

PELATIHAN PENINGKATAN PENJUALAN BATIKMATIKA MELALUI *DIGITAL MARKETING* DI SMKS AL AKHYAR WONOKUSUMO BONDOWOSO

**Ari Septianingtyas Purwandhini¹, Fury Styo Siskawati², Muhlisatul
Mahmudah³, Dinda Tri Winarsih⁴, Erna Fatimatuz Zaroh⁵, Firdaus
Wildanul Hakim⁶**

¹Agribisnis, Pertanian, Universitas Islam Jember, Jl. Kyai Mojo 101 Jember
^{2,3,4,5,6}Pendidikan Matematika, FKIP, Universitas Islam Jember, Jl. Kyai Mojo 101 Jember
¹e-mail arisepti.agriuij@gmail.com

Abstrak

Batikmatika SMKs Al Akhyar Wonokusumo Kabupaten Bondowoso saat ini mulai dikenalkan pada masyarakat khususnya di Kabupaten Bondowoso dan sekitarnya. Namun saat ini penjualan Batikmatika hanya terpusat pada penjualan secara langsung di lokasi pembuatan batik. Oleh karena itu tujuan dilakukannya pelatihan dan pendampingan terkait *digital marketing* ini untuk meningkatkan penjualan Batikmatika yang dihasilkan oleh SMKs Al Akhyar Bondowoso sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan membeli Batikmatika. Pada pengabdian ini menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Hasil dari kegiatan ini berupa tambahan pengetahuan guru dan siswa SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso tentang peningkatan penjualan batikmatika dan cara promosinya pada *e-commerce*. Pendampingan dan pelatihan menunjukkan hasil yang sangat baik yaitu peserta yang memahami tentang digital marketing diatas 50% telah mencapai 96% atau sebanyak 21 orang telah memahami dengan baik tentang digital marketing, baik dalam pengetahuannya maupun pengaplikasiannya. Selain itu hasil dari pelatihan dan pendampingan ini adalah aktifnya akun penjual dari SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso.

Kata Kunci: *digital marketing, batikmatika, marketplace*

Abstract

Batikmatika of SMKs Al Akhyar Wonokusumo, Bondowoso Regency is currently being introduced to the public, especially in Bondowoso Regency and its surroundings. However, currently Batikmatika sales are only focused on direct sales at the batik production location. Therefore, the purpose of this training and mentoring related to digital marketing is to increase sales of Batikmatika produced by SMKs Al Akhyar Bondowoso so that the public can easily access and purchase Batikmatika. In this community service using the Participatory Rural Appraisal (PRA) method. The results of this activity are additional knowledge of teachers and students of SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso about increasing batikmatika sales and how to promote it on e-commerce. Mentoring and training show very good results, namely participants who understand digital marketing above 50% have reached 96% or as many as 21 people have a good understanding of digital marketing, both in terms of knowledge and application. In addition, the result of this training and mentoring is the activation of the seller account from SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso.

Keywords: *digital marketing, batikmatika, marketplace*

PENDAHULUAN

Batik merupakan perpaduan antara seni dan teknologi hasil karya leluhur bangsa Indonesia. Batik saat ini menjadi salah satu tanda pengenal bangsa Indonesia yang membedakannya dari bangsa lainnya. Batik mengandung makna simbolis serta nilai estetika yang tinggi (Rosyada, 2020). Oleh karena itu dengan *United Nations Education, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) memasukkan batik Indonesia ke dalam daftar warisan budaya dunia tak benda yang berasal dari Indonesia pada tahun 2003, maka telah menjadikan batik sebagai brand identitas bagi bangsa Indonesia (Hakim, 2018).

Semenjak batik diakui oleh UNESCO sebagai warisan budaya bangsa Indonesia, pemerintah mulai menetapkan bahwa mulai tanggal 2 Oktober 2009 menjadi Hari Batik Nasional. Penetapan ini ditetapkan melalui Keputusan Presiden sebagai bentuk penghormatan dan apresiasi terhadap batik yang merupakan warisan budaya Indonesia. Hal ini membuat banyak instansi-instansi negeri maupun swasta di Indonesia menerapkan penggunaan pakaian batik sebagai seragam yang harus digunakan sekali dalam satu minggu. Selain instansi, batik juga semakin diminati oleh masyarakat umum yang biasanya penggunaan batik bukan hanya untuk acara formal, tetapi juga untuk pakaian sehari-hari seperti daster, piyama dan pakaian sehari-hari lainnya. Permintaan akan batik juga tidak hanya berasal dari dalam negeri saja, tetapi juga berasal dari luar negeri. Banyak konsumen luar negeri yang menyukai batik Indonesia karena memiliki nilai estetika, simbolisme, dan sejarah yang tinggi. Sehingga permintaan batik semakin meningkat terutama yang digunakan untuk pakaian.

Minat terhadap batik di mancanegara terus bertumbuh. Hal ini dibuktikan dengan nilai ekspor batik Indonesia pada tahun 2022 mencapai USD 744,79 juta menurut data dari Kementerian Perdagangan (Jenderal & Perdagangan, 2024), dimana nilai ekspor ini tertinggi sejak tahun 2020. Akan tetapi pada tahun 2023 (Januari-November), nilai ekspor batik Indonesia mengalami penurunan sebesar 13,51%, atau menjadi USD 590,91 juta. Pangsa pasar kain batik Indonesia di luar negeri sangatlah beragam, mulai dari negara-negara tetangga di ASEAN seperti Singapura, Malaysia, dan Brunei Darussalam, hingga negara-negara di Eropa,

Amerika, dan Asia Timur. Dan setiap negara memiliki preferensi dan karakteristik pasar yang unik.

Saat ini berbagai jenis batik di Indonesia memiliki pola dan desain yang sangat bervariasi. Setiap daerah penghasil batik di Indonesia memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Penyebutan batik sendiri di setiap daerah akan berbeda-beda, dimana umumnya penyebutan batik sesuai dengan daerah batik tersebut dibuat seperti batik Pekalongan, batik Solo, batik Madura dan lain-lain. Motif batik dapat dibedakan menjadi batik konvensional/tradisional dan batik kontemporer/modern (Ambarwati, 2022). Di mana Batik konvensional memiliki sifat terikat dengan ketentuan, terutama dalam hal pembuatan pola. Namun inti dari batik gaya kontemporer lebih cenderung bersifat profan, yang berbeda dengan batik konvensional yang memiliki sifat sakral. Batik kontemporer tidak lagi berfungsi sebagai sarana ekspresi doa dan penyampai ajaran seperti pada batik konvensional, melainkan sebagai ungkapan keindahan dan sebagai bentuk cinta terhadap tradisi. Cinta terhadap tradisi diekspresikan melalui inovasi tradisi bukan pengawetan tradisi, sehingga lahir tradisi yang mutakhir, bukan tradisi yang kuno (Hidayat et al., 2020). Oleh karena itu perkembangan motif batik saat ini sangatlah beragam.

Salah satu motif batik yang merupakan salah satu perkembangan batik modern adalah Batikmatika. Batikmatika merupakan kepanjangan dari Batik Matematika maksudnya adalah batik yang dibuat dengan motif atau simbol matematika baik dalam bentuk symbol-simbol matematika, angka, diagram, grafik, bangun datar, bangun ruang, serta tahapan pemecahan masalah ataupun lainnya yang ada hubungannya dengan matematika. Batikmatika dimunculkan dan digunakan sebagai usaha untuk menampilkan kebaruan dari batik, sehingga motif dan simbolnya akan berbeda dari batik-batik yang sudah ada. Berdasarkan hal tersebut diharapkan kain batik semakin memiliki nilai jual yang tinggi, karena memiliki keunikan tersendiri (Mahmudah et al., 2024). Salah satu penghasil Batikmatika adalah SMKs Al Akhyar Bondowoso. Bondowoso sendiri sebenarnya telah memiliki beberapa motif batik (Istiqfarina, 2020).

Batikmatika SMKs Al Akhyar Wonokusumo Kabupaten Bondowoso saat ini mulai dikenalkan pada masyarakat khususnya di Kabupaten Bondowoso dan

sekitarnya. Apalagi saat ini minat masyarakat menggunakan batik tinggi sehingga membuat permintaan akan batik semakin meningkat. Permintaan batik yang terus naik ini seharusnya disertai dengan kemajuan industri batik di berbagai daerah. Dengan adanya Batikmatika yang dihasilkan oleh SMKs Al Akhyar Bondowoso akan semakin menambah refrensi penghasil batik di Kabupaten Bondowoso dan sekitarnya (Siskawati, Mahmudah, & Purwandhini, 2024). Namun saat ini Batikmatika yang dihasilkan oleh SMKs Al Akhyar Bondowoso masih belum dikenal oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan promosi yang dilakukan masih kurang maksimal. Selain itu juga karena penjualan Batikmatika hanya terpusat pada penjualan secara langsung di lokasi pembuatan batik. Dalam meningkatkan penjualan Batikmatika yang dihasilkan oleh SMKs Al Akhyar Bondowoso, digital marketing dapat menjadi solusi yang efektif. Melalui *digital marketing*, Batikmatika dapat dipromosikan secara online sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan membeli produk tersebut. Dengan menggunakan platform digital seperti media sosial, *e-commerce*, dan *Google Maps*, Batikmatika dapat meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasarnya.

Menurut teori pemasaran digital, penggunaan platform digital dapat membantu meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Pelatihan *digital marketing* dapat membantu SMKs Al Akhyar Bondowoso meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan platform digital untuk mempromosikan dan menjual Batikmatika, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk tersebut. Dengan demikian, *digital marketing* dapat menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan penjualan Batikmatika dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk tersebut. Oleh karena itu tujuan dilakukan pelatihan terkait *digital marketing* ini adalah untuk meningkatkan penjualan Batikmatika yang dihasilkan oleh SMKs Al Akhyar Bondowoso melalui *digital marketing* sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan membeli Batikmatika. Manfaat adanya pelatihan ini, Batikmatika dapat meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasarnya, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan kesadaran masyarakat tentang produk tersebut. *Digital marketing*

memungkinkan Batikmatika untuk dipromosikan secara online, sehingga masyarakat dapat dengan mudah menemukan dan mengakses produk tersebut. Selain itu, *digital marketing* juga dapat membantu meningkatkan interaksi dengan pelanggan, sehingga dapat memperoleh *feedback* dan meningkatkan kualitas produk. Dengan demikian, kegiatan *digital marketing* dapat membantu meningkatkan penjualan Batikmatika dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk tersebut, sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif SMKs Al Akhyar Bondowoso dalam industri batik.

METODE

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh tim dari Universitas Islam Jember di SMKs Al Akhyar Sukowiryo, Kabupaten Bondowoso. Pemilihan sekolah ini didasarkan pada bahwa sekolah ini merupakan sekolah kejuruan yang sudah memiliki produk yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Metode yang diterapkan dalam pengabdian ini menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Metode PRA adalah metode yang mengkaji lokasi pengabdian secara cepat yang dibantu oleh anggota peserta lokasi pengabdian. Umumnya pada tahap awal perencanaan dilakukan oleh orang luar yang dibantu komunitas lokal untuk memperoleh pengetahuan kondisi disana. Pendekatan pemberdayaan ini sebagai usaha untuk meningkatkan partisipasi anggota sekolah dalam mengatasi permasalahannya salah satunya dengan cara meningkatkan pengetahuan (Septianingtyas et al., 2023). Penerepan metode PRA pada pengabdian ini diharapkan dapat memaksimalkan peran dari anggota sekolah dalam meningkatkan pengetahuan akan *digital marketing*.

Pengabdian masyarakat yang dilakukan ini bertujuan untuk menyelesaikan masalah yang terkait dengan minimnya pengetahuan anggota sekolah akan *digital marketing*. Tahapan kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini terbagi menjadi lima tahapan utama, yaitu kerjasama, penentuan peserta dan penyusunan jadwal, perumusan materi dan model pendampingan, pelatihan, monitoring dan evaluasi.

Tahapan pertama yaitu tentang membangun kerjasama. Dimana dalam membangun kerjasama pada tahap awal adalah menghubungi dan melibatkan

pimpinan sekolah untuk berdiskusi dalam mengidentifikasi permasalahan, penetapan sasaran anggota peserta, penyusunan materi yang akan disampaikan, serta evaluasi dari program pengabdian. Sehingga dengan adanya tahapan awal ini diharapkan dapat mengetahui kegiatan apa saja yang dibutuhkan dalam pengabdian tersebut. Pada fase ini, tim pelaksana telah membangun kerjasama dengan SMKs Al Akhyar Wonokusumo Kabupaten Bondowoso. Tim pelaksana dari Universitas Islam Jember bersama-sama dengan SMKs Al Akhyar Wonokusumo Kabupaten Bondowoso sebelumnya telah melakukan diskusi-diskusi dan membantu menganalisis permasalahan yang dihadapi dalam hal promosi serta penjualan Batikmatika. Dengan memfokuskan kegiatan dan diskusi pada anggota sekolah SMKs Al Akhyar Wonokusumo Kabupaten Bondowoso yang terlibat dalam Batikmatika sebagai sasaran utama. Hal ini dilakukan untuk mengetahui akar permasalahan dan strategi dalam meningkatkan penjualan Batikmatika. Dengan demikian, para peserta dapat memberikan masukan berdasarkan pengalaman, membantu mengevaluasi kondisi usaha, serta merumuskan model pendampingan yang tepat dengan situasi peserta.

Tahap kedua tentang penentuan peserta dan jadwal kegiatan. Penentuan peserta didasarkan pada beberapa kriteria, begitu pula lokasi dan waktu pelaksanaan akan menyesuaikan kondisi peserta. Faktor lokasi pelaksanaan dan keberlanjutan dari program menjadi pertimbangan yang sangat penting. Peserta yang ambil bagian dalam kegiatan Pelatihan Peningkatan Penjualan Batikmatika melalui *Digital Marketing* di SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso adalah para pengajar dan siswa-siswi SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso sebanyak 20 orang yang berumur 15-58 tahun. Usia para peserta yang mengikuti pelatihan termasuk dalam kategori dewasa yang dalam hal ini mencerminkan tingkat kedewasaan dalam berpikir dan bertindak serta bijak dalam menggunakan ponsel. Pada usia ini, seseorang telah mampu membuat keputusan yang paling tepat. Pelatihan ini akan dilaksanakan pada hari Rabu, 29 Oktober 2024, dari pukul 09.00 hingga 13.00 di ruang kelas SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso.

Tahapan selanjutnya yaitu pengembangan materi dan model pendampingan. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan tujuan dari program pengabdian,

serta menetapkan model pelatihan dan pendampingan yang tepat untuk membantu para peserta dalam mengimplementasikan materi-materi yang disampaikan dalam pengabdian tersebut. Proses pembuatan materi pelatihan dan pendampingan dimulai dengan pengamatan langsung terhadap kondisi dan tingkat pemahaman yang sudah ada. Dengan pengamatan ini, dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi oleh peserta. Selanjutnya, materi pelatihan dirancang sesederhana dan sejelas mungkin agar peserta mudah memahaminya dan menerapkannya setelah pelatihan. Materi ini disusun berdasarkan masalah yang dihadapi, kondisi peserta, tujuan program, dan kebutuhan. Konsep model pelatihan dan pendampingan yang sesuai bagi peserta adalah dengan memberikan informasi mengenai arti *marketplace*, potensi berjualan secara *daring*, *marketplace* di Indonesia, dan mengenai salah satu *marketplace* paling populer di Indonesia yaitu *Shopee*. Terdapat beberapa pertimbangan dalam penyusunan materi, yaitu memastikan bahwa materi sesuai dengan kebutuhan, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, menyesuaikan materi dengan hasil pengamatan dan masukan mitra, serta memungkinkan efisiensi waktu dan efektivitas pelatihan.

Tahapan terpenting yaitu pelatihan. Tahapan pelatihan merupakan kunci dari pengabdian ini. Pada tahap pelatihan ini dilakukan dengan metode penyampaian materi seperti ceramah dengan materi yang telah disiapkan melalui *powerpoint*, untuk mempermudah dan menarik perhatian peserta. Setelah dilalukan penyampaian dilanjutkan dengan *small group discussion*, disini para peserta diberi waktu untuk mengajukan pertanyaan dan dilakukan *sharring session*. Selanjutnya dilakukan pendampingan penggunaan dan pembuatan akun *e-commerce*.

Tahapan terakhir yang dilakukan adalah monitoring dan evaluasi hasil kegiatan. Evaluasi hasil kegiatan dilakukan untuk mengukur dampak dari adanya pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan aplikasi *digital marketing*. Sementara itu monitoring dilakukan untuk melihat keberlanjutan dari program pelatihan ini apakah ada kendala atau tidak. Dimana monev ini dilakukan secara konsisten selama 6 bulan sebagai bentuk evaluasi untuk keberlanjutan program.

Tahapan-tahapan ini dilakukan, nantinya diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan praktik terkait *digital marketing*, yang nantinya dapat membantu

meningkatkan penjualan Batikmatika. Untuk mengetahui ketercapaian target pelaksanaan pengabdian akan dilihat dari tabel peningkatan pengetahuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan Batikmatika terutama melalui digital marketing dengan memanfaatkan *e-commerce*. Apalagi saat ini masyarakat sudah banyak yang memanfaatkan *e-commerce* untuk berbelanja. Oleh karena itu untuk meningkatkan penjualan Batikmatika dengan memanfaatkan *e-commerce* maka dilakukan pelatihan dan pendampingan oleh tim dari Universitas Islam Jember. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan cara sosialisasi yang kemudian dilanjutkan dengan pendampingan.

Pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan aplikasi *digital marketing* diberikan kepada anggota sekolah SMKs Al Akhyar Wonokusumo baik itu guru maupun siswa. Pelatihan dan pendampingan ini dilaksanakan di salah satu Ruang Kelas SMKs Al Akhyar Wonokusumo Kabupaten Bondowoso. Pelatihan dan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan Batikmatika yang dihasilkan oleh SMKs Al Akhyar Bondowoso melalui *digital marketing* sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan membeli Batikmatika. Selain itu untuk meningkatkan kemampuan guru dan siswa dalam mengaplikasikan *digital marketing*.

Materi yang disampaikan dalam kegiatan pelatihan ini yaitu tentang peningkatan penjualan melalui *digital marketing* ini meliputi pengenalan tentang *marketplace*, potensi berjualan *online*, *marketplace* di Indonesia, dan *Shopee*. Materi yang menjadi *point* dan yang akan dilakukan pendampingan adalah tentang *Shopee*. *Shopee* adalah salah satu platform jual beli dari negara Singapura yang berkembang di Indonesia dan sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Hal ini disebabkan karena pada aplikasi *Shopee* sering melakukan promo seperti diskon *platform*, *free* ongkos kirim, promo angka kembar, dan promo-promo lainnya. Materi terkait *Shopee* yang disampaikan pada pelatihan ini berisi tentang pengertian *Shopee*, sejarah *Shopee*, alasan berjualan di *Shopee*, kelebihan dan

kelemahan *Shopee*, cara membuat akun *Shopee*, tampilan aplikasi *Shopee*, pengaturan akun *Shopee*, notifikasi di aplikasi *Shopee*, bantuan, tahapan *upload* produk, daftar gratis ongkir, penjualanku, jasa kirimku, asisten penjual, garansi *Shopee*, dan *Shopee terms and conditions*. Setelah pemberian materi, kemudian dilakukan pendampingan pembuatan akun *Shopee*, cara membuka toko *online* di *Shopee* serta cara mengupload produk yang akan dijual, dimana toko *online* ini sebagai tempat menjual Batikmatika serta sebagai tempat untuk menerima pesanan Batikmatika.

Pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan peningkatan penjualan Batikmatika melalui Digital Marketing di SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso ini selama satu hari. Pelatihan dan pendampingan ini dilaksanakan dari pukul 09.00 hingga 13.00 di ruang kelas SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso. Kegiatan berlangsung dengan baik dan lancar. Acara dibuka dengan sambutan dari Perwakilan Kepala Sekolah SMKs Al Akhyar Wonokusumo Kabupaten Bondowoso dan Ketua Pelaksana Pelatihan dari Universitas Islam Jember. Para peserta pelatihan menyambut secara positif pelaksanaan kegiatan pelatihan ini karena terdapat informasi baru mengenai digital marketing. Semangat terlihat jelas pada setiap sesi acara. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pertanyaan yang diajukan, yaitu sebanyak enam pertanyaan. Kemudian dilakukan sesi tanya jawab dan diskusi. Selain itu untuk menilai sejauh mana pemahaman tentang isi materi, maka diberikan sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan isi pelatihan dan para peserta diperkenankan untuk memberikan jawaban. Dan didapatkan bahwa sebanyak 92% peserta mampu menjawab dengan sangat baik pertanyaan-pertanyaan tersebut.

Sebagai bagian dari upaya meningkatkan penjualan Batikmatika, SMKs Al Akhyar Bondowoso telah menyelenggarakan pelatihan *digital marketing* untuk siswa. Berikut adalah beberapa gambar yang menunjukkan kegiatan pelatihan dan pendampingan *digital marketing* yang telah dilaksanakan:



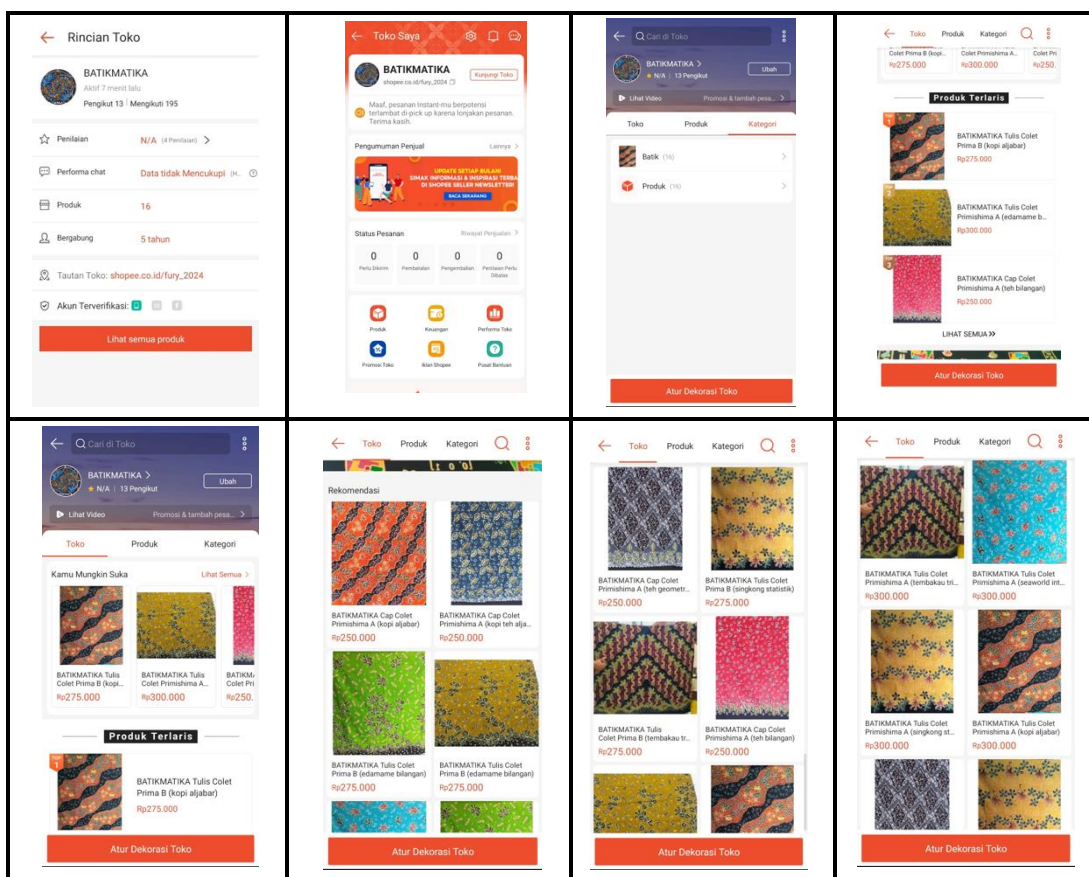
Gambar 1 Pemberian Materi dan Diskusi

Pelatihan dan pendampingan yang disediakan menunjukkan hasil yang sangat baik. Ini dapat dilihat dari semangat peserta yang aktif dalam mengajukan berbagai pertanyaan mengenai *digital marketing*, khususnya tentang aktivasi akun penjual. Penyampaian informasi ini, diharapkan dapat meningkatkan penjualan Batikmatika karya SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso. Secara keseluruhan, tujuan dari pemberian materi-materi ini adalah agar para pengajar dan murid dapat memperoleh pengetahuan yang didasarkan pada *evidence based practice* sehingga mereka dapat menerapkan informasi yang diperoleh dan menyebarkan informasi yang didapat sehingga dapat meningkatkan penjualan produk mereka.

Selain dilakukan pelatihan tentang *digital marketing*, dilakukan juga pendampingan pembuatan akun *Shopee* yang nantinya akan digunakan sebagai wadah menjual secara online batikmatika yang dihasilkan oleh SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso. Selama dilakukannya pendampingan dihasilkan satu akun batikmatika yang dikelola oleh SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso.

Dengan adanya pembuatan akun *Shopee* Batikmatika ini diharapkan batikmatika tidak hanya dikenal di lingkungan Kabupaten Bondowoso saja, tetapi juga dikenal di pasar dalam negeri maupun luar negeri.

Sebagai hasil dari pelatihan digital marketing yang telah dilaksanakan, siswa SMKs Al Akhyar Bondowoso telah berhasil membuat akun *Shopee* untuk menjual Batikmatika secara online. Berikut adalah contoh akun *Shopee* yang telah dibuat oleh peserta yaitu toko online *Shopee* Batikmatika disertai dengan produk yang dijual:



Gambar 2 Akun *Shopee* Batikmatika SMKs Al Akhyar

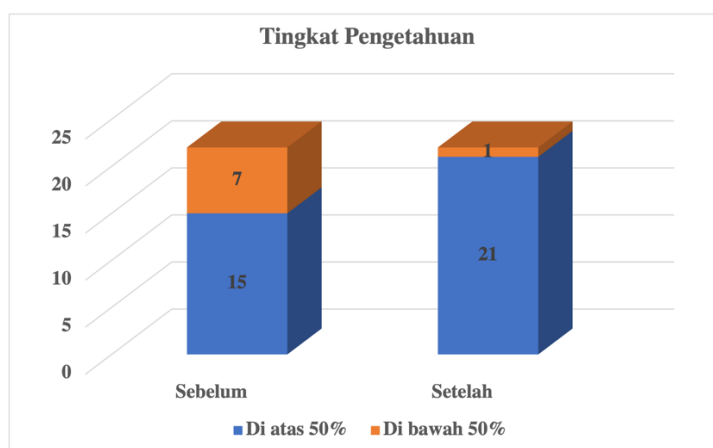
Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dapat dikatakan berhasil. Salah satunya dilihat dari peningkatan kemampuan guru dan siswa dalam mengaplikasikan *digital marketing*. Baik guru maupun siswanya sudah dapat mengupload produknya pada toko onlinenya. Selain itu juga dapat menyetting toko digitalnya misalnya menyetting jasa kirim, promosi, promo diskon, cara pembayaran dan lain sebagainya. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dapat

dikatakan berhasil juga dapat dilihat dari peningkatan pengetahuan yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1 Peningkatan Pengetahuan

Pengetahuan	Sebelum	Sesudah
Di atas 50%	15	7
Di bawah 50%	20	2

Peningkatan pengetahuan ini selain disajikan dalam bentuk tabel juga disajikan dalam bentuk diagram untuk memudahkan pembaca dalam memahami peningkatan pengetahuan dari mitra. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan dan pendampingan adalah sebanyak 22 orang peserta, yang terdiri dari 6 orang guru dan 16 siswa. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pengetahuan para peserta tentang *digital marketing* dibagi menjadi dua kelompok yang memiliki pengetahuan terkait *digital marketing* terutama tentang aplikasi *Shopee*, yaitu kelompok yang memiliki pengetahuan terkait *digital marketing* diatas 50% dan kelompok yang memiliki pengetahuan terkait *digital marketing* dibawah 50%. Berikut adalah gambar diagram yang menunjukkan tingkat pengetahuan mitra sebelum dan sesudah dilakukannya pelatihan dan pendampingan.



Gambar 3 Grafik Tingkat Pengetahuan Peserta

Berdasarkan grafik dapat diketahui bahwa sebelum diadakan pelatihan dan pendampingan, kelompok yang memiliki pengetahuan terkait *digital marketing* diatas 50% sebanyak 15 orang peserta, sementara itu kelompok dibawah 50% sebanyak 7 orang peserta. Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan,

didapatkan bahwa kelompok yang memiliki pengetahuan terkait *digital marketing* diatas 50% bertambah sebanyak enam orang yaitu menjadi 21 orang peserta. Sementara itu untuk kelompok yang memiliki pengetahuan terkait *digital marketing* dibawah 50% berkurang sebanyak enam orang yaitu menjadi 1 orang peserta yang masih belum memahami tentang *digital marketing*. Satu orang peserta yang tingkat pengetahuannya dibawah 50% dan masih tetap belum memahami tentang *digital marketing* walaupun telah dilakukan pendampingan disebabkan karena usia yang sudah lanjut yaitu 58 tahun sehingga keterbatasan dalam mengaplikasikan *gadget* yang sudah mulai berkurang. Sementara peserta yang lain sebanyak 96% atau sebanyak 21 orang telah memahami dengan baik tentang *digital marketing*, baik dalam pengetahuannya maupun pengaplikasiannya.

Hasil pelatihan *digital marketing* yang telah dilaksanakan menunjukkan peningkatan pengetahuan yang signifikan tentang *digital marketing* di kalangan siswa SMKs Al Akhyar Bondowoso. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Kotler dan Keller, 2016) yang menyatakan bahwa *digital marketing* dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Chaffey dan Ellis-Chadwick, 2019) juga menunjukkan bahwa *digital marketing* dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan. Menurut Strauss dan Frost (2016), *digital marketing* juga dapat membantu meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memperoleh *feedback* yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk. Dengan demikian, hasil pelatihan *digital marketing* yang telah dilaksanakan dapat meningkatkan kemampuan siswa dalam menggunakan *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan Batikmatika.

Berdasarkan hasil diskusi terkait selesainya acara kegiatan pelatihan dan pendampingan didapatkan hal yang menarik yaitu banyak peserta yang telah membuka toko online walaupun barang yang dijual bukan batikmatika. Selain itu untuk memantau keberlanjutan program dilakukan monitoring dan evaluasi setiap bulan dari toko tersebut, agar selalu terpantau sehingga keuntungan yang didapatkan dapat meningkat.

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan dan pendamping dalam pengenalan *digital marketing* dan pembuatan akun *Shopee* telah dilaksanakan dengan dengan baik dan berdasarkan hasil penilaian didapatkan peningkatan ilmu pengetahuan peserta. Selain itu dari pendampingan pembuatan akun *Shopee* telah terbentuk akun *Shopee* untuk penjual dengan akun bernama Batikmatika. Peserta yang memahami tentang *digital marketing* diatas 50% telah mencapai 96% atau sebanyak 21 orang telah memahami dengan baik tentang *digital marketing*, baik dalam pengetahuannya maupun pengaplikasiannya. Dan untuk memantau keberlanjutan program dilakukan monitoring dan evaluasi setiap bulan dari toko tersebut, agar selalu terpantau sehingga keuntungan yang didapatkan dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, T. D. (2022). Perancangan Motif Batik Modern Teknik Cap Kertas Dengan Sumber Ide Keraton Kasunanan Surakarta. *Hastagina*, 2(1), 67–79.
- Bahri, M. (2020). *Desain Batik Pemuda Bondowoso Ini Diminati Artis Hingga Pejabat Ibu Kota*. <https://timesindonesia.co.id/peristiwa-daerah/300525/desain-batik-pemuda-bondowoso-ini-diminati-artis-hingga-pejabat-ibu-kota>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson Education Limited.
- Hakim, L. M. (2018). Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia. *Nation State: Journal of International Studies*, 1(1), 61–90.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Hidayat, S. R., Rustopo, & Dharsono. (2020). Batik Gaya Modern Di Surakarta Dalam Perspektif Quantum (Surakarta's Modern style Batik in Quantum Perspective). *Dinamika Kerajinan Dan Batik Majalah Ilmiah*, 37(1), 55–68. <https://doi.org/10.22322/dkb.V36i1.4149>
- Istiqfarina, R. (2020). Subandi: Karakteristik Batik Tulis Sumpersari Maesan Bondowoso. *Kriya*, 17(2), 110–121.
- Junaedi, I. W. R., Bagus Rai Utama, I. G., & Waruwu, D. (2021). PKM Penggunaan Digital Marketing Dalam Pembangunan Desa Catur Kintamani

- Mengwi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v4i0.1243>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited
- Mahmudah, M., Siskawati, F. S., & Purwandhini, A. S. (2024). Pembuatan Desain Batikmatika sebagai Kegiatan Pra Produksi yang Berbudaya di SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso. *Journal of Sustainable Community Development*, 2, 148–154. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13890695>
- Palupi, E. C., & Arif, M. (2023). Perancangan Motif Batik Khas Bondowoso Menggunakan Aplikasi Digital Oleh Siswa SMKN 1 Tamanan Bondowoso. *Jurnal Seni Rupa*, 11(4), 1–11.
- Prilandewi, K. L., & Sukadana, I. W. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Produk Kerajinan Batok Kelapa Di Desa Batubulan. *RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 5(2). <https://doi.org/10.35906/resona.v5i2.809>
- Pusat Data dan Sistem Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan. (2024). *Realisasi Ekspor-Impor Batik Indonesia Periode 2018-2023 (Januari-Maret)*.
- Rosyada, M. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif Batik Tulis Kota Pekalongan Sebagai Upaya Pelestarian Budaya dan Peningkatan Pendapatan Masyarakat. *Darmabakti: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 41–50. <https://doi.org/10.31102/darmabakti.2020.1.2.41-50>
- Septianingtyas, A., Zuniana, Q., Hawa, T. A., Pudjiastutik, E. W., Hadi, A., & Fauzi, A. (2023). Penyuluhan Stunting Pada Ibu Program Keluarga Harapan Dusun Karang Semanding, Desa Sukorejo, Kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember. *Al-Khidmah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 141–150.
- Siskawati, F. S., Mahmudah, M., & Purwandhini, A. S. (2024). Pelatihan Belajar Bermakna Dengan Nuansa Budaya (Mendesain Batik dengan Ornamen Simbol Matematika). *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(8), 921–925.
- Siskawati, F. S., Mahmudah, M., Purwandhini, A. S., Winarsih, D. T., Zaroh, E. F., & Hakim, F. W. (2024). Kegiatan Produksi Berbudaya Batik Matematik (Batikmatika) Di SMKs Al Akhyar Wonokusumo Bondowoso. *Gervasi*, 8(3), 1015–1031.
- Strauss, J., & Frost, R. (2016). *E-marketing*. Routledge