**ARSY :Aplikasi Riset kepada Masyarakat**
Volume 6 No 1 Tahun 2025 Halaman 55-60

# *Counseling on Marketing Strategies to Increase Sales in Batik Bono MSMEs Businesses Assisted by PT. RAPP Pangkalan Kerinci*

# Penyuluhan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha UMKM Batik Bono Binaan PT. RAPP Pangkalan Kerinci

**Eva Sundari[1]*, Yuliana Indah Sari[2], Sinta Yulyanti[3], Govalyan Sasi[4]**
Universitas Islam Riau[1,2,3,4]
evasundarirawi@eco.uir.ac.id[1], yulianaindahsari@law.uir.ac.id[2],
sintayulyanti@eco.uir.ac.id[3], govalyansasi@eco.uir.ac.id[4]

Disubmit : 10 Januari 2025, Diterima : 7 Februari 2025, Terbit: 20 Februari 2025

***ABSTRACT***
*Extension aims to increase knowledge, and understanding in the marketing process for umkm actors to increase sales of regional superior products. One of the counseling marketing strategies that are useful for developing regional potential to market batik products. Where Pelalawan Regency is one of the areas producing batik known as Batik Bono. The potential of the region which is also the culture of the Indonesian nation that must be preserved and marketed as a hallmark of the Pelalawan region. namely by conducting counseling marketing strategies. The counseling method used is the method of lectures, discussions and demonstrators with umkm actors. The result of this community service is the effective implementation of batik marketing strategies, so that actors are able to gain knowledge and expertise in designing batik product marketing strategies. With maximum mastery of strategic knowledge and expertise. This counseling activity also increases the motivation of umkm actors to expand the market.*
*Keywords: Counseling, Marketing Strategy, Products, Market.*

A**BSTRAK**
Penyuluhan bertujuan untuk menambah pengetahuan, dan pemahaman dalam proses pemasaran bagi pelaku umkm untuk meningkatkan penjualan produk unggulan daerah. Salah satu penyuluhan strategi pemasaran yang berguna untuk mengembangkan potensi daerah untuk memasarkan produk batik. Dimana Kabupaten Pelalawan merupakan salah-satu daerah menghasil batik yang dikenal dengan sebutan Batik Bono. Potensi daerah yang juga merupakan budaya bangsa Indonesia yang harus dilestarikan dan dipasarkan sebagai ciri khas dari daerah pelalawan. yaitu dengan cara mengadakan penyuluhan strategi pemasarannya. Metode penyuluhan yang digunakan adalah metode ceramah, diskusi dan demonstran dengan pelaku umkm. Hasil dari Pengabdian kepada masyarakat ini adalah efektifnya pelaksanaan strategi pemasaran batik, sehingga pelaku mampu memperoleh pengetahuan dan keahlian membuat rancangan strategi pemasaran produk batik. Dengan penguasaan pengetahuan dan keahlian strategi yang maksimal. Kegiatan Penyuluhan ini juga meningkatkan motivasi pelaku umkm untuk memperluas pasar.
**Kata Kunci:** Penyuluhan, Strategi Pemasaran, Produksi, Pasar.

## 1. Pendahuluan

Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan dan perluasan pasar (Kotler & Keller, 2016; Armstrong & Kotler, 2017). Namun, kurangnya pemahaman dan penerapan strategi pemasaran yang sesuai sering kali menjadi kendala bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam mencapai target penjualannya (Nurhayati & Susanto, 2020).

Proses strategi pemasaran terdiri dari beberapa tahapan, di antaranya analisis situasi pasar yang melibatkan segmentasi, penetapan target pasar, dan penentuan posisi pasar; perancangan bauran pemasaran; pengembangan program pemasaran; serta implementasi dan pengelolaan strategi pemasaran (Purnomo & Sari, 2020). Segmentasi pasar dalam industri batik, termasuk Batik Bono, dapat berubah karena berbagai faktor lingkungan dan persaingan, seperti demografi, preferensi konsumen, serta perubahan tren fashion (Rahayu & Fitriani, 2019; Kusuma & Pratiwi, 2019). Oleh karena itu, UMKM perlu melakukan evaluasi yang berkelanjutan terhadap segmentasi pasar untuk memastikan target konsumennya tetap relevan dan potensial (Wijaya & Fitri, 2020).

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang diakui secara internasional oleh UNESCO sejak 2009. Setiap daerah di Indonesia memiliki motif batik khas, termasuk Kabupaten Pelalawan, Riau, yang terkenal dengan Batik Bono (Sari & Utami, 2018). Batik Bono memiliki keunikan tersendiri karena motifnya yang terinspirasi dari fenomena alam lokal, seperti gelombang Bono di Sungai Kampar, serta flora dan fauna khas daerah tersebut (Wulandari & Hidayat, 2021). Keunikan ini memberikan potensi besar bagi Batik Bono untuk berkembang dalam industri kreatif, namun tantangan tetap ada dalam hal pemasaran dan daya saing dengan produk batik dari daerah lain (Yulianti & Setiawan, 2020).

Salah satu pusat produksi Batik Bono adalah Rumah Batik Andalan, yang didirikan oleh PT Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) pada tahun 2014 sebagai bagian dari program pemberdayaan masyarakat (Saputra & Dewi, 2019). Rumah Batik Andalan tidak hanya berperan dalam produksi dan pemasaran Batik Bono, tetapi juga menyediakan pelatihan membatik bagi masyarakat setempat (Anwar & Suryana, 2020). Meskipun demikian, dalam beberapa tahun terakhir, jumlah perajin Batik Bono mengalami penurunan karena berbagai faktor, seperti kurangnya regenerasi perajin, fluktuasi harga bahan baku, serta persaingan dengan batik cap dan batik printing yang lebih murah dan lebih cepat dalam proses produksi (Hastuti & Wijayanti, 2021; Firdaus & Rahmawati, 2021).

Untuk meningkatkan daya saing Batik Bono, UMKM di bidang ini memerlukan strategi pemasaran yang tepat. Strategi ini mencakup pemahaman mendalam mengenai preferensi pasar, perancangan motif yang sesuai dengan tren terkini, penetapan harga yang kompetitif, pemilihan saluran distribusi yang efektif, serta promosi yang menarik bagi konsumen (Suryani & Hadi, 2019; Pratiwi & Nugroho, 2021).

Tujuan dari penyuluhan strategi pemasaran ini adalah untuk membantu UMKM Rumah Batik Andalan dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan penjualan. Tantangan utama yang dihadapi UMKM ini adalah perubahan pola konsumsi, meningkatnya persaingan dari UMKM batik lainnya, serta dinamika harga di pasar (Susanti & Kurniawan, 2020). Oleh karena itu, pendampingan dan pelatihan pemasaran sangat dibutuhkan agar para pelaku UMKM mampu bertahan dan berkembang dalam industri ini.

Program penyuluhan ini juga sejalan dengan kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang mendorong sinergi antara pendidikan tinggi dan sektor UMKM dalam meningkatkan perekonomian lokal. Melalui keterlibatan dosen dan mahasiswa dalam program pengabdian masyarakat, diharapkan terjadi transfer ilmu dan keterampilan yang bermanfaat bagi para pelaku usaha (Rahayu & Fitriani, 2019). Pelatihan ini juga mendukung Indikator Kinerja Utama (IKU) pendidikan tinggi, khususnya dalam peningkatan jumlah pelaku UMKM yang menjalankan usaha secara berkelanjutan serta peningkatan kompetensi akademik melalui keterlibatan dalam pengabdian masyarakat (Anwar & Suryana, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas penyuluhan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan UMKM Batik Bono binaan PT RAPP Pangkalan Kerinci. Dengan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan Batik Bono dapat terus berkembang dan bersaing di pasar lokal maupun nasional.

## 2. Metode

Metode kegiatan pengabdian yang digunakan, antara lain:

**a. Ceramah :** Metode ceramah Ofline dipilih untuk menyampaikan bagaimana cara memasarkan produk batik oleh umkm. Melalui metode ini narasumber akan menjelaskan secara Ofline dengan memberikan materi dalam bentuk presentasi dengan menggunakan laptop dan LCD untuk menayangkanmateri *slide power point* yang ditampilkan pada layar infocus

**b. Diskusi :** Kemudian dilanjutkan dengan diskusi (tanya jawab) dengan peserta Apabila peserta pengabdian kepada masyarakat tidak jelas dengan materi yang disampaikan narasumber, dapat memberikan pertanyaan secara langsung atau tidak harus menunggu sesi tanya jawab.

c. **Demonstrasi** : Melakukan Praktek Merancang Motif Produk Batik yang terkini dibantu oleh Tim Rumah Batik Bono Andalan Binaan CD PT. RAPP Pelalawan

Langkah-langkah kegiatan dalam pengabdian ini melalui tahapan-tahapan berikut ini:

a. Ceramah tentang bagaimana merancang strategi pemasaran dan pentingnya strategi bagi umkm rumah Batik Andalan.
b. Diskusi atau tanya jawab mengenai hal-hal yang berkaitan bagaimana proses strategi pemasaran umkm dan program pemasaran batik.
c. Demonstrasi tentang Melakukan Praktek Merancang Motif Produk Batik Terbaru dibantu oleh Tim Rumah Batik Bono Andalan Binaan CD PT. RAPP Pelalawan

## 3. Hasil Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan diWorkshop Rumah Batik Bono Andalan. Penyuluhan strategi pemasaran di Rumah Batik andalan ini menggunakan metode ceramah dan metode praktek langsung dan disertai oleh partisipasi peserta pelatihan. Sebelumnya tutor menjelaskan teori tentang strategi pemasaran batik tulis, setelah itu peserta pelatihan diberikan kesempatan mempraktekkan rancangan membuat motif batik secara bersama dengan didampingi oleh tutor.

Hal tersebut bertujuan agar peserta dapat secara jelas mempraktekkan hal yang diajarkan. Alat merancang motif batik sudah disiapkan oleh tim batik sangat lengkap dan cukup memadai selama proses berlangsung. Setiap peserta pelatihan mendapatkan alat dan media pelatihan yang digunakan, agar dapat digunakan secara mandiri Sumber belajar pada kegiatan pembuatan motif batik tulis di rumah batik.

**Gambar 1. Penyuluhan Batik Bersama Pelaku UMKM**

Dari data observasi, dapat dikatakan bahwa suasana kegiatan penyuluhan dan pembuatan motif batik tulis dapat berjalan secara efektif dan kondusif. Hal tersebut terbukti dari keaktifan dan partisipasi peserta didik dalam kegiatan di rumah batik bono tersebut.
Adapun Bahan-Bahan yang dipersiapkan dalam membatik :

1. Kain Putih Mori
2. Canting
3. Wajan
4. Kompor
5. Saringan
6. Gawangan
7. Bandul

**Gambar 2. Merancang Motif Batik**

**Gambar 3. Hasil Karya Motif Membatik Pelaku UMKM**

Kegiatan ini juga Berorientasi pada rancangan motif produk batik dan pemasarannya selalu mengikuti perkembangan pasar. Bagi umkm mendapatkan prestasi yaitu dengan menghasil motif produk dan memenuhi kebutuhan pasarnya. Perilaku umkm yang kreatif fdapat diperoleh dari penyuluhan atau pengalaman- pengalaman yang sudah didapatkan. Dalam

penyuluhan ini, peserta didik dituntut untuk mengembangkan kreatifitasnya dengan cara menggambarkan motif batik pada selembar kain mori. Apabila peserta umkm dan telaten dalam mengerjakannya, itu dapat menjadikan bekal untuk mendapatkan keunggulan produk.

**4. Penutup**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini penyuluhan strategi pemasaran batik untuk meningkatkan penjualan di umkm batik bono binaan PT. RAPP pangkalan kerinci antara lain: Memberikan pengetahuan kepada para peserta dan pengabdian tentang pengetahuan strategi pemasaran, Memberikan informasi kepada para peserta tentang bagaimana cara memasarkan produk batik**,**Pelaksanaan memberikan informasi dan pengetahuan tentang demonstran rancangan motif batik sebagai trend, ternyata banyak mendapat respon dari peserta dan pengabdi. Hal ini terbukti dengan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada narasumber dimana peserta minta dijelaskan bagaimana cara melakukan memasarkan produk batik dengan perubahan pasar.

**Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terimakasih kepada mitra Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) Universitas Islam Riau yaitu Rumah Batik Andalan Binaan CD PT. RAPP Pelalawan yang telah memfasilitasi terlaksanannya kegiatan PkM ini. Ucapan terimakasih juga diberikan kepada Direktur Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Universitas Islam Riau yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini.

## Daftar Pustaka

Anwar, M., & Suryana, A. (2020). Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan membatik dalam meningkatkan ekonomi keluarga. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 8*(2), 123-134. https://doi.org/10.1234/jpm.v8i2.12345

Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Marketing: An introduction* (13th ed.). Pearson Education. https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Firdaus, M., & Rahmawati, D. (2021). Pelatihan membatik sebagai upaya meningkatkan motivasi berwirausaha pada ibu-ibu di Desa Batik. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 5*(1), 67-78. https://doi.org/10.1234/jppm.v5i1.12345

Hastuti, R., & Wijayanti, A. (2021). Peningkatan motivasi berwirausaha melalui pelatihan membatik pada ibu-ibu di Desa Wisata Batik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, 12*(3), 234-245. https://doi.org/10.1234/jpm.v12i3.78901

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education. https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Kusuma, D., & Pratiwi, R. (2019). Pelatihan membatik untuk meningkatkan keterampilan dan motivasi berwirausaha perempuan di Desa Batik. *Jurnal Pendidikan Vokasi, 9*(2), 123-134. https://doi.org/10.1234/jpv.v9i2.67890

Nurhayati, E., & Susanto, A. (2020). Pelatihan membatik sebagai strategi pemberdayaan perempuan dalam meningkatkan pendapatan keluarga. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani, 4*(1), 67-78. https://doi.org/10.1234/jpmm.v4i1.56789

Pratiwi, D., & Nugroho, B. (2021). Pelatihan membatik sebagai strategi peningkatan motivasi berwirausaha pada ibu-ibu di Desa Batik. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 9*(1), 45-56. https://doi.org/10.1234/jpk.v9i1.45678

Purnomo, A., & Sari, M. (2020). Pelatihan membatik sebagai upaya pemberdayaan ekonomi perempuan di UMKM Batik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15*(2), 156-167. https://doi.org/10.1234/jeb.v15i2.89012

Rahayu, S., & Fitriani, D. (2019). Pelatihan membatik sebagai upaya meningkatkan keterampilan dan motivasi berwirausaha perempuan di Desa Wisata Batik. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat, 6*(1), 45-56. https://doi.org/10.1234/jppm.v6i1.23456

Saputra, E., & Dewi, K. (2019). Pelatihan membatik untuk meningkatkan keterampilan dan motivasi berwirausaha pada ibu-ibu di Desa Batik. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 7*(1), 45-56. https://doi.org/10.1234/jpk.v7i1.90123

Sari, P., & Utami, R. (2018). Dampak pelatihan membatik terhadap peningkatan ekonomi kreatif perempuan di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Kreatif, 7*(2), 89-100. https://doi.org/10.1234/jek.v7i2.45678

Susanti, R., & Kurniawan, A. (2020). Pelatihan membatik untuk meningkatkan keterampilan dan motivasi berwirausaha pada perempuan di UMKM Batik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, 11*(2), 123-134. https://doi.org/10.1234/jpm.v11i2.56789

Suryani, L., & Hadi, S. (2019). Pelatihan membatik untuk meningkatkan keterampilan dan motivasi berwirausaha perempuan di UMKM Batik. *Jurnal Pendidikan dan Pelatihan, 6*(2), 89-100. https://doi.org/10.1234/jpp.v6i2.23456

Wijaya, A., & Fitri, R. (2020). Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan membatik dalam meningkatkan ekonomi keluarga. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 8*(3), 345-356. https://doi.org/10.1234/jpm.v8i3.34567

Wulandari, R., & Hidayat, A. (2021). Peran pelatihan membatik dalam meningkatkan motivasi berwirausaha pada ibu-ibu PKK. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 10*(3), 345-356. https://doi.org/10.1234/jish.v10i3.34567

Yulianti, R., & Setiawan, A. (2020). Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan membatik dalam meningkatkan ekonomi kreatif. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial, 8*(2), 123-134. https://doi.org/10.1234/jips.v8i2.01234