

## Pelatihan dan Pendampingan Optimalisasi Pemasaran Digital melalui Instagram dan Pembukuan Sederhana pada Usaha Batik Lintang Sari Kenongo Kabupaten Sidoarjo

### *Marketing Optimization Training and Mentoring Digital Via Instagram and Simple Booking at The Lintang Sari Kenongo Batik Business Sidoarjo District*

Tegowati<sup>1\*</sup>, Wininatin Khamimah<sup>2</sup>, Dewi Urip Wahyuni<sup>3</sup>, Eka Yuliaty<sup>4</sup>  
David Efendi<sup>5</sup>, Hermono Widiarto<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya, Indonesia

Korespondensi penulis: [tegowati@stiesia.ac.id](mailto:tegowati@stiesia.ac.id) \*

#### Article History:

Received: Januari 21, 2025;

Revised: Februari 14, 2025;

Accepted: Maret 02, 2025;

Published: Maret 05, 2025

**Keywords:** Batik, Local wisdom, MSMEs.

**Abstract:** Batik is the identity and characteristic of the Indonesian nation. Many regions in Indonesia have batik with unique characteristics, rich in various types and batik motifs in each region. The motifs always evolve with the times. Sidoarjo is one of the districts in East Java which has a wide variety of culture, arts and batik motifs. Batik in Sidoarjo has various kinds of flora and fauna motifs. Batik Lintang Sari Kenongo is a typical batik business from Sidoarjo. The products are written batik, stamped batik and printed batik. Kenongo batik has its own characteristics in the motifs on each piece of cloth which distinguishes it from various batiks in Sidoarjo so that it can be more easily recognized, especially the one that has long been famous, namely the bayeman motif. Lintang Sari Kenongo Batik tends to use floral motifs that express beauty, peace and fertility. The bayeman motif itself was formed from the creation of craftsmen who saw spinach plants around their house, this indicated that the land in Sidoarjo was very fertile, so it was used as proof of the name of the bayeman batik motif in Lintang Sari Kenongo batik, the craftsman patented this motif to become the standard motif that Lintang Sari Kenongo batik has to this day. Batik Lintang Sari Kenongo, which is a partner for PkM activities, has problems in terms of digital marketing and bookkeeping. So in this PkM activity training and mentoring are carried out regarding this matter. Community service activities have been carried out well, and partners have understood the basics of digital marketing, especially through Instagram and simple bookkeeping. It is hoped that the results of this activity will have the maximum impact on increasing sales of Lintang Sari Kenongo batik.

#### Abstrak

Batik merupakan identitas dan ciri khas dari bangsa Indonesia. Banyak wilayah di Indonesia yang memiliki batik dengan ciri khas yang kaya akan beragam jenis dan motif batik di tiap daerahnya. Motifnya selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman. Sidoarjo sebagai salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki banyak ragam budaya, kesenian, dan motif batik. Batik di Sidoarjo memiliki berbagai macam motif flora dan fauna. Batik Lintang Sari Kenongo merupakan salah satu usaha batik khas asal Sidoarjo. Produknya berupa batik tulis, batik cap dan batik printing. Batik kenongo memiliki ciri khas sendiri dalam motif di tiap helai kain yang membedakannya dari berbagai batik yang ada di Sidoarjo agar dapat lebih mudah di kenal terutama yang dari dulu terkenal adalah motif bayeman. Batik Lintang Sari Kenongo cenderung mengangkat motif tentang flora yang mengungkapkan tentang keindahan, kedamaian dan kesuburan. Motif bayeman sendiri terbentuk dari kreasi pengrajin melihat tanaman bayam di sekitar rumahnya hal itu menandakan bahwa di tanah Sidoarjo sangat subur sehingga di jadikanlah bukti dari nama motif batik bayeman di batik Lintang Sari Kenongo, pengrajin mematenkan motif tersebut menjadi motif pakem hingga saat ini yang dimiliki batik Lintang Sari Kenongo. Batik Lintang Sari Kenongo yang merupakan mitra kegiatan PkM memiliki permasalahan dalam hal digital marketing dan pembukuan. Maka dalam kegiatan PkM ini dilakukan pelatihan dan pendampingan terkait hal tersebut. Kegiatan pengabdian telah dilaksanakan dengan baik, dan mitra telah memahami dasar digital marketing khususnya melalui Instagram dan pembukuan sederhana. Hasil kegiatan ini diharapkan memberikan dampak maksimal pada peningkatan penjualan batik Lintang Sari Kenongo.

**Kata Kunci:** Batik, Kearifan Lokal, UMKM.

## **1. PENDAHULUAN**

Batik merupakan identitas dan ciri khas dari bangsa Indonesia. Di era digital sekarang, pengusaha batik harus dikoneksikan dengan semua kekuatan milenium, pasar yang dahulu dibatasi oleh jarak dan waktu sekarang diperluas tanpa batas jarak dan waktu dalam pemasaran produk (Adcharina, 2020; Suranto, 2020). Batik sangat terkenal di berbagai penjuru dunia sebagai karya seni dari negara Indonesia. Perserikatan bangsa-bangsa (PBB) di bidang pendidikan dan kebudayaan UNESCO mengakui bahwa batik adalah sebagai karya agung warisan kebudayaan Indonesia dan telah di sahkan pada tanggal 2 Oktober 2009 (Wirdatama dan Tantra, 2022). Hari Batik Nasional telah diresmikan di Indonesia melalui Keputusan Presiden Nomor 33 Tahun 2009.

Terkait dengan masuknya batik dalam daftar UNESCO memacu masyarakat Indonesia untuk selalu melindungi budaya membatik, sehingga bangsa Indonesia memiliki keharusan untuk memaknai dan melestarikan warisan budaya Indonesia ini, serta mengerti aspek-aspek dari tradisi batik yang harus dilindungi.

Awalnya kegiatan membatik hanya terbatas dalam keraton saja. Dari keraton, batik kemudian melebar ke lingkungan sekitar keraton. Abdi dalem keraton membawa tradisi batik keluar ke lingkungan keraton. Lama kelamaan kesenian batik ini ditiru oleh rakyat jelata dan selanjutnya meluas sehingga menjadi pekerjaan kaum wanita rumah tangga. Dahulu, banyak perempuan Jawa yang menjadikan keterampilan membatik sebagai mata pencaharian mereka. Sehingga pada masa lalu, membatik dikenal sebagai pekerjaan eksklusif untuk perempuan. Membatik merupakan tradisi turun-temurun. Karena itulah, beberapa motif dapat mewakili batik dari keluarga tertentu. Tidak hanya mewakili batik keluarga, motif tersebut juga dapat mencerminkan status seseorang.

Sidoarjo sebagai salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki banyak ragam budaya, kesenian, dan motif batik. Dalam pembuatan batik menggunakan lilin (malam) sebagai bahan utama. Batik di Sidoarjo memiliki berbagai macam motif flora dan fauna seperti udang, bandeng, burung merak, burung cipret dan kupu-kupu. Selain motif tersebut terdapat motif sekar jagad yang biasanya disebut ceplokan berulang. Setiap ceplokan bermotifkan bunga/tanaman yang banyak di hasilkan pada batik Lintang Sari Kenongo. Seiring perkembangan zaman, pengrajin diharuskan melakukan inovasi tanpa harus meninggalkan motif-motif yang sudah ada.

Pada tanggal 16 April 2008 paguyuban batik sidoarjo (PBS) didirikan sebagai upaya melestarikan budaya bangsa melalui peranan masyarakat dari generasi muda jetis. Motif batik yang dimiliki kabupaten Sidoarjo memiliki nilai sejarah yang berkaitan dengan kehidupan

masyarakat pada waktu lampau. Batik Lintang Sari Kenongo mempunyai galeri sendiri pada tahun 2015. Bu Lintang, pemilik usaha batik ini, merupakan generasi ketiga yang menekuni usaha batik keluarga.

Batik Lintang awalnya merupakan usaha yang dirintis orang tua Lintang, dengan nama Batik Sari Kenongo Tulangan Sidoarjo. Kantor, toko dan tempat produksi ada di desa Sari Rogo RT 12 RW 03 Sidoarjo. Sebagian tempat produksinya ada di luar desa Sari Rogo. Karyawan saat ini berjumlah 50 orang, menurun jauh dibanding sebelum Pandemi Covid 19, yaitu sebanyak 150 orang. Karyawannya rata-rata berusia 40-50 tahun. Sebagian besar mereka mengerjakan batiknya dari rumah. Produknya berupa batik tulis, batik cap dan batik printing. Kisaran harga yang ditawarkan Rp 150.0000 - Rp 250.000 ukuran 240 cm x 115 cm untuk batik printing. Batik tulis seharga Rp 350.000 - Rp 20 juta dengan ukuran sama seperti batik printing. Batik cap harga sepadan dengan batik printing. Batik dijual dalam bentuk kain dan menjual baju batik untuk pria dan wanita. Baju batik pria dihargai Rp 325.000 - Rp 350.000. Baju batik wanita seharga Rp 375.0000 - Rp 600.000.

Batik Lintang Sari Kenongo merupakan batik khas Sidoarjo dengan motif bayeman, sunduk kentang, kembang tebu, bunga matahari dan lain-lain. Batik kenongo memiliki ciri khas sendiri dalam motif di tiap helai kain, terutama yang dari dulu terkenal adalah motif bayeman. Batik Lintang Sari Kenongo cenderung mengangkat motif tentang flora yang mengungkapkan tentang keindahan, kedamaian dan kesuburan. Motif bayeman sendiri terbentuk dari kreasi pengrajin melihat tanaman bayam di sekitar rumahnya hal itu menandakan bahwa di tanah Sidoarjo sangat subur sehingga di jadikanlah bukti dari nama motif batik bayeman di batik Lintang Sari Kenongo, pengrajin mematenkan motif tersebut menjadi motif pakem hingga saat ini yang dimiliki batik Lintang Sari Kenongo.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di wilayah sidoarjo, tepatnya di desa Sari Rogo RT 12 RW 03 Sidoarjo dengan mitra ibu Lintang pemilik usaha Batik Sari Kenongo Tulangan Sidoarjo. Rincian metode kegiatan sebagai berikut:

**Tabel 1. Detail Kegiatan Pengabdian**

KEGIATAN	RINCIAN KEGIATAN
Persiapan	1. Koordinasi tim PKM dosen 2. Koordinasi tim PKM dosen dan mahasiswa
Survey Pendahuluan	3. Koordinasi dengan koordinator mitra
Pelatihan	4. Pelatihan optimalisasi pemasaran Instagram 5. Pelatihan pembukuan sederhana
Pendampingan	6. Pendampingan optimalisasi pemasaran Instagram 7. Pendampingan pembukuan sederhana

### 3. HASIL

Melalui solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra, maka target luarannya adalah mitra dapat mengoptimalkan pemasaran online melalui instagram dan memahami pembukuan secara sederhana serta mampu membuat pencatatan keuangan dengan baik dan benar. Adapun permasalahan dan Solusi ditunjukkan pada tabel 2 berikut ini:

**Tabel 2. Permasalahan Mitra dan Solusi Yang Digunakan**

Permasalahan mitra	Solusi
a) Pemasaran	a. Pelatihan dan pendampingan mengenai pemasaran berbasis digital melalui instagram guna meningkatkan penjualan.
b) Pembukuan	b. Melakukan pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana.

### 4. DISKUSI

Pengabdian kepada masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu kelompok masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas. Secara umum program ini dirancang oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya untuk memberi kontribusi yang nyata bagi masyarakat dalam mengembangkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat Indonesia. Pada pelaksanaan kegiatan ini (Maret 2025) mitra menyampaikan harapan terkait pelatihan yang dilakukan. Terlebih pada penjualan yang sekarang beralih ke *online*, sehingga mau tidak mau mitra juga harus mengikuti. Jika tidak maka jelas usahanya akan kalah bersaing dengan usaha lain yang aktif menjual di media *online*. Pemasaran memang sudah dilakukan secara *online* yaitu Instagram dan shopee. Namun diharapkan pelatihan ini dapat memaksimalkan penjualan khususnya melalui Instagram.



**Gambar 1.** Pelatihan mengenai optimalisasi pemasaran digital melalui Instagram

Pada Gambar 1 adalah penyampaian materi pelatihan mengenai optimalisasi pemasaran digital melalui Instagram. Dalam penyampaian materi ini memberikan pengetahuan dan pemahaman pentingnya memaksimalkan pemasaran melalui online khususnya Instagram. Memberikan contoh-contoh usaha batik yang telah sukses dalam penjualan online sebagai inspirasi dan semangat dalam penjualan batik melalui online.



**Gambar 2.** Pelatihan pembukuan sederhana

Pada Gambar 2 adalah penyampaian materi mengenai pembukuan sederhana. Untuk tata kelola keuangan masih belum menggunakan pembukuan dengan baik dan benar sehingga pelatihan ini diharapkan menjadi pemicu mitra untuk dapat mengelola dan mencatat dalam pembukuan dengan baik dan benar. Dengan demikian akan mudah untuk melakukan kontrol pada pemasukan dan pengeluaran dana pada usaha batik mitra ini. Untuk harga, mitra memberikan harga yang relatif sama dengan usaha batik lain pada umumnya yang memiliki kualitas sebanding. Ada harga tentu ada kualitas yang ditawarkan.



**Gambar 3.** Foto bersama peserta

Pada gambar 3 adalah sesi foto bersama mitra dan peserta pengabdian, yaitu pemilik usaha batik Lintang Sari Kenongo dan karyawannya. Antusias yang ditunjukkan oleh para peserta membuat acara pelatihan menjadi sangat menarik dan bermanfaat.

## 5. KESIMPULAN

Batik memang banyak corak dan ciri khas masing-masing. Dengan usaha dan semangat yang pantang menyerah maka usaha dapat terus berjalan. Diimbangi dengan pelatihan mengenai pemasaran digital melalui Instagram dan pembukuan maka usaha batik Lintang berupaya memaksimalkan penjualan. Di era digital akan sulit suatu usaha dapat melejit tanpa memasarkan melalui *online*. Untuk tata kelola keuangan, pelaku usaha batik harus memotivasi diri untuk mencatat keuangan dengan baik dan benar, berbekal pelatihan yang telah dilakukan.

Harus terus fokus ke pemasaran karena tingginya persaingan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi pengusaha batik telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana. Kegiatan ini memberikan manfaat bagi pelaku usaha batik.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Pelatihan ini dapat berjalan dengan lancar berkat peran serta dan dukungan dari berbagai pihak. Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sebagai bagian dari pemenuhan Tridharma Perguruan Tinggi. Terima kasih juga kepada Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang telah mendampingi dan mengkoordinasi kegiatan pengabdian dengan beberapa UMKM di Surabaya. Kami juga mengapresiasi Ibu Lintang, pemilik usaha Batik Lintang Sari Kenongo, yang telah bersedia menjadi mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini. Terakhir, kami sampaikan terima kasih kepada seluruh peserta dan pihak-pihak yang hadir mengikuti kegiatan ini.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Adcharina, P., Asri, L. R., Mohamad, H., & Pinta, S. R. H. (2020). The development of market-oriented batik products based on customer buying intention (Industrial center of batik Sragen, Indonesia). *International Journal of Management*, 11(3), 373–389.
- Suranto, Ratih P., Nurgiyatna, A., & Restu, A. R. (2023). Model pemasaran batik berbasis digital industri kreatif di Indonesia. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 1907–4433.
- Wiradatama, A., & Tantra, S. (2022). Analisis keilmuan seni rupa pada batik Lintang Sari Kenongo dengan motif Bayeman di Desa Sarirogo. *Racana: Jurnal Pendidikan Seni dan Budaya*, 2(1), 8-12.  
<https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/racana/article/view/5202>