

## **OPTIMALISASI USAHA BATIK PEWARNA ALAM MELALUI PROSES PRODUKSI DAN PEMASARAN**

Julia Noermawati Eka Satyarini<sup>1</sup>, Safaah Restuning Hayati<sup>2</sup>, Aqidah Asri  
Suwarsi<sup>3</sup>, Anggerka Nissa Kirana<sup>4</sup>  
Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email :<sup>1</sup>[Julianoermawati@fai.umy.ac.id](mailto:Julianoermawati@fai.umy.ac.id)

WA : 085927449842

### **Abstrak**

Batik merupakan karya seni yang dekat dengan kearifan lokal dan Indonesia identik dengan karya seni tersebut. Kota Yogyakarta dikenal sebagai kota budaya dan memiliki seni batik yang khas dan penuh dengan filosofis. Batik khas Yogyakarta dekat dengan kehidupan Kerajaan yang tidak sembarang orang bisa memakainya. Seiring dengan kemajuan zaman batik menjadi karya seni yang dapat dinikmati oleh semua kalangan. Bahkan banyak inovasi yang dilakukan agar batik menjadi produk yang dapat diaplikasikan di media apa saja. Salah satu pengarangin batik di kota Yogyakarta yang menjadi mitra adalah Bapak Saiful. Usaha Bapak Saiful tepatnya terletak di Jalan Tegal Panggung No 46 Danurejan Yogyakarta. Bapak Saiful mulai menekuni usaha batik pada tahun 2018. Beliau memilih kerajinan batik dengan pewarna alam yang diaplikasikan pada kain, selendang, kaos, *tote bag*, *pouch* dan masker. Masalah utama yang dihadapi mitra adalah kurang optimalnya proses produksi yaitu peralatan yang digunakan belum memadai sehingga waktu produksi tidak efisien dan hasilnya kurang sempurna. Tujuan Pengabdian ini adalah menyelesaikan masalah proses produksi yang kurang optimal dengan metode pengadaan peralatan yang dibutuhkan pada proses menggambar pola, pencantingan, dan pencelupan. Tujuan kedua adalah menyelesaikan masalah jangkauan pemasaran yang belum luas dengan metode memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran dan pemanfaat media sosial sebagai media promosi.

*Kata Kunci: Batik, Pewarna alam, Optimalisasi, Produksi, Pemasaran*

### **Pendahuluan**

Batik merupakan karya seni yang dekat dengan kearifan lokal dan Indonesia identik dengan karya seni tersebut. Di setiap kota di Indonesia memiliki ciri khas batik yang berbeda-beda. Salah satunya adalah Kota Yogyakarta yang dikenal sebagai kota budaya dan memiliki seni batik yang khas dan penuh dengan filosofis. Batik khas Yogyakarta dekat dengan kehidupan Kerajaan yang tidak sembarang orang bisa memakainya. Tetapi seiring dengan kemajuan zaman batik menjadi karya seni yang dapat dinikmati oleh semua kalangan. Bahkan banyak inovasi yang dilakukan agar batik menjadi produk yang dapat diaplikasikan di media apa saja.

Selain dapat diaplikasikan pada berbagai macam media, motif batik pun mulai beragam sesuai dengan cerita atau maksud si pembatik. Di kota Yogyakarta terdapat beberapa wilayah yang terkenal memiliki kerajinan batik dengan berbagai ciri khas motif yang berbeda-beda dan memiliki filosofinya

masing-masing. Proses pembuatan batik dilakukan secara khusus yaitu dengan membubuhkan lilin malam menggunakan canting cap atau canting tulis. Prosesnya masih tergolong alami dan dilakukan manual oleh tenaga manusia.

Salah satu pengrajin batik di kota Yogyakarta yang menjadi mitra adalah Bapak Saiful. Usaha Bapak Saiful tepatnya terletak di Jalan Tegal Panggung No 46 Danurejan Yogyakarta. Bapak Saiful mulai menekuni usaha batik pada tahun 2018. Beliau memilih kerajinan batik dengan pewarna alam yang diaplikasikan pada kain, selendang, kaos, *tote bag*, *pouch* dan masker. Proses produksi yang dilakukan Bapak Saiful dalam pembuatan batik melalui beberapa tahap, yaitu :

Pertama, memunculkan ide tentang motif dengan filosofi atau cerita tertentu yang akan dibubuhkan pada produk yang dibuat. Kedua yaitu pembuatan pola menggunakan pensil pada kain. Sebelum media kain digunakan lebih baik dimordant terlebih dahulu yaitu menghilangkan lapisan kanji dan kotoran yang menempel pada kain. Proses mordant dilakukan dengan merebus kain dicampur dengan tawas atau soda abu atau sabun TRO (detergen tanpa pemutih/netral) lalu dijemur. Ketiga adalah proses mencanting pada pola yang telah dibuat yang kemudian dilanjutkan dengan proses pencelupan warna. Warna yang digunakan adalah merupakan pewarna alam seperti extra daun *indigoferatinctoria* (warna biru), kulit kayu tingi (warna coklat kemerahan), kulit buah jolawe (warna hijau kekuningan), kayu tegeran (warna kuning), akasia (coklat tua), kulit kayu mahoni (warna merah bata), kulit bawang Bombay (warna emas), sabut kelapa (coklat tua), kulit buah alpukat (warna merah jambu), dan daun ketapang (warna krem). Proses pencelupan warna dilakukan minimal tiga kali tergantung kepekatan warna yang diinginkan. Proses yang keempat yaitu penguncian warna. Proses ini dapat dilakukan dengan tiga bahan yaitu :

- a. Tawas : jika menginginkan hasil warna yang serupa dengan sebelumnya,
- b. Kapur, jika menginginkan hasil warna menjadi lebih pekat satu tingkat dengan sebelumnya.
- c. Tunjung, jika menginginkan hasil warna yang lebih pekat diatas hasil penggunaan kapur.

Kelima, proses pelorotan warna yaitu menghilangkan lilin malam dengan direbus dicampur dengan tepung kanji. Selanjutnya proses terakhir adalah pembilasan kemudian dijemur.

Sebagai pengrajin batik, untuk membuat pola bapak Saiful menggunakan meja kaca sebagai alat bantu, namun masih terdapat kekurangan karena meja tersebut belum dilengkapi dengan lampu penerang dari bawah meja guna memunculkan pola yang sudah digambar pada kertas minyak. Kemudian pada proses pencelupan, Bapak Saiful masih menggunakan ember yang ukurannya kecil sehingga jika tidak telaten dapat mengakibatkan hasil pewarnaan tidak sempurna. Adanya kendala-kendala tersebut membuat proses produksi menjadi kurang optimal.

Pemasaran yang dilakukan bapak Saiful melalui media online yaitu, Instagram, Whatsapp dan Facebook. Media online dipilih karena cepat, mudah dan relatif murah, namun masih belum dapat menyentuh semua pangsa pasar sehingga omzet yang didapat belum optimal.



**Gambar 1.**  
**Proses Menggambar Pola, Proses Pencantingan, dan Proses**  
**Pencelupan sebelum Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian**

Seperti yang telah dilakukan oleh Suryanto, Chaeron dan Wibawa (2016) bahwa untuk mengatasi permasalahan optimalisasi produksi Batik Sarita di Desa Karassik, Kecamatan Kesu', Kabupaten Toraja, Provinsi Sulawesi Selatan yaitu dengan mengembangkan alat bantu proses pembuatan Batik Sarita dengan memodifikasi panthograph dan merancang kompor elektrik.

Optimalisasi proses produksi juga dilakukan pada UKM Deca snack di Kebon Rejo, Mranggen, Kabupaten Demak, Provinsi Jawa Tengah yaitu dengan penambahan alat bantu produksi berupa mesin mixer yang cukup besar (10 liter) sehingga kapasitas produksi meningkat (Sarana et al.,2018).

Pada pengabdian yang pernah dilakukan sebelumnya bahwa guna membantu pemasaran produk selama pandemi covid-19 dengan diadakannya pelatihan digital marketing agar pelaku UMKM dapat memanfaatkan internet dan teknologi untuk memperluas jangkauan target pasar (Syifa et al.,2021). Hal tersebut juga dilakukan oleh Prasetya, Sugiharti dan Fadhila (2021) yaitu guna meningkatkan penjualan UMKM di Desa Boja, Kecamatan Boja, Kabupaten Kendal dengan menambah keterampilan bagi UMKM tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk yang efektif dan efisien.

Berdasarkan pemaparan permasalahan mitra dan hasil pengabdian yang pernah dilakukan sebelumnya maka, untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra, dibutuhkan pengadaan alat produksi yang memadai agar proses produksi lebih optimal dan dapat selesai tepat waktu. Selain itu untuk mengatasi masalah pemasaran dibutuhkan pelatihan tentang strategi pemasaran dan penggunaan media sosial sebagai media promosi supaya dapat memperluas pangsa pasar sehingga dapat meningkatkan omzet.

### **Metode Pelaksanaan**

Untuk mencapai tujuan pengabdian, maka disusunlah metode pelaksanaan pengabdian dengan tahapan sebagai berikut :

1. Survey dan wawancara. Tahapan pertama ini dilakukan untuk memperoleh data yang akurat tentang permasalahan mitra.

2. Perencanaan program. Tahap kedua ini dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan dan mendiskusikan dengan tim guna memperoleh solusi pemecahan masalah.
3. Pelaksanaan Kegiatan. Tahap ketiga ini merupakan kegiatan inti pengabdian yaitu memecahkan masalah mitra. Kegiatan inti yang pertama ini berguna untuk membantu mitra agar proses produksi lebih optimal dan selesai tepat waktu yaitu dengan pengadaan tambahan peralatan produksi. Kegiatan inti yang kedua yaitu pelatihan tentang strategi pemasaran dan penggunaan media sosial sebagai media promosi guna memperluas pangsa pasar.
4. Evaluasi. Tahap ini dilakukan secara berkala setelah setiap kegiatan selesai dilakukan. Evaluasi ini penting dilakukan guna menemukan solusi atas kendala yang dihadapi saat pelaksanaan kegiatan, termasuk evaluasi akhir yang dilakukan setelah seluruh kegiatan pengabdian berakhir. Evaluasi akhir ini, untuk mengetahui seberapa efektif kegiatan yang telah dilakukan dalam membantu memecahkan masalah mitra baik dalam bentuk pengadaan barang, pemikiran, ilmu pengetahuan dan juga teknologi informasi.

## **Hasil dan Pembahasan**

Pelaksanaan kegiatan inti pengabdian masyarakat ini terdiri dari dua kegiatan yaitu pengadaan tambahan peralatan produksi dan pelatihan tentang strategi pemasaran. Untuk menghasilkan produk batik pewarna alam terdapat beberapa tahapan yang dilakukan oleh mitra yaitu mulai dari memunculkan ide tentang motif, membuat pola, mencanting, mengunci warna, pelorotan warna, pembilasan dan penjemuran. Berdasarkan survey dan wawancara dengan mitra, maka dapat diidentifikasi permasalahan pada proses produksi yang membutuhkan solusi yaitu pada proses pembuatan pola, proses pencantingan dan proses pencelupan.

Proses pembuatan pola membutuhkan meja kaca yang dibawahnya diberi lampu LED untuk mempermudah dan mempercepat menjiplak pola pada kain. Selama ini mitra menggunakan alat yang belum memadai.

Kemudian dalam proses mencanting, jumlah alat yang digunakan masih kurang sehingga ketika menemui kendala seperti penyumbatan pada ujung canting memerlukan waktu untuk membersihkannya. Mitra membutuhkan peralatan canting tambahan dengan ukuran 0 (nol) guna mempersingkat waktu ketika menemui kendala penyumbatan pada ujung canting. Sebelumnya mitra hanya memiliki satu canting ukuran 0 (nol) dan satu canting ukuran 1 (satu). Selain canting, untuk memanaskan malam mitra juga membutuhkan kompor beserta wajan kecil yang panasnya lebih stabil dan untuk memenuhi permintaan yang banyak mitra juga membutuhkan kompor dua tungku.

Pada proses pencelupan, mitra membutuhkan tempat/ember/baskom/panci yang diameternya lebih lebar dari yang digunakan sebelumnya. Pada proses pencelupan seharusnya ukuran diameter tempat yang digunakan tersebut lebih Panjang dari ukuran kain, supaya ketika dicelup kain tersebut tidak terlipat sehingga dapat menghasilkan warna yang sempurna.

Berdasarkan pemaparan permasalahan mitra pada proses produksi, maka tim pengabdian memutuskan untuk membantu memberikan tambahan peralatan produksi berupa, satu meja gambar yang dilengkapi dengan lampu LED, sepuluh canting ukuran 0 (nol), satu kompor dua tungku, kompor kecil dan wajan kecil, serta enam ember ukuran 20 inchi, dua baskom ukuran 24 inchi dan panci ukuran 30 cm dan 33 cm. Hibah peralatan tersebut dilakukan pada tanggal 30 Mei 2021.



**Gambar 2. Penyerahan hibah peralatan produksi**



**Gambar 3. Meja gambar lengkap dengan lampu LED**



**Gambar 4. Mencanting dan mencelup dengan peralatan hibah**



**Gambar 5. Produk-produk batik pewarna alam**

Permasalahan mitra berikutnya yaitu pada pemasaran produk. Berdasarkan wawancara dengan mitra, pangsa pasar produk batik pewarna alam tersebut kurang luas, karena konsumennya masih terbatas orang-orang yang dikenal saja. Untuk mengatasi hal tersebut, tim pengabdian memberikan pelatihan strategi pemasaran produk UMKM melalui media sosial yang diselenggarakan secara virtual via zoom meeting pada tanggal 12 Juli 2021 pukul 10.00 sd 13.00 WIB. Pada pelatihan tersebut tim pengabdian mengundang narasumber yang kompeten dibidang pemasaran, yaitu Ibu Aqidah Asri Suwarsi, S.E.I., M.E.I. Beliau tidak hanya seorang akademisi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tetapi juga praktisi dibidang kewirausahaan.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian kegiatan yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan bahwa tim pengabdian bersama mitra telah dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra dalam mengembangkan usahanya. Masalah produksi terselesaikan dengan kehadiran peralatan yang memadai sehingga proses produksi lebih optimal dan selesai tepat waktu. Masalah pemasaran

khususnya dalam hal promosi produk dapat terselesaikan dengan diadakannya pelatihan strategi pemasaran produk UMKM melalui media sosial sehingga dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan omzet.

Adapun keterbatasan kegiatan pengabdian ini yaitu karena dilakukan pada masa pandemi covid-19 sehingga pendampingan kegiatan pengabdian menjadi tidak maksimal, sedangkan mitra masih membutuhkan pendampingan dalam merancang konten untuk promosi produk dan dalam memanfaatkan fitur-fitur pada media sosial.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini disampaikan kepada :

1. Universitas melalui LP3M yang telah memberikan hibah.
2. Ibu Feni Astuti yang sudah bersedia menjadi mitra pengabdian.
3. Berbagai pihak yang membantu dalam terlaksananya kegiatan ini.

### Daftar Pustaka

- Dharmmesta, Basuswastha dan T Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2008. *Syariah Marketing*. Bnadung: Mizan.
- Prasetya,A.Y., Sugiharti., &Fadhila, Z.R., (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *Budimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol.3, No.1:102-108. [jurnal.stie-aas-ac-id/index.php/JAIM/article/view/1628](http://jurnal.stie-aas-ac-id/index.php/JAIM/article/view/1628).
- Rivai, Veithzal. 2012. *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktik Marketing Rasulullah Saw*. Jakarta: GramediaPustaka Utama.
- Rosyada, M.,&Tamamudin.(2020).Pengembangan Ekonomi Kreatif Batik Tulis Kota Pekalongan Sebagai Upaya Pelestarian Budaya dan Peningkatan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 01-02:41-50. <http://journal.uim.ac.id/index-php/darmabakti>.
- Sarana et al., (2018). Pengembangan Manajemen Produksi melalui Penerapan Teknologi Tepat Guna Bagi UKM Decca Snack. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, Vol.1, No.1: 411-417. [jurnal.polinas.ac.id/index.php/sentrikom/article/view/2297](http://jurnal.polinas.ac.id/index.php/sentrikom/article/view/2297).
- Serfiani, CitaYustisiadkk. 2013. *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: GramediaPustaka Utama.
- Suryanto, S.M., Chaeron, N.,& Wibawa, T.(2016). Perencanaan Alat Bantu Proses Pembuatan Batik Sarita. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, Vo.9, No.2: 119-126. [jurnal.upnyk.ac.id/index.php/opsi/article/view/2329](http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/opsi/article/view/2329).

Syifa, Y.I et al.(2021). Pelatihan UMKM Melalui Produk pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vo.2, No.1:6-13. [jurnal.untidar.ac.id/index.php/abdipraja/article/view/3602](http://jurnal.untidar.ac.id/index.php/abdipraja/article/view/3602).