praktik).

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah dilakukan pelatihan membatik sekaligus strategi pemasarannya bagi anak yatim Yayasan Marhamah di Kelurahan Danukusuman Surakarta. Dimana dalam pengabdian ini dikhususkan bagi anak yatim dalam pengasuhan Yayasan Marhamah sebagai wujud pengembangan skill. dengan adanya pelatihan membatik sekaligus strategi pemasarannya bagi anak yatim Yayasan Marhamah di Kelurahan Danukusuman Surakarta, menjadikan para peserta memahami bahwasanya pentingnya memiliki skill membatik sebagai salah satu bekal untuk pengembangan diri dan dapat pula berguna di masa yang akan datang terutama membuat usaha batik sekaligus memahami bagaimana strategi pemasarannya. Sebab dengan mempelajari ilmu membatik ini dengan sungguh-sungguh, para anak yatim nantinya diharapkan dikemudian hari dapat mandiri dan meningkatkan taraf hidupnya tentunya dengan terus meningkatkan penguasaan dalam membatik yang dimujudkan dengan nyata sebagai bentuk karya yang dapat bernilai secara ekonomis. Namun sebaliknya jika tidak sungguh-sungguh, maka tidak mendapatkan ilmu yang bermanfaat khususnya ilmu peningkatan skill membatik dan

strategi pemasarannya yang dapat merugikan mereka dan membuat menyesal apabila dikemudian hari mereka membutuhkan skill tersebut sebagai bagian dari ikhtiyar meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

Model pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan 2 metode, dimana metode tersebut dilakukan secara bertahap dan beriringan agar mampu memperoleh hasil yang maksimal. Metode tersebut yaitu sebagai berikut:

a. Metode Tutorial (penyampaian materi)

Metode tutorial diberikan dengan cara memberikan materi tentang ilmu membatik yang benar mulai dari persiapan, proses pelaksanaan bahkan sampai pada proses pemasarannya, dimana materi ini disampaikan dengan menggunakan power point berupa materi yang telah disiapkan sebelumnya dengan menggunakan bantuan LCD Proyektor dan laptop sebagai alat bantu dalam menyampaikan materi tentang membatik yang baik dan benar.

b. Metode Praktik

Metode ini sangat penting sekali digunakan dalam rangka melihat perkembangan peserta pengabdian dalam mempraktikkan cara membatik secara baik dan benar. Peserta pengabdian menyiapkan peralatan membatik secara bersama-sama dengan diawasi pendamping pengabdian, kemudian saat praktik membatik dilakukan saya selaku pendamping secara langsung memberikan contoh membatik dan peserta menirukannya secara bersama-sama. Dengan pendampingan ini otomatis saat terjadi proses membatik yang kurang tepat dapat langsung dibenarkan saat itu juga dengan disaksikan pula oleh peserta pengabdian lainnya. Setelah dinilai sudah benar kemudian peserta tetap disuru mengasah kemampuan membatiknya agar semakin baik lagi cara membatiknya sesuai dengan kualitas yang diharapkan.

Dengan dua metode tersebut alhamdulillah mampu menjadikan para peserta memahami bahwasanya pentingnya ilmu membatik yang baik agar nantinya dapat bermanfaat dikemudian hari saat kita membutuhkannya. Para peserta pengabdian memiliki pemahaman ilmu membatik yang semakin baik setelah mengikuti program pendampingan yang telah terlaksana sekaligus memahami ilmu pemasarannya. Kegiatan pendampingan ini rencanya akan terus dilakukan untuk semester-semester berikutnya sebagai bagian kontrol dan tindak lanjut kegiatan pengabdian yang telah terlaksana sebelumnya secara berkesinambungan dan berkelanjutan dengan terus melakukan pelatihan maupun pendampingan.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian yang telah dilakukan serta hasil dan pembahasan di atas, menunjukkan bahwa dengan adanya pelatihan membatik dan strategi pemasarannya bagi anak yatim Yayasan Marhamah di Kelurahan Danukusuman Surakarta, menjadikan para peserta memahami bahwasanya pentingnya memiliki skill membatik sebagai salah satu bekal untuk pengembangan diri dan dapat pula berguna di masa yang akan datang terutama membuat usaha batik sekaligus bagaimana strategi pemasaran yang akan digunakan. Para peserta pengabdian memiliki pemahaman ilmu membatik yang semakin baik setelah mengikuti program pendampingan yang telah terlaksana sekaligus ilmu pemasarannya yang tentunya sesuai tujuan dan harapan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada semester ganjil 2023/2024.

## **6. DAFTAR PUSTAKA**

- Garnadi, A. D., Guritman, S., Kusnanto, A., & Hanum, F. (2012). Survey Pola Grup Kristalogi Bidang Ragam Batik Tradisional. *Journal of Mathematics and Its Applications, 11(2)*, 1-10.
- Fauzia, A. N., & Na'am, M. F. (2020). Motif Batik Belimbing: Kajian Sumber Ide dan Makna Simbolis. *Teknobuga: Jurnal Teknologi Busana dan Boga, 8(2)*, 102-107.
- Jannah, S., Indrawati, I., Rahayu, H. D., Marwan, S., Najmuddin, M. K., Mufaiz, M. T., ... & Putri, M. R. (2020). Meningkatkan eksistensi dan pelestarian batik di era modern. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M), 1(2)*, 139-142.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, No. 2). Jilid.
- Kurniawati, Y. (2016). *Analisis Kekhasan dan Keunikan Batik Semarang* (Doctoral dissertation).
- Kusumaningtyas, R. F. (2009). *Perlindungan Hak Cipta atas Motif Batik sebagai Warisan Budaya Bangsa (Studi Terhadap Karya Seni Batik Tradisional Kraton Surakarta)* (Doctoral dissertation, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro).
- Lestari, S. D. (2012). *Mengenal Aneka Batik*. PT Balai Pustaka (Persero).
- Linardo, M. (2018). *Manajemen pemasaran*. Cikudanews.
- Mulyaningrum, E. (2006). Pengembangan pola batik klasik” s” martawi di Gajahan Surakarta kajian tentang ragam hias, proses, bahan dan fungsi.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia, 11(2)*, 46-53.
- Prayitno, T. (2020). *Mengenal produk nasional batik dan tenun*. Alprin.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Suryana, A., Zein, D., Sumartias, S., & Gemiharto, I. (2019). Pengaruh strategi komunikasi pemasaran, budaya organisasi, karakteristik individu inovatif dan komitmen organisasional terhadap kinerja usaha kecil dan menengah. *Jurnal Manajemen Komunikasi, 3(2)*, 185-201.
- Trixie, A.A. (2020). Filosofi Motif Batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia. *Folio, 1(1)*, 1-9.
- Utami, R. (2014). *Ensiklopedia Batik dan Kain Hias Nusantara*.

**Lampiran Foto Kegiatan Pengabdian**

