

PENDAMPINGAN KELOMPOK IBU-IBU “BATIK GEOPARK” DALAM OPTIMALISASI PENJUALAN ONLINE DENGAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING DI DESA AIR BATU, KECAMATAN RENAH PEMBARAP, KABUPATEN MERANGIN

Anggi Deliana Siregar^{1a}, D. M. Magdalena Ritonga¹, Hari Wiki Utama², Sarwo Sucitra Amin², Juventa², dan Dinda Novia Ramadani²

¹⁾ Universitas Jambi

Jalan Raya Jambi – Ma. Bulian KM. 15 Mendalo Indah, Kode Pos 36361

^{a)} email korespondensi: anggidelianas@unja.ac.id

ABSTRAK

Desa Air Batu terletak di Kecamatan Renah Pembarap, Kabupaten Merangin, Provinsi Jambi merupakan bagian dari UNESCO *Global Geopark* Merangin, sebuah situs warisan geologi Indonesia dengan nilai sejarah sekitar 290 juta tahun yang lalu. Desa Air Batu memiliki potensi untuk pengembangan situs pariwisata umum maupun geowisata sebagai wisata minat khusus sebagian peningkatan ekonomi berkelanjutan. Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan termasuk Desa Air Batu, sangat penting untuk menjaga keberlangsungan Geopark dan juga untuk meningkatkan perekonomian lokal melalui pariwisata. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui kegiatan pengabdian masyarakat, dengan melibatkan Kelompok Ibu-Ibu “Batik *Geopark*” Desa Air Batu sebagai mitra dalam promosi *Geopark* Merangin di Desa Air Batu sebagai destinasi wisata. Tujuan pengabdian ini ialah untuk meningkatkan wawasan serta inovasi mitra Kelompok Ibu-Ibu “Batik *Geopark*” Desa Air Batu dengan cara mendampingi mitra mengikuti pelatihan *digital marketing* guna meningkatkan efektivitas penjualan produk secara online. Luaran yang ditargetkan pada pengabdian ini yaitu perjualan kerjasama/ lisensi yang membuktikan produk dimanfaatkan oleh mitra peningkatan level keberdayaan mitra secara kuantitatif dan kualitatif, dokumentasi kegiatan PPM berupa video berdurasi 3-5 menit, publikasi massa cetak/online, publikasi pada jurnal nasional ber-ISSN atau prosiding seminar nasional ber-ISBN dan sebuah platform penjualan di *market place*.

Kata kunci: Batik *Geopark*; Air Batu; *Digital Marketing*

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 ± 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 (Ritonga, dkk, 2018).

Di Geopark Merangin Jambi UNESCO *Global Geopark* tepatnya di Desa Air Batu terdapat fosil batu pohon kayu yang menjadi maskot, atau masyarakat memberi nama dengan batu tuo (*Araucarioxylon*), akar-akarnya menjulur sepanjang kira-kira 7 meter dan diyakini fosil ini telah berusia 300 juta tahun, zaman Perem. Selain itu juga terdapat fosil kerang, daun, dan tumbuhan pakis. *Geodiversity* fosil kayu, kerang dan tumbuhan pakis desa Air Batu (Tito dan Marta, 2023).

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 Ibu-Ibu 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 mempromosikan hasil batik yang telah dibuat melalui sosial dan e-commerce untuk melakukan pemasaran dan penjualan (Utama et al, 2023)

Upaya meningkatkan daya saing UMKM di era digital, pelatihan *digital marketing* hadir sebagai solusi. Pelatihan ini mengajarkan keterampilan praktis seperti memotret produk, membuat konten promosi, berjualan di platform e-commerce, dan membangun citra merek. Dengan kemampuan ini, pelaku usaha diharapkan dapat mempromosikan produknya secara lebih efektif, menjangkau lebih banyak pelanggan, berinteraksi di dunia digital, dan menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Saputra et al, 2023).

Optimalisasi penjualan online melalui pelatihan *digital marketing* adalah dengan meningkatkan

keterampilan dan pengetahuan penjual tentang penggunaan platform digital, pembuatan konten yang menarik, analisis data pasar, hingga strategi pemasaran yang tepat sasaran. Digital marketing adalah promosi produk, layanan, atau merek menggunakan media digital dan internet untuk menjangkau audiens yang lebih luas, membangun kesadaran merek, serta mendorong konversi penjualan secara efisien dan efektif.

METODE PENELITIAN

Sebagai langkah awal dalam pengabdian kepada masyarakat, dilakukan pendekatan kepada Kelompok Ibu-Ibu Batik Geopark Air Batu dengan menjalin komunikasi untuk menjelaskan maksud dan tujuan dari pengabdian masyarakat, kemudian juga menanyakan kebutuhan dan kendala yang dialami dalam produksi batik tulis di daerah Desa Air Batu. Kegiatan selanjutnya dilakukan dengan dua tahapan, yaitu : (1) Pelatihan dan pendampingan digital marketing, (2) pendampingan dalam pengambilan foto produk yang akan digunakan sebagai bahan pemasaran penjualan produk. Rangkaian kegiatan dilaksanakan selama 1 hari pada tanggal 22 Agustus 2025 di Desa Air Batu, Kecamatan Renah Pembarap, Kabupaten Merangin.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing

Kendala utama yang dimiliki oleh UMKM Kelompok Ibu-Ibu 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.

Dari hasil kegiatan pelatihan pertama didapatkan peningkatan pemahaman dan wawasan anggota Kelompok Ibu-Ibu Batik Geopark Air Batu mengenai digital marketing dalam memasarkan produk.

Pada pengabdian ini digunakan alat dan bahan untuk kegiatan penjualan online dengan digital marketing seperti hasil produksi kain batik, pengemasan produk, background foto produk, dan materi mengenai digital marketing sebagai alat dan bahan untuk melakukan pemasaran dan penjualan produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program diawali dengan tahap persiapan dan penyusunan materi pelatihan digital marketing yang dikostumisasi sesuai kebutuhan spesifik pelaku UMKM. Fase ini krusial mengingat UMKM menghadapi tantangan tersendiri terkait keterbatasan sumber daya, tingkat literasi digital, dan perencanaan strategi pemasaran (Kraus et al., 2019 dalam Satria et al., 2025). Cakupan materinya meliputi dasar dari pemasaran digital, termasuk pengenalan konsep digital marketing, manfaat dunia digital bagi UMKM, serta perbedaan strategi pemasaran konvensional versus digital. Peserta juga dikenalkan pada pemanfaatan sosial media sebagai kunci untuk memperluas jangkauan konsumen, yang mencakup pemilihan platform yang relevan seperti Facebook dan Shopee, serta teknik penyusunan konten yang sesuai dengan keadaan pasar dan target konsumen.

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.

Kegiatan ini dilakukan untuk menciptakan pengemasan produk yang baik agar dapat menjadi nilai tambah dari penjualan karena dapat melindungi produk dari kerusakan, menarik perhatian pembeli dengan tampilan yang estetis, memperkuat citra merek melalui desain yang konsisten, meningkatkan persepsi kualitas, dan mempermudah proses logistik hingga produk sampai ke tangan pembeli dengan aman. Pengambilan foto produk yang terorganisir akan menjadi daya tarik pembeli untuk melihat produk tersebut layak beli atau

tidak. Pengambilan foto meliputi pencahayaan, angle foto, tata letak produk dengan properti pendukung, dan background foto yang simpel namun memberi kesan manis. Pembuatan poster iklan produk dengan desain sederhana dan penempatan informasi singkat seperti jenis, ukuran, warna, hingga cerita dibalik pembuat produk dapat memberikan pengetahuan dasar kepada calon pembeli. Penempatan kalimat singkat persuasif

juga dapat menarik perhatian calon pembeli dan meningkatkan citra merek yang mudah diingat.

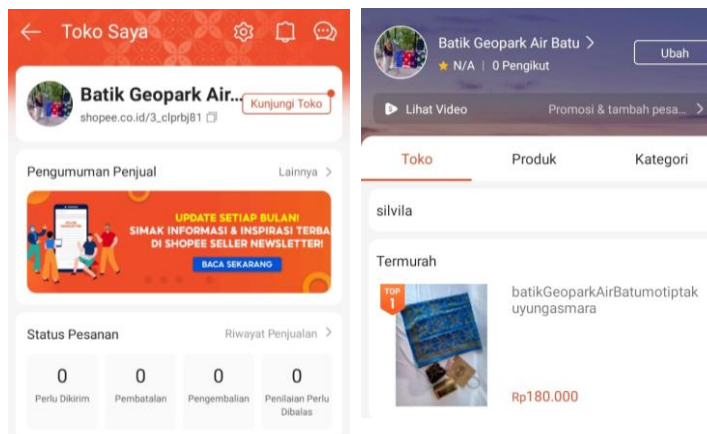
Selain itu, anggota diberikan pengarahan untuk memperjelas karakteristik produk dengan menonjolkan ciri khas dari produk jual yang membuatnya berbeda dengan lain, sehingga dapat mendorong keputusan pembelian dengan memberikan pengalaman visual yang mendekati interaksi langsung di toko fisik.



Gambar 2. Kegiatan Pengemasan Produk

Dari hasil kegiatan pelatihan kedua didapatkan peningkatan dan pemahaman mengenai platform e-commerce yang sering digunakan oleh masyarakat untuk menjadi sarana penjualan dan pemasaran produk hasil batik. E-commerce yang digunakan yaitu platform jual beli online shopee yang sudah memiliki ribuan pengguna dan mudah dijangkau oleh siapapun. Anggota Kelompok Ibu-Ibu Batik Geopark Air Batu diberikan pengetahuan mengenai tahapan dalam pembuatan serta aktivasi akun toko dan mengunggah hasil produk batik. Anggota kelompok juga diberikan pengetahuan dalam menyiapkan pesanan dan pengiriman produk jika terdapat pembelian melalui akun shopee tersebut. Dalam pembuatan akun toko ini dijelaskan beberapa tahap yang harus diisi dan

diselesaikan serta menyusun pemilihan kata-kata untuk penjelasan karakteristik dan ciri khas produk sehingga dapat menggugah selera estetika dan minat calon pembeli. Motif batik pada produk yang telah dibuat oleh Kelompok Ibu-Ibu Batik Geopark Air Batu merupakan motif khas dari daerah tersebut yang merupakan simbol dari keterdapatannya fosil purba yang sudah diakui oleh UNESCO Global Geopark Merangin Jambi dan harus diperkenalkan ke masyarakat umum, dengan begitu diadakannya pelatihan ini diharapkan penyebarluasan produk khas ini selain dapat menarik peminat batik juga dapat memberikan edukasi singkat mengenai budaya, sejarah dan kondisi alam yang ada di daerah setempat.



Gambar 3. Pembuatan Akun Penjualan Produk

KESIMPULAN

Berdasarkan dua kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa upaya optimalisasi digital marketing dilakukan melalui dua pendekatan yang saling melengkapi. Kegiatan pelatihan pertama berfokus pada penyiapan konten pemasaran dengan materi pengambilan foto produk, pembuatan poster iklan, dan teknik pengemasan produk yang menarik. Sementara

itu, kegiatan pelatihan kedua mengajarkan implementasi langsung melalui pembuatan akun e-commerce shopee beserta penjelasan mekanisme operasional dan fitur-fitur platform tersebut. Kedua pelatihan ini secara komprehensif membekali peserta dengan kemampuan dari hulu ke hilir dalam memanfaatkan potensi pemasaran digital, mulai dari

penyiapan materi promosi hingga implementasi penjualan di marketplace.

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 saran dalam kegiatan pengabdian.

REFERENSI

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.

Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., Adrianto, B. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM". *Journal Economy Management Business and Entrepreneur*. 2023. 1(1): 29-37.

Satria, V. Y., Al-Fikri, M. S., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., Abror, S. "Pemberdayaan UMKM melalui Pelatih dan Digital Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya". *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*. 2025. 3(3): 1066-1078.

Suardi, M., Rizha, I. *Media Promosi Rumah Batik Tulis Salingka Tabek*. 2023. 5(1):7-14.

Kristiawan, D. A., Akbar, M. R., Marta, W. "Perancangan Media Promosi Pusat Informasi Geopark Merangin Dalam Bentuk Audio Visual". *Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*. 2021. 3(1): 13-15.

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.