

## PENDAMPINGAN PROSES PEMBUATAN DAN PEMASARAN BATIK CAP PADA KELOMPOK PEREMPUAN BATIK GEOPARK DI DESA AIR BATU, KECAMATAN RENAH PEMBARAP, KABUPATEN MERANGIN

A. D. Siregar<sup>1\*</sup>, D. M. Magdalena Ritonga<sup>2</sup>, H. W. Utama<sup>2</sup>, S. S. Amin<sup>2</sup>, Juventa<sup>2</sup> dan D. N. Ramadani<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Teknik Geologi, Universitas Jambi, Jambi

<sup>2</sup>Teknik Geofisika, Universitas Jambi, Jambi

\*Corresponding author e-mail: [anggidelias@unja.ac.id](mailto:anggidelias@unja.ac.id)

**ABSTRAK:** Kelompok Perempuan Batik Geopark di Desa Air Batu, Kabupaten Merangin, memiliki potensi besar dalam pengembangan batik cap dengan motif berbasis kekayaan Geopark Merangin. Namun, kelompok ini menghadapi dua kendala utama yaitu aspek produksi belum optimalnya efisiensi dan konsistensi kualitas dalam proses pencapan dan pewarnaan dan aspek pemasaran keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital sehingga jangkauan dasar produk masih terbatas. Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis kelompok dalam standarisasi dan efisiensi produksi batik cap, memfasilitasi pengembangan motif inovatif yang terinspirasi dari Geopark Merangin, dan memberdayakan kelompok dalam menerapkan strategi pemasaran digital untuk memperluas akses pasar produk mereka. Dari banyaknya ciri khas dari Desa Air Batu tersebut diambil beberapa motif yang akan dijadikan motif batik khas. Hasil cap yang telah dibuat berupa cap batik dengan motif kerang (*brachiophoda*), motif tari sayak, dan motif ukiran pintu Ngdeh. Metode yang diterapkan adalah pendampingan partisipatif yang dikombinasikan dengan metode pelatihan dan demonstrasi. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan kapabilitas yang nyata pada kelompok mitra. Kelompok mampu menyusun prototipe cap dengan motif yang beragam dan berhasil mencapai konsistensi warna yang lebih baik. Dari sisi pemasaran, kelompok telah meluncurkan akun media sosial resmi brand batik mereka di platform jual beli online Shopee. Program ini berhasil menciptakan fondasi yang kuat bagi kelompok perempuan batik geopark air batu untuk bertransformasi menjadi unit usaha yang lebih produktif dan kompetitif di era digital.

Kata Kunci: Batik Cap, Geopark Merangin, Pemasaran Digital, Standarisasi Produksi

**ABSTRACT:** The Geopark Batik Women's Group in Air Batu Village, Merangin Regency, has great potential in developing stamped batik with motifs based on the richness of the Merangin Geopark. However, this group faces two main obstacles: production aspects that are not optimal in efficiency and consistent quality in the stamping and dyeing process; and marketing aspects that are limited knowledge and skills in utilizing digital platforms, resulting in limited product reach. This community service program aims to improve the group's technical skills in standardizing and efficient stamped batik production, facilitate the development of innovative motifs inspired by the Merangin Geopark, and empower the group in implementing digital marketing strategies to expand market access for their products. The method used is participatory mentoring combined with training and demonstration methods. The results of the community service show a significant increase in capability in the partner group. The group is able to create stamped prototypes with diverse motifs and successfully achieve better color consistency. From a marketing perspective, the group has launched an official social media account for their batik brand. This program has successfully created a strong foundation for the Air Batu Geopark batik women's group to transform into a more productive and competitive business unit in the digital era.

Keywords: Stamped Batik, Merangin Geopark, Digital Marketing, Production Standardization

## **1 Pendahuluan**

Desa Air Batu secara administrasi terletak di Kecamatan Renah Pembarap. Kabupaten Merangin, Provinsi Jambi. Air Batu merupakan salah satu desa yang termasuk dalam kawasan utama di UNESCO Global Geopark Merangin Jambi yang merupakan situs warisan geologi dunia berumur  $\pm 290$  juta tahun lalu. Geopark (taman bumi) adalah sebuah geografi tunggal atau gabungan yang memiliki situs warisan geologi (*geosite*), dan bentang alam yang bernilai, terkait aset warisan geologi (*geoheritage*), keragaman (*geodiversity*), dan keragaman budaya (*cultural diversity*), serta dikelola untuk keperluan konservasi, edukasi dan pembangunan perekonomian masyarakat secara berkelanjutan [1].

Kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi dapat diupayakan melalui ketertiban Perguruan Tinggi di dalam pengembangan Geopark. Selain itu, yang terpenting dari keberlangsungan Geopark melalui upaya peningkatan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Pengabdian ini memiliki mitra sasaran Kelompok Perempuan Batik Geopark Air Batu yang diharapkan partisipasinya dalam promosi. Desa Air Batu berpotensi menjadi desa wisata yang memiliki potensi peningkatan ekonomi melalui pariwisata dan ekonomi kreatif. Saat ini sudah banyak kelompok masyarakat yang dibentuk untuk upaya peningkatan ekonomi salah satunya Kelompok Ibu-Ibu Batik Geopark Air Batu. Kendala yang dihadapi mitra yaitu kurangnya pengetahuan dalam persiapan proses pembuatan dan mempromosikan hasil batik yang telah dibuat melalui sosial dan e-commerce untuk melakukan pemasaran dan penjualan [2].

Berdasarkan teori pembangunan masyarakat (community development) dari Jim Ife (2016), program pengembangan Kelompok Ibu-ibu Batik Geopark melalui pelatihan manajemen keuangan, pemasaran digital pengembangan sistem administrasi, dan pendampingan business plan merupakan wujud nyata dari pembangunan berbasis kekuatan komunitas (Community-based development). Pendekatan Ife menekankan bahwa pembangunan yang berkelanjutan harus dimulai dari penguatan kapasitas sumber daya internal kelompok, bukan sekedar intervensi dari luar [3].

Sebelum pendampingan, Kelompok Ibu-ibu Batik Geopark mengalami kesenjangan digital yang signifikan. Sebanyak 95% anggotanya masih bergantung sepenuhnya pada penjualan konvensional, dengan rata-rata penjualan hanya 1-2 produk per tiga bulan. Tanpa kehadiran media sosial bisnis atau marketplace, mereka hanya

mengandalkan foto di WhatsApp pribadi untuk memasarkan produk batik cap-nya yang unik. Kondisi ini mengakibatkan potensi pasar yang terbatas, daya saing rendah, dan kerentanan terhadap fluktuasi pasar. Tanpa pendampingan sistematis untuk membekali keterampilan digital marketing, kelompok ini beresiko tinggi tertinggal dan tidak mampu mengoptimalkan potensi usahanya.

Pendampingan proses pembuatan dan pemasaran batik cap pada kelompok perempuan bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk, efisiensi produksi, dan daya saing di pasar. Program ini fokus pada pemberdayaan perempuan dengan membekali keterampilan teknik dan kewirausahaan.

## **2 Metode Penelitian**

Metode penelitian pengabdian yang berfokus pada pendampingan proses dan pemasaran batik cap umumnya menggunakan pendekatan yang bersifat partisipatif, praktis, dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat (mitra). Sebagai langkah awal dalam pengabdian kepada masyarakat dilakukan pendekatan kepada kelompok perempuan batik dengan menjalin komunikasi untuk menjelaskan maksud dan tujuan, identifikasi masalah, perencanaan hingga evaluasi. Kegiatan ini memiliki 2 tahapan yaitu melakukan pendampingan proses pembuatan cap batik dan pendampingan pemasaran cap batik. Setelah melakukan observasi dalam mengunjungi lokasi mitra untuk memahami kondisi, potensi dan permasalahan yang dihadapi terkait produksi dan pemasaran batik cap tim pengabdian dapat berdiskusi dengan kelompok pembatik untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik, tingkat keterampilan, masalah kualitas produksi, serta tantangan dalam pemasaran.

Tahap pelaksanaan mencakup dua fokus utama yaitu produksi (pembuatan batik cap) dan pemasaran. Pada produksi batik cap dilakukan pelatihan/workshop dan pendampingan dengan memberikan pelatihan teknis tentang peningkatan kualitas bahan dan alat seperti inovasi alat cap dan penggunaan pewarna alam, standarisasi dan efisiensi proses membatik cap, menciptakan motif atau desain inovatif berbasis kearifan lokal seperti pada daerah air batu yang memiliki warisan geologi dan budaya yang melimpah, serta manajemen produksi dan mutu produk.

Pada pemasaran batik cap dapat dilakukan dengan memberi materi seperti pembuatan konten promosi, pemanfaatan media sosial dan e-commerce, penyusunan strategi branding dan penentuan harga, serta dapat bekerja

sama dengan tim pengelola geopark agar dapat memperkenalkan hasil batik cap kepada pengunjung atau wisatawan yang datang ke daerah geopark. Selain itu dilakukan pendampingan online dengan membantu langsung dalam mengelola media sosial atau toko online mitra.

Melakukan tahap evaluasi keefektifan pelatihan digital marketing melalui pendekatan multi-level, dimulai dengan evaluasi reaksi untuk mengukur kepuasan peserta terhadap materi dan metode pelatihan. Pada tingkat pembelajaran, post-test dilaksanakan untuk mengukur peningkatan pengetahuan teknis dan pemahaman tentang algoritma media social. Lebih lanjut, evaluasi perilaku dimonitor selama 1-3 bulan pasca-pelatihan melalui observasi terhadap akun bisnis kelompok mitra, dengan indikator keberhasilan konkret berupa peningkatan interaksi minimal 15%, pertumbuhan organik, dan peningkatan trafik toko online di Shopee.

Indikator hasil akhir yang paling substansif adalah peningkatan konversi penjualan sebesar 10-20% yang berasal langsung dari platform digital, serta kemampuan kelompok mitra untuk secara mandiri membuat dan menjalankan rencana konten sederhana, yang menandakan tercapainya tujuan pemberdayaan dan kemandirian digital.

### 3 Hasil dan Pembahasan

Tim Pengabdian Universitas Jambi melaksanakan kegiatan pendampingan proses pembuatan batik cap kepada Kelompok Perempuan “Batik Geopark” di Desa Air Batu. Kegiatan ini berfokus pada penerapan motif-motif khas yang terinspirasi langsung dari kekayaan alam dan budaya Geopark Merangin, seperti ornamen rumah adat, pola gerakan tarian tradisional, serta keanekaragaman flora dan fauna khas kawasan tersebut. Melalui pendampingan ini, diharapkan kemampuan para perajin batik dalam menciptakan dan memproduksi kain batik bernilai jual tinggi dengan identitas lokal yang kuat dapat semakin meningkat.



Gambar 1. Kegiatan Observasi Kunjungan Mitra

Tim Pengabdian Universitas Jambi mendampingi Kelompok Perempuan “Batik Geopark” di Desa Air Batu melalui serangkaian proses pembuatan batik cap yang terstruktur. Proses ini memanfaatkan motif khas yang diambil dari kekayaan budaya dan alam Geopark Merangin, seperti ukiran rumah adat, formasi gerakan tarian tradisional, serta corak fosil flora dan fauna endemik. Dari banyaknya ciri khas dari Desa Air Batu tersebut diambil beberapa motif yang akan dijadikan motif batik khas untuk mengenalkan daerah tersebut dengan hasil kekayaan yang ada pada Desa Air Batu. Hasil cap yang telah dibuat berupa cap batik dengan motif kerang (*brachiophoda*) yang merupakan salah satu fosil yang terdapat di Desa Air Batu yang berumur kurang lebih 290 juta tahun lalu dan motif tari sayak yang merupakan salah satu tari khas daerah Desa Air Batu. Pada cap tumpal yang dibuat terdiri dari ukiran pintu Ngdeh yang merupakan salah satu ukiran peninggalan dari Desa Air Batu dan ukiran masjid peninggalan masyarakat Desa Air Batu yang berumur lebih dari 100 tahun.



Gambar 2. Proses Pembuatan Motif Batik

Pendampingan diawali dengan tahap perancangan motif, di mana tim bersama para ibu berdiskusi untuk mengadaptasi elemen-elemen khas tersebut menjadi desain visual yang siap dipindahkan ke dalam bentuk cap (alat cetak dari tembaga). Selanjutnya, dilakukan tahap pencapan. Pada tahap ini, ibu-ibu dibimbing untuk mencelupkan cap ke dalam malam (lilin batik) yang telah dicairkan, lalu menstempelkannya secara presisi di atas kain mori agar pola terlihat jelas dan konsisten. Setelah seluruh motif tercetak, kain kemudian mengalami tahap pewarnaan dengan menggunakan zat warna alam yang aman sesuai dengan karakter geopark. Tahap akhir adalah pelorotan, yaitu proses merebus kain dalam air mendidih untuk meluruhkan lapisan malam, sehingga motif yang telah dicetak dan diwarnai tampak permanen dan bersih.

Melalui pendampingan yang komprehensif ini, diharapkan kelompok ibu-ibu tidak hanya terampil secara teknis, tetapi juga mampu mengembangkan produk batik

yang memiliki ciri khas dan nilai jual tinggi berdasarkan identitas lokal Geopark Merangin.



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan Batik Cap

Pelaksanaan pendampingan pemasaran diawali dengan tahap persiapan dan penyusunan materi pelatihan digital marketing yang dikostumisasi sesuai kebutuhan spesifik mitra. Mitra juga dikenalkan pada pemanfaatan sosial media sebagai kunci untuk memperluas jangkauan konsumen, yang mencakup pemilihan platform yang relevan seperti Facebook, Instagram dan Shopee, serta teknik penyusunan konten yang sesuai dengan keadaan pasar dan target konsumen. Kelompok perempuan batik diajarkan dalam pembuatan akun sosial media dan e-commerce serta tahapan dalam melakukan pemasaran di platform tersebut agar mempermudah kelompok perempuan batik menggunakan masing-masing platform.

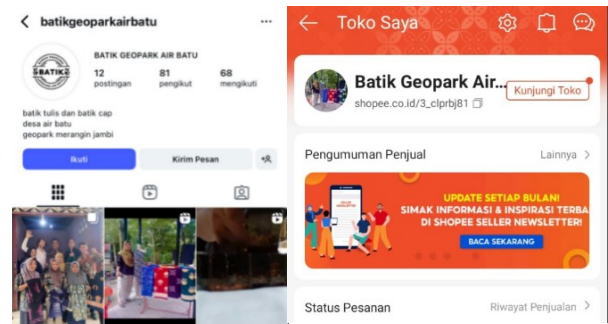


Gambar 4. Kegiatan Pendampingan Pemasaran Digital Marketing

Kendala utama yang dimiliki oleh mitra Kelompok Perempuan Batik Geopark Air Batu saat ini adalah, kurangnya pengetahuan mengenai penjualan di toko online dan pemasaran digital. Mereka mengakui kesulitan untuk mengakses informasi mengenai cara kerja penjualan di toko online dan sukar mengikuti perkembangan pasar digital yang sangat pesat. Hal ini dapat terjadi karena adanya kesenjangan dalam aspek ekonomi, kompleksitas materi dan kesenjangan kemampuan digital, serta kesenjangan infrastruktur dan sumber daya manusia. Dengan demikian, upaya sistematis sangat diperlukan untuk memastikan transformasi digital dapat diakses oleh seluruh pelaku usaha tanpa terkecuali.

Kegiatan pelatihan didapatkan peningkatan pemahaman dan wawasan anggota Kelompok Ibu-Ibu

Batik Geopark Air Batu mengenai digital marketing dalam memasarkan produk. Mahasiswa dan tim pengabdian memberikan materi mengenai cara pengemasan produk agar terlihat lebih rapi dan memberikan materi mengenai pengambilan foto produk secara profesional dengan mengikuti tren kekinian, serta memberikan materi mengenai pembuatan iklan dalam bentuk poster digital dengan menggunakan aplikasi editing sederhana yang ramah pemula.



Gambar 5. Pembuatan Platform

#### 4 Kesimpulan

Seluruh rangkaian kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan secara komprehensif, dapat disimpulkan bahwa pendampingan proses pembuatan dan pemasaran batik cap kelompok perempuan air batu geopark di desa air batu telah memberikan dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan kapasitas mitra. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah memenuhi tujuannya untuk mentransformasi usaha batik cap dari model produksi dan pemasaran konvensional menjadi model yang lebih efisien, inovatif, dan adaptif terhadap teknologi digital. upaya mengajarkan implementasi langsung melalui pembuat akun e-commerce shopee beserta penjelasan mekanisme operasional dan fitur-fitur platform tersebut. Keberlanjutan usaha mitra lebih terjamin dengan bekal keterampilan teknis dan manajerial yang telah diperoleh.

#### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam kegiatan, lembaga atau individu yang terlibat dalam kegiatan pengabdian, dan pemberi dana, fasilitas, materi atau saram dalam kegiatan pengabdian.

## Daftar Pustaka

- [1] Ritonga, D. M. M., Kurniantoro, E., Said, Y. M., Mulyasari, R., Utama, H. W. Pemetaan Objek Fenomena Geologi di Sepanjang Sungai Mengkarang: Guna Pengembangan Aset Geowisata di Geopark Mengkarang Purba, Desa Bedeng Rejo, Kabupaten Merangin, Jambi. *Prosiding Semnas SINTA FT UNILA*. 2018. 1:173-178.
- [2] Utama, H. W., Misnawati, Siregar, A. D., Kirana, F. C., Wahyudi, E., Ritonga, D. M. M., Marlina, L. Peran Perguruan Tinggi Dalam Pembangunan Keberlanjutan Geopark Di UGGp Merangin Jambi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sakai Sambayan*. 2023. 156-162.
- [3] Ife, J. 2016. Community Development in an Uncertain World: Vision, analysis and practice. *Cambridge University Press*.