



Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Upaya Pengenalan dan Pemasaran Batik di Kabupaten Batang

Utilization of Information Technology in the Introduction and Marketing of Batik in Batang Regency

Siti Mariyam^{*1}, Anggraeni Endah Kusumaningrum¹, Rr. Widyorini Indriasti W¹, Retno Mawarini Sukmariningsih¹, Agus Wibowo¹, Agus Widodo¹, Kunarto¹, Markus Suryo Utomo¹, Mashari¹, M. Riyanto¹

¹Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

*Email korespondensi: siti-mariyam@untagsmg.ac.id

Article History:

Received: 12 January 2024

Revised: 20 February 2024

Accepted: 21 March 2024

Keywords: *Digital; Information Technology; Marketing & Recognition.*

Abstract

This article presents a community service project aimed at analyzing the current condition of the utilization of information technology in the recognition and marketing of batik products in the Batang District area. This service is carried out with the underlying idea that batik is an Indonesian cultural heritage that can be utilized by the community to improve the economic status, especially for the residents of the Batang District, where some of them rely on the batik industry for their livelihood. In order to support the existence of batik artisans, it is essential for them to start utilizing information technology in the recognition and marketing of their products to compete effectively at both local and international levels. This service aims to provide practical contributions on how batik artisans in the Batang District can utilize information technology advancements to introduce and promote batik products, leveraging popular technologies such as social media, websites, digital content, digital advertising, and utilizing local and national influencers to market their products. The results of this service are expected to provide valuable knowledge and insights for batik artisans to embrace information technology in introducing and promoting Batang District batik products to remain relevant in the digital era.

Abstrak

Artikel ini merupakan penyajian yang didasarkan pada pengabdian kepada masyarakat, dimana artikel ini memiliki maksud untuk menganalisis bagaimana kondisi saat ini atas pemanfaatan teknologi informasi dalam upaya pengenalan serta pemasaran produk batik di wilayah Kabupaten Batang. Pengabdian ini dilaksanakan dengan dasar pemikiran bahwa batik merupakan warisan budaya Indonesia yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk meningkatkan derajat ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat Kabupaten Batang yang Sebagian masyarakatnya menggantungkan hidup pada sektor pengrajin batik. Demi mendukung eksistensi pengrajin batik maka sudah sepatutnya pengrajin batik di Kabupaten Batang mulai memanfaatkan teknologi informasi dalam pengenalan dan pemasaran produk yang dihasilkan agar mampu bersaing baik di level lokal maupun internasional. Pengabdian ini akan mencoba memberikan kontribusi nyata bagaimana memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yang dapat dilakukan oleh para pengrajin dalam mengenalkan dan mempromosikan bati di Kabupaten Batang, dengan memanfaatkan teknologi informasi yang sedang populer saat ini seperti teknologi media sosial, website, konten digital, digital advertising, dan memanfaatkan influencer lokal dan nasional dalam membantu memasarkan produk yang dihasilkan oleh pengrajin. Hasil dari pengabdian ini diharapkan dapat sedikit memberikan sumbangsih pengetahuan dan menambah wawasan bagi para pengrajin untuk mulai memanfaatkan teknologi informasi dalam mengenalkan dan mempromosikan produk batik Kabupaten Batang agar tetap eksis di era yang serba digital saat ini.

Kata Kunci : Digital; Teknologi Informasi; Pemasaran & Pengenalan.

PENDAHULUAN

Batik Indonesia saat ini telah secara resmi diakui sebagai bagian dari warisan budaya negara oleh Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNESCO) tepatnya pada tanggal 2 Oktober 2009.¹ Batik sendiri bukan sekadar hiasan kain belaka, namun batik dapat merepresentasikan seni lukis yang dituangkan/dibuat di atas secarik kain yang pada akhirnya digunakan untuk pakaian.² Batik sendiri memiliki beragam motif yang tidak jarang memiliki makna dan nilai filosofis dibaliknya, motif-motif yang dibentuk bukan sekadar desain belaka, tetapi merupakan representasi simbolis yang dalam terkait erat dengan landasan filosofis masyarakat Jawa.³

Setelah diakui sebagai warisan budaya tak benda Indonesia, batik menghadapi tantangan yang cukup besar, terutama dalam hal mengenalkan dan memasarkan produk-produk batik ke pasar internasional. Tujuannya adalah agar batik tetap eksis dan mampu bersaing dengan berbagai produk pakaian global yang ada di pasar internasional. Hal ini memerlukan upaya lebih lanjut dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk batik di pasar global, serta memastikan bahwa nilai budaya dan seni dalam batik tetap diapresiasi dan dihargai oleh masyarakat dunia.⁴

Pengenalan dan pemasaran batik merupakan elemen penting dalam memastikan adanya daya tarik pasar global terhadap batik sebagai komoditas usaha yang menjanjikan. Untuk mencapai tujuan tersebut, di mana batik dikenal secara global, diperlukan peran teknologi informasi yang mendukung dalam mengenalkan dan memasarkan produk batik. Teknologi informasi menjadi kunci di era yang serba digital, teknologi informasi dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas batik di pasar global, memperluas jangkauan pasar, dan menjangkau konsumen potensial di berbagai belahan dunia. Dengan teknologi informasi, pemasaran batik dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien, memungkinkan pelaku usaha batik untuk bersaing di pasar global dengan lebih baik. Oleh karena itu, penggunaan teknologi informasi dalam mengenalkan dan memasarkan produk batik merupakan langkah strategis yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan industri batik Indonesia secara global, khususnya batik di Kabupaten Batang yang menjadi fokus lokasi didalam pengabdian ini.⁵

Di Kabupaten Batang, terdapat beberapa pengerajin batik yang sampai saat ini masih eksis keberadaannya. Pengerajin batik di Kabupaten Batang sendiri memiliki kategori yang dapat dikalsifikasikan sebagai pengerajin batik UMKM dan pengerajin batik yang masuk kedalam kategori industri. Jika dianalisis melalui penelusuran website di google, saat ini banyak pengerajin batik industri yang secara konsep telah mapan dalam mengenalkan dan memasarkan produk baik melalui media sosial atau melalui website pribadi.

Namun demikian masih terdapat beberapa pengerajin yang belum secara keseluruhan dapat memanfaatkan teknologi informasi untuk mengenalkan dan memasarkan produk batik yang dihasilkan, salah satunya di Desa wisata kampung batik rifai'yah kalipucang wetan Kabupaten Batang yang notabene para pengerajin masih mengenalkan dan memasarkan produk batik dengan cara konvensional. Berdasarkan pada hal tersebut, maka penulis mencoba melaksanakan

¹ Kustiyah, Eny, and Iskandar, "Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia Di Era Globalisasi."

² Praswati et al., "Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Batik Sekar Arum."

³ Purnamasari, "Sejarah Perkembangan Makna Dan Nilai Filosofis Batik Srikit Khas Kabupaten Kebumen Provinsi Jawa Tengah."

⁴ Riani et al., "Pengembangan UKM Batik Desa Pilang Melalui Pemasaran Online."

⁵ Latifah et al., "Analisa Strategi Pemasaran Batik Secara Online Pada Produsen Batik Warga Muhammadiyah Desa Kenongo Kabupaten Sidoarjo."



pengabdian kepada masyarakat di Desa wisata kampung batik rifai'yah kalipucang wetan Kabupaten Batang yang memiliki maksud untuk memperkenalkan berbagai platform digital yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan dan mengenalkan produk batik yang dihasilkan oleh para pengerajin di Desa wisata kampung batik rifai'yah kalipucang wetan Kabupaten Batang

METODE

Metode pengabdian yang digunakan dalam pemanfaatan teknologi informasi dalam pengenalan dan pemasaran produk batik di Kabupaten Batang meliputi berbagai langkah dan strategi yang terintegrasi. Pertama, dilakukan analisis pasar global melalui media internet untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Hasil analisis dapat dilakukan identifikasi peluang penggunaan teknologi informasi dalam memperkenalkan dan memasarkan produk batik. Selanjutnya adalah pengenalan berbagai media sosial dan media elektronik lain sebagai Langkah dan strategi dalam memperkenalkan dan mempromosikan batik untuk bersaing dengan pasar global, seperti penggunaan WA bisnis untuk media pemesanan dan informasi konsumen, pembuatan akun media sosial dan pengenalan konsep memanfaatkan influencer lokal dan nasional dalam membantu mempromosikan di akun media sosialnya. Selanjutnya pemberian materi mengenai strategi komunikasi dengan konsumen melalui media sosial dan media elektronik dan strategi pemostingan foto sebagai dasar untuk memberikan semacam e-katalog.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sosialisasi penggunaan teknologi Informasi dalam mengenalkan dan memasarkan produk batik UMKM di Kabupaten Batang

Sosialisasi ini dilakukan secara terbuka antara penulis dengan audiens yang mayoritas adalah para pengerajin batik di Kabupaten Batang, dimana didalam sosialisasi ini penulis memberikan paparan bahwa Pemanfaatan teknologi informasi dalam pengenalan dan pemasaran produk batik UMKM di Kabupaten Batang, akan memberikan hasil yang signifikan bagi tingkat penjualan baik di level lokal, nasional, maupun internasional. Melalui pengenalan terhadap media sosial, dan platform e-commerce, pengerajin UMKM batik di Kabupaten Batang diharapkan dapat meningkatkan visibilitas merek batiknya secara online.



Gambar 1. Sosialisasi penggunaan TI dalam Promosi Batik UMKM

Konsekuensi atas pemanfaatan teknologi informasi, maka para pengerajin perlu menerapkan dan membuat berbagai platform media sosial. Media sosial ini berfungsi sebagai sarana yang dikelola baik oleh individu pengerajin maupun marketing yang ditunjuk untuk

terus mempromosikan produk-produk batik yang dihasilkan diberbagai platform media sosial yang ada.⁶ Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi juga berkontribusi pada peningkatan keterlibatan konsumen. Para pengerajin dapat secara terus menerus aktif menggunakan media sosial untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, menjawab pertanyaan, memberikan informasi produk, dan merespons umpan balik.

Hasil yang penting dari pemanfaatan teknologi informasi dalam pengenalan dan pemasaran produk batik UMKM di Kabupaten Batang adalah adanya peningkatan penjualan. Dengan meningkatkan visibilitas merek, menjangkau audiens yang lebih luas, dan membangun keterlibatan konsumen.

Terakhir, materi yang dibahas juga adalah membahas pentingnya pengelolaan reputasi online dalam membangun citra merek yang kuat dan positif di dunia digital. Para pengerajin perlu memahami bagaimana cara merespons ulasan dan umpan balik dari konsumen, serta bagaimana memanfaatkan media sosial dan platform online lainnya untuk memperkuat citra merek mereka.⁷ Dengan memperhatikan semua hal ini, para pengerajin akan dapat memanfaatkan teknologi informasi secara efektif untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk batik mereka di pasar global secara berkelanjutan.

2. Sosialisasi ancaman dan mitigasi resiko atas kejahatan siber yang mungkin terjadi

Selain memberikan sosialisasi tentang pentingnya penggunaan teknologi informasi dalam mengenalkan dan memasarkan produk batik di Kabupaten Batang, kegiatan sosialisasi juga bertujuan untuk memberikan materi tentang kewaspadaan yang perlu diantisipasi oleh para pengerajin yang ingin memanfaatkan teknologi informasi dalam melakukan pemasaran secara digital. Materi ini mencakup berbagai aspek yang perlu diperhatikan dalam menggunakan teknologi informasi, seperti keamanan data, privasi konsumen, strategi pemasaran online yang efektif, dan pengelolaan reputasi online. Para pengerajin perlu memahami pentingnya menjaga keamanan data mereka saat menggunakan platform online untuk memasarkan produk batik mereka. Mereka juga perlu menyadari risiko-risiko yang terkait dengan kebocoran data atau serangan siber yang dapat mengancam kelangsungan usaha mereka.

Selain itu, materi juga akan mengarahkan para pengerajin untuk memahami pentingnya menjaga privasi konsumen dalam penggunaan teknologi informasi. Mereka perlu memahami kebijakan privasi yang berlaku dan mengimplementasikan praktik-praktik terbaik dalam pengelolaan data konsumen. Hal ini akan membantu membangun kepercayaan konsumen dan mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan.

Para pengerajin batik juga perlu memahami berbagai macam ancaman siber yang dapat mengancam keamanan dan keberlangsungan bisnis mereka. Beberapa ancaman siber yang perlu diperhatikan oleh pengerajin batik termasuk:

1. Penipuan (Scam). Ancaman ini mencakup berbagai jenis penipuan online, seperti phishing, di mana para penjahat mencoba untuk mendapatkan informasi pribadi atau keuangan dari para pengerajin dengan menyamar sebagai entitas tepercaya melalui email, pesan teks, atau situs web palsu.⁸

⁶ Laras Ati and Wijaya, "Upaya Industri Kecil Batik Dalam Meningkatkan Pendapatan Melalui Pemasaran Online Di Desa Gemeksekti Kebumen."

⁷ Haryanto et al., "Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas, Efisiensi Dan Pendapatan UMKM JHN Shop Batam."

⁸ Prasetyo, "PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA PELAKU TINDAK PIDANA PENIPUAN ONLINE DALAM HUKUM PIDANA POSITIF DI INDONESIA."



2. Malware, Malware adalah perangkat lunak berbahaya yang dirancang untuk merusak atau mengganggu sistem komputer. Para pengerajin batik perlu waspada terhadap ancaman malware seperti virus, worm, trojan, dan ransomware yang dapat menyebabkan kerusakan pada data mereka atau mengunci akses ke file penting.⁹
3. Serangan Ransomware, serangan Ini adalah jenis malware yang mengenkripsi data komputer dan meminta tebusan untuk mendapatkan kunci dekripsi. Jika terkena serangan ransomware, pengerajin batik dapat kehilangan akses ke file penting mereka dan mengalami kerugian finansial yang signifikan.¹⁰
4. Serangan DDoS, Serangan Distribusi Denial of Service (DDoS) dapat menyebabkan situs web atau layanan online menjadi tidak tersedia untuk pengguna dengan cara mengalirkan lalu lintas internet yang sangat tinggi ke server, sehingga membuatnya tidak dapat menangani permintaan pengguna yang sah.
5. Pencurian Identitas, Pencurian identitas adalah ancaman di mana penjahat mencuri informasi pribadi seseorang untuk tujuan kejahatan, seperti membuka rekening bank palsu atau melakukan transaksi keuangan ilegal atas nama korban.
6. Serangan Phishing, Serangan phishing adalah upaya untuk mendapatkan informasi sensitif dari individu dengan menyamar sebagai entitas tepercaya. Para pengerajin batik perlu waspada terhadap email, pesan teks, atau panggilan telepon yang mencurigakan yang meminta informasi pribadi atau keuangan.
7. Serangan Man-in-the-Middle (MITM), Serangan MITM terjadi ketika penyerang mencuri atau memanipulasi komunikasi antara dua pihak yang sah, seperti antara pengerajin batik dan pelanggan mereka. Hal ini dapat mengakibatkan pencurian informasi sensitif atau pengambilalihan akun online.

Para pengerajin batik perlu mengambil langkah-langkah untuk melindungi diri mereka dari ancaman siber ini dengan menggunakan perangkat lunak keamanan yang mutakhir, mengamankan informasi penting dengan enkripsi, mengedukasi diri mereka sendiri dan staf mereka tentang taktik penipuan online, dan melakukan tindakan pencegahan lainnya seperti membuat sandi yang kuat dan memperbarui perangkat lunak secara teratur. Dengan memahami berbagai macam ancaman siber dan mengambil langkah-langkah untuk melindungi diri mereka sendiri, pengerajin batik dapat menjaga keamanan dan keberlangsungan bisnis mereka di dunia digital yang terus berubah.



Gambar 2. Sosialisasi Ancaman dan Mitigasi Resiko atas Kejahatan Siber

⁹ Aslan and Samet, "A Comprehensive Review on Malware Detection Approaches."

¹⁰ Oz et al., "A Survey on Ransomware: Evolution, Taxonomy, and Defense Solutions."

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi penggunaan teknologi informasi dalam mengenalkan dan memasarkan produk batik UMKM di Kabupaten Batang memiliki peran yang sangat penting. Melalui sosialisasi ini, para pengerajin batik diharapkan dapat memahami manfaat dan pentingnya memanfaatkan teknologi informasi, seperti media sosial dan platform e-commerce, untuk meningkatkan visibilitas merek batik mereka secara online. Hal ini diharapkan dapat membantu mereka mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan keterlibatan konsumen, serta akhirnya meningkatkan penjualan produk batik.

Selain itu, sosialisasi juga membahas pentingnya memahami dan mengantisipasi berbagai ancaman siber yang dapat mengganggu keamanan dan kelangsungan bisnis para pengerajin batik. Ancaman seperti penipuan online, malware, serangan ransomware, dan serangan phishing perlu diperhatikan dengan serius. Para pengerajin batik perlu mengambil langkah-langkah untuk melindungi diri mereka sendiri dengan menggunakan perangkat lunak keamanan yang mutakhir dan mengedukasi diri mereka sendiri dan staf mereka tentang taktik penipuan online.

DAFTAR PUSTAKA

- Aslan, Omer, and Refik Samet. "A Comprehensive Review on Malware Detection Approaches." *IEEE Access*, 2020. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2963724>.
- Haryanto, Hery, Delfina Delfina, Jessica Jessica, Jesseline Chang, and Fionna Quinn. "Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas, Efisiensi Dan Pendapatan UMKM JHN Shop Batam." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.494>.
- Kustiyah, Eny, and Iskandar. "Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia Di Era Globalisasi." *Gema* 30, no. 52 (2017).
- Laras Ati, Putri Indah, and Atika Wijaya. "Upaya Industri Kecil Batik Dalam Meningkatkan Pendapatan Melalui Pemasaran Online Di Desa Gemeksekti Kebumen." *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development* 4, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.52483/ijsted.v4i2.78>.
- Latifah, Fitri Nur, Nuril Lutvi Azizah, Muhammad Rusliator Maika, and Nafisah Maulidiyah Chusna. "Analisa Strategi Pemasaran Batik Secara Online Pada Produsen Batik Warga Muhammadiyah Desa Kenongo Kabupaten Sidoarjo." *MALIA (TERAKREDITASI)* 13, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2796>.
- Oz, Harun, Ahmet Aris, Albert Levi, and A. Selcuk Uluagac. "A Survey on Ransomware: Evolution, Taxonomy, and Defense Solutions." *ACM Computing Surveys* 54, no. 11s (2022). <https://doi.org/10.1145/3514229>.
- Prasetyo, Rizki Dwi. "PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA PELAKU TINDAK PIDANA PENIPUAN ONLINE DALAM HUKUM PIDANA POSITIF DI INDONESIA." *World Health Organization, World Bank Group, OECD*, no. July (2014).
- Praswati, Aflit Nuryulia, Mabruroh, Wafiatun Mukharomah, Helmia Khalifah Sina, and Della Mafiana. "Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Batik Sekar Arum." *Abdi Psikonomi*, 2022. <https://doi.org/10.23917/psikonomi.vi.1399>.
- Purnamasari, Diah Ayu. "Sejarah Perkembangan Makna Dan Nilai Filosofis Batik Sriket Khas Kabupaten Kebumen Provinsi Jawa Tengah." *ADITYA - Pendidikan Bahasa Dan Sastra Jawa*, no. Vol 8, No 1 (2016): ADITYA (2016).
- Riani, Asri Laksmi, Edi Kurniadi, Mohammad Cholil, and Atmaji, Susan Dwi Cahyaningrum. "Pengembangan UKM Batik Desa Pilang Melalui Pemasaran Online." *Adi Widya : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.33061/awpvm.v3i2.3368>.