

## **INOVASI PEMBERDAYAAN PRODUK UNGGULAN DAERAH: SINERGITAS DINAS, TEKNOLOGI TEPAT GUNA DAN MEDIA DIGITAL UNUTK UMKM BATIK BAKARAN**

Diana Laily Fithri, Diah Ayu Susanti, Rochmad Winarso, Achmad Ridwan

Sistem Informasi, Universitas Muria Kudus, Kudus

Akutansi, Universitas Muria Kudus, Kudus

Teknik Mesin, Universitas Muria Kudus, Kudus

Sistem Informasi, Universitas Muhammadiyah Kudus, Kudus

### ***Abstract (10pt)***

*The community service activities for the superior products of Pati Regency in the second year have been going well by involving synergy between higher education institutions, the Cooperatives and MSMEs Office, and batik business partners. The program started with socialization and access to capital, followed by training in product photography and the provision of a mini studio that produced more attractive batik catalogs. Training in marketing management and website creation also helped partners utilize digital media as a promotional tool. In the implementation phase, appropriate technology (TTG) such as a marketing website, ergonomic colet tables, night boilers, and batik drying rooms successfully improved production efficiency and quality. In addition, management and financial mentoring strengthened the independence of partners in managing their businesses. The websites [www.yuliatiwarno.com](http://www.yuliatiwarno.com) and [www.misihbatik.com](http://www.misihbatik.com) are now online showcases that expand market reach, while the product catalog from photography training supports more professional promotion. Overall, these activities can enhance the competitiveness, productivity, and sustainability of Batik Bakaran SMEs, as well as provide a strong foundation for future branding and marketing development.*

**Keywords:** *Batik Bakaran SMEs, Appropriate Technology, Marketing Website, Product Photography, Empowerment, Digital Marketing*

### ***Abstrak***

Kegiatan pengabdian produk unggulan daerah Kabupaten Pati tahun kedua berjalan baik dengan melibatkan sinergi perguruan tinggi, Dinas Koperasi dan UMKM, serta mitra usaha batik. Program dimulai dari sosialisasi dan akses permodalan, dilanjutkan dengan pelatihan fotografi produk serta penyediaan mini studio yang menghasilkan katalog batik lebih menarik. Pelatihan manajemen pemasaran dan pembuatan website juga membantu mitra memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Pada tahap penerapan, teknologi tepat guna (TTG) seperti website pemasaran, meja colet ergonomis, pelorot malam, dan ruang pengering batik berhasil meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi. Selain itu, pendampingan manajemen dan keuangan memperkuat kemandirian mitra dalam mengelola usaha. Website [www.yuliatiwarno.com](http://www.yuliatiwarno.com) dan [www.misihbatik.com](http://www.misihbatik.com) kini menjadi etalase online yang memperluas jangkauan pasar, sedangkan katalog produk dari pelatihan fotografi mendukung promosi secara lebih profesional. Secara keseluruhan, kegiatan ini dapat meningkatkan daya saing, produktivitas, dan keberlanjutan UMKM Batik Bakaran serta memberi dasar yang kuat untuk pengembangan branding dan pemasaran di masa depan.

**Kata Kunci:** *UMKM Batik Bakaran, Teknologi Tepat Guna, Website Pemasaran, Fotografi Produk, Pemberdayaan, Digital Marketing*

## 1. PENDAHULUAN (*Introduction*)

UMKM batik di Indonesia memiliki peran penting dalam menjaga warisan budaya sekaligus mendorong perekonomian lokal. Salah satu sentra yang masih bertahan hingga kini adalah Batik Bakaran, yang dikenal dengan motif khas dan teknik tradisionalnya. Dua pelaku UMKM yang turut berkontribusi dalam melestarikan batik Bakaran adalah Yuliatiwarno Batik dan Misih Batik. Keduanya konsisten memproduksi batik dengan kualitas yang baik, namun masih menghadapi sejumlah tantangan dalam pengembangan usaha, khususnya terkait efisiensi produksi, pemasaran, dan pengemasan produk secara lebih menarik.

Dalam proses produksi, masih ditemukan keterbatasan penggunaan Teknologi Tepat Guna (TTG) yang dapat membantu mempercepat dan meningkatkan mutu hasil batik. Tanpa pemanfaatan TTG yang optimal, produktivitas menjadi lebih rendah dan biaya produksi relatif tinggi. Selain itu, di era digital saat ini, keberadaan pemasaran berbasis website menjadi sangat penting untuk memperluas jangkauan pasar. Namun, baik Yuliatiwarno Batik maupun Misih Batik belum sepenuhnya memanfaatkan media digital secara maksimal, sehingga pemasaran produk masih terbatas pada metode konvensional dan pasar lokal. Tantangan lainnya terletak pada aspek promosi visual. Produk batik yang memiliki nilai estetika tinggi sering kali belum ditampilkan secara optimal karena keterbatasan kemampuan dokumentasi. Padahal, melalui fotografi produk yang profesional, batik dapat dipresentasikan dengan lebih menarik, sehingga meningkatkan daya tarik konsumen sekaligus memperkuat brand image. Melihat kondisi tersebut, dibutuhkan sebuah program pendampingan yang mengintegrasikan penerapan TTG, pemasaran berbasis website, dan pelatihan fotografi bagi UMKM Batik Bakaran, khususnya Yuliatiwarno Batik dan Misih Batik. Sinergi ketiga aspek ini diharapkan mampu meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing UMKM batik lokal di tengah persaingan industri kreatif, sekaligus menjaga keberlanjutan warisan budaya batik Bakaran.

## 2. TINJAUAN LITERATUR (*Literature Review*)

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat berisi ringkasan kajian teoritis terkait bagaimana pemberdayaan masyarakat dilakukan (Supérieure, 2016). Kabupaten Pati, Jawa Tengah memiliki sentra batik tulis yang berpusat di Desa Bakaran sehingga dikenal dengan istilah Batik Bakaran. Ciri khas motifnya terletak pada isen-isen yang rumit, blebak dari peretakan malam, serta warna hitam kecoklatan (Wahyuningtyas et al., 2023). Batik bakaran merupakan batik khas dari kabupaten Pati, Jawa Tengah. Nama bakaran sendiri merupakan nama desa yaitu desa Bakaran, kecamatan Juwana, Kab.Pati, Jawa Tengah. Batik bakaran sendiri, sudah aja sejak zaman kerajaan majapahit (Arisanto et al., 2024). Sama halnya dengan batik lainnya, batik bakaran mempunyai motif khusus yaitu garis-garis yang tidak beraturan. Akan tetapi, dalam pengembangan potensi ekonomi daerahnya, seringkali potensi yang ada belum dapat tergarap secara

optimal. Sehingga sulit bagi daerah untuk menarik masuknya arus perdagangan, pelancong maupun investasi (*trade, tourist and investment*). Padahal setiap daerah memiliki keunggulan masing-masing. Namun keunggulan itu belum mampu meningkatkan perekonomian daerah tersebut. Oleh karena itu diperlukan kejelian dalam menentukan dan mengembangkan keunggulan komparatif dan kompetitif daerah tersebut, dengan merancang suatu konsep pembangunan yang memanfaatkan berbagai potensi tersebut, sehingga setiap daerah dapat saling mendukung, saling menunjang dan saling menguntungkan. Strategi pengembangan perekonomian daerah dapat di tempuh antara lain dengan pengembangan produk unggulan daerah melalui pendekatan kelembagaan lokal pendukung, pengembangan kompetensi lokal, pengembangan perekonomian berbasis bahan baku setempat, atau pengembangan teknologi tepat guna.(Jawoto, 2011). Selain permasalahan daya saing, permasalahan bahan baku dan tenaga kerja juga menjadi permasalahan yang cukup penting diperhatikan. Pembelian bahan baku di luar kota mengakibatkan para pelaku usaha harus menambah biaya dan menambah pengeluaran dalam produksi sehingga membuat keuntungan yang diperoleh lebih kecil(Fadel et al., 2025). Para pengrajin tidak dapat menaikkan harga batik dengan mudah dikarenakan takut harga yang terlalu tinggi di pasaran. Sedangkan untuk masalah tenaga kerja yang kurang kompeten dalam bidangnya dapat mempengaruhi perkembangan batik Bakaran dengan tidak maksimal(Lestari & Suparwi, 2023). Selain masalah tenaga kerja, ada permasalahan pemasaran yang dengan kegiatan pengabdian ini dengan menggunakan website dan Media sosial diakui sebagai saluran pemasaran yang efektif berkat kemudahan aksesnya. Menciptakan interaksi antara individu dan organisasi bisnis, menggunakan berbagai bentuki konten seperti teks, gambar, dan video. Namun, pelaku usaha sering menghadapi tantangan dalam memanfaatkan media sosial, terutama terkait dengan keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang menguasai bidang teknologi informasi dan komunikasi. oleh karena itu, perhatian dari pihak bisnis sangat penting agar produk yang mereka tawarkan dapat dijangkau dan menarik minat konsumen di seluruh dunia. Pemanfaatan teknologi berbasis Media, Informasi, dan Teknologi (MIT) menjadi solusi potensial untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut. MIT tidak hanya memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar melalui platform digital, tetapi juga dapat meningkatkan efisiensi operasional serta menciptakan nilai tambah pada produk dan layanan mereka. Dengan mengadopsi teknologi digital, UMKM dapat melakukan pemasaran melalui media sosial, mengotomatisasi proses produksi, serta meningkatkan manajemen inventori(Lestari & Suparwi, 2023). Pemasaran atau Pemasaran adalah kegiatan penting dari sebuah perusahaan yang memproduksi produk untuk dijual, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan berharap untuk mendapatkan keuntungan ini bersangkutan tidak hanya dapat menjaga kelangsungan usahanya, tetapi juga

dapat berkembang lebih besar. Namun, sayangnya produk UMKM masih mengalami kesulitan dalam hal pemasaran, terutama di era pemasaran digital saat ini (Yuniarti et al., 2022).

### 3. METODE PELAKSANAAN (*Materials and Method*)

Metode pendekatan kegiatan dilaksanakan melalui 6 tahapan, yaitu; sosialisasi, pelatihan, pendampingan, penerapan, dan evaluasi keberlanjutan.

Tabel 1. Kegiatan tahun 2

Tahun 2		
No.	Tahapan	Kegiatan
1	Sosialisasi	Sosialisasi rencana kegiatan tahun 2 bersama Dinas Koperasi dan UMKM serta mitra UKM
		Sosialisasi permodalan dari bank Jateng
2	Pelatihan	Pelatihan fotografi dan pengadaan peralatan mini studio untuk foto produk katalog dan website pemasaran
		Pelatihan manajemen pemasaran dan pembuatan website pemasaran
3	Penerapan	Penerapan TTG tahun 2; 1) Website promosi dan pemasaran produk ( <a href="https://misihbatik.com/">https://misihbatik.com/</a> dan <a href="https://yuliatiwarno.com/">https://yuliatiwarno.com/</a> ) 2) TTG Blower Pengering kain batik thermokontrol. 3) TTG Mesin Feeder pewarna kain batik 4) Ruangan pengering kain batik dengan thermokontrol 5) Meja colet knockdown 6) Softbox Lighting untuk foto produk.
4	Pendampingan	Pendampingan manajemen dan keuangan lanjutan
5	Evaluasi dan Keberlanjutan	Evaluasi kegiatan dan keberlanjutan pemanfaatan TTG dalam peningkatan produksi

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN (*Results and Discussion*)

Kegiatan pengabdian produk unggulan daerah Kabupaten Pati tahun kedua telah berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Tahap sosialisasi bersama Dinas Koperasi dan UMKM serta Bank Jateng berhasil memberikan gambaran yang jelas mengenai program yang dijalankan sekaligus membuka peluang akses permodalan bagi mitra. Selanjutnya, pelatihan fotografi produk yang dilengkapi dengan pengadaan mini studio telah meningkatkan

keterampilan mitra dalam menghasilkan foto katalog yang lebih menarik dan profesional. Ditambah dengan pelatihan manajemen pemasaran dan pembuatan website, mitra kini memiliki kemampuan dasar untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk batik.

Pada tahap penerapan, kegiatan difokuskan pada implementasi Teknologi Tepat Guna (TTG) yang relevan dengan kebutuhan produksi batik, di antaranya website pemasaran untuk Misih Batik dan Yuliatiwarno Batik, TTG pelorot malam batik, TTG meja colet/gambar ergonomis knockdown, serta TTG ruang pengering batik. Penerapan TTG tersebut telah memberikan dampak positif, terutama dalam meningkatkan efisiensi, kenyamanan, serta kualitas hasil produksi. Tahap pendampingan kemudian dilaksanakan untuk memperkuat aspek manajemen dan keuangan lanjutan, sehingga mitra tidak hanya berkembang dari sisi produksi, tetapi juga lebih siap dalam mengelola usaha secara profesional. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan produktivitas, daya saing, dan keberlanjutan UMKM Batik Bakaran.

Berdasarkan hasil tersebut, terdapat beberapa rekomendasi untuk keberlanjutan program. Pertama, pengelolaan website yang telah dibuat perlu terus dioptimalkan dengan pendampingan rutin, baik dalam pembaruan konten, penerapan strategi SEO sederhana, maupun integrasi dengan media sosial. Kedua, pemanfaatan TTG harus dilakukan secara maksimal dengan perawatan berkala dan pengembangan inovasi baru sesuai kebutuhan produksi, agar tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga menjaga kualitas batik yang dihasilkan. Ketiga, mitra disarankan mengikuti pelatihan lanjutan dalam bidang fotografi dan desain grafis agar kualitas promosi visual semakin meningkat. Keempat, dukungan akses permodalan dan jejaring pemasaran perlu diperluas melalui kerja sama dengan lembaga perbankan, dinas terkait, maupun marketplace nasional dan internasional. Kelima, strategi branding Batik Bakaran perlu diperkuat secara kolektif, dengan menonjolkan ciri khas lokal sebagai identitas unggulan, sehingga UMKM batik di Pati tidak hanya dikenal di pasar domestik, tetapi juga mampu bersaing di kancah global. Dengan rekomendasi tersebut, kegiatan pengabdian diharapkan tidak hanya berhenti pada tahap implementasi, tetapi dapat terus berlanjut menjadi program pemberdayaan yang berkesinambungan, membawa manfaat nyata bagi mitra UMKM serta berkontribusi terhadap pelestarian dan pengembangan Batik Bakaran sebagai produk unggulan daerah Kabupaten Pati.

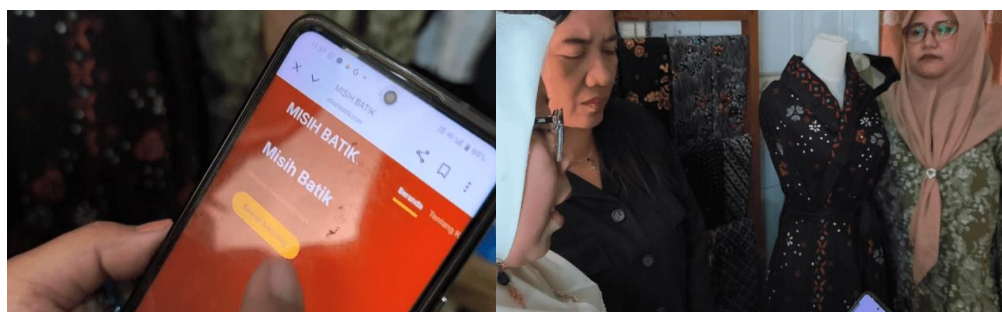


Gambar 1 : Sosialisasi kegiatan dan sinergi dengan Dinkop UMKM Kab. Pati



Gambar 2 : Pelatihan fotografi dan pengadaan peralatan mini studio

Hasil dari kegiatan penerapan dan pendampingan website bagi mitra menunjukkan capaian yang signifikan. Melalui pembuatan dan pendampingan pengelolaan **website** [www.yuliatiwarno.com](http://www.yuliatiwarno.com) dan [www.misihbatik.com](http://www.misihbatik.com), kedua mitra kini memiliki media digital yang berfungsi sebagai etalase online untuk produk Batik Bakaran. Website ini menampilkan katalog produk, profil usaha, serta kontak pemesanan yang memudahkan konsumen mengakses informasi secara cepat dan jelas. Manfaat utama dari keberadaan website ini adalah meningkatnya jangkauan pemasaran, di mana produk tidak hanya dipasarkan secara konvensional di pasar lokal, tetapi juga dapat dikenalkan lebih luas melalui platform digital. Selain itu, website juga berperan sebagai sarana branding yang memperkuat identitas batik khas Bakaran, sekaligus memberikan kepercayaan lebih bagi calon pembeli karena usaha memiliki media promosi resmi. Pendampingan dalam pengelolaan website juga memastikan mitra mampu secara mandiri memperbarui konten, mengunggah foto produk, serta mengoptimalkan deskripsi agar lebih menarik bagi konsumen. Dengan demikian, penerapan website sebagai media pemasaran terbukti menjadi langkah strategis dalam mendukung transformasi digital UMKM batik, meningkatkan daya saing, serta membuka peluang pasar yang lebih luas.



Gambar 3 : Pelatihan manajemen pemasaran dan pembuatan website pemasaran

Hasil dari kegiatan pelatihan fotografi produk memberikan dampak nyata bagi mitra, khususnya **Yuliatiwarno Batik** dan **Misih Batik**. Melalui pelatihan ini, para pelaku UMKM memperoleh keterampilan dasar hingga praktik langsung dalam memotret produk dengan teknik pencahayaan, komposisi, serta penggunaan peralatan mini studio. Keterampilan tersebut kemudian diaplikasikan dalam pembuatan **katalog produk batik** yang menampilkan koleksi unggulan dari masing-masing mitra.

Katalog ini tidak hanya berfungsi sebagai media dokumentasi, tetapi juga menjadi sarana promosi yang lebih profesional untuk dipublikasikan baik secara cetak maupun digital. Dengan adanya katalog yang tersusun rapi dan visual yang lebih menarik, citra produk batik Bakaran semakin meningkat, sehingga dapat memperkuat daya tarik bagi konsumen sekaligus mendukung pemasaran melalui website maupun media sosial. Keberhasilan menghasilkan katalog produk ini membuktikan bahwa pelatihan fotografi mampu memberikan nilai tambah yang signifikan dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM batik..



Gambar 4 : Hasil Katalog Batik Bakaran

## 5. KESIMPULAN (*Conclusions*)

Kegiatan pengabdian produk unggulan daerah Kabupaten Pati dengan judul “*Sinergi Penerapan TTG, Pemasaran Berbasis Website, dan Pelatihan Fotografi untuk Pemberdayaan UMKM*” yang dilaksanakan pada mitra **Yuliatwarno Batik** dan **Misih Batik** di sentra Batik Bakaran telah berhasil memberikan solusi nyata atas permasalahan yang dihadapi mitra. Sebelum kegiatan, mitra masih terkendala pada efisiensi produksi, keterbatasan dalam pemasaran digital, serta kurangnya keterampilan promosi visual produk. Melalui program ini, telah dihasilkan berbagai solusi, antara lain penerapan Teknologi Tepat Guna (TTG) untuk meningkatkan efektivitas proses produksi, pembuatan dan pendampingan website pemasaran sebagai etalase digital untuk memperluas jangkauan pasar, serta pelatihan fotografi yang menghasilkan katalog produk batik sehingga tampilan promosi menjadi lebih profesional. Selain itu, pendampingan manajemen dan keuangan turut memperkuat kapasitas mitra dalam mengelola usaha secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif dalam peningkatan produktivitas, daya saing, serta keberlanjutan UMKM batik, sekaligus memperkuat peran Batik Bakaran sebagai warisan budaya dan produk unggulan daerah Kabupaten Pati.

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH (*Acknowledgement*)

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi yang telah memberi dukungan

terhadap pelaksanaan kegiatan Program PM-UPUD Tahun 2025 (Instansi Pemberi Pendanaan Kegiatan) serta Universitas Muria Kudus (UMK) dan Universitas Muhammadiyah Kudus (UMKU)

## 7. DAFTAR PUSTAKA (*References*)

Arisanto, K. P., Rosandini, M., & Takao, G. S. (2024). *Pengembangan Motif Batik Bakaran Untuk Produk Kain Panjang Pada Umkm Bu Sutar Batik Tulis Bakaran*. 11(1), 311–329.

Fadel, M. N., Ridwan, A., Mahmudah, A., Silva, E., Selly, S., Mustaanah, A. N., Alfarizi, N., Fadilatunnisa, A., Adiba, J., Rahma, S. S., Farmasi, F., Sains, F., Kesehatan, F. I., Kudus, U. M., & Tengah, J. (2025). *S Olusi P Encegahan S Tunting M Elalui P Emberdayaan*. 6(2024), 58–64.

Jawoto, N. (2011). \*\*\*MPE dan BORDA \*\*\*Model Pengembangan Produk Unggulan Daerah Melalui Klaster. *Lily Publisher*, 32, Yogyakarta.

Lestari, D. R. S. P., & Suparwi, S. (2023). Pengembangan UMKM Batik Tulis Bakaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pengrajin Home Industri Batik Tulis Desa Bakaran Wetan. *JEBISKU: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 1(4), 483. <https://doi.org/10.21043/jebisku.v1i4.1243>

Supérieure, É. (2016). 濟無No Title No Title No Title. *d*(1), 1–23.

Wahyuningtyas, W., Ilmi, I. M. B., Herbawani, C. K., Simanungkalit, S. F., & Gusti, K. W. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing dalam Pengembangan UMKM di Desa Jatisura, Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 5(2), 520. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v5i2.27758>

Yuniarti, F., Rovita, A., Wulandari, H., Wulandari, H., Novita Putri, S., Nurul Janah, L., & Dwi Oktalia, N. (2022). Inovasi Produk Unggulan Daerah: Program Pendampingan Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Bagimu Negeri : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 303–309.