

PENGEMBANGAN PRODUK EKSPOR BATIK *PODHEK* DI KABUPATEN PAMEKASAN PROVINSI JAWA TIMUR

Muhammad Baidawi¹, Yayuk Ngesti Rahayu², Dwi Ekasari Harmadji³

Universitas Wisnuwardhana Malang ^{1,2,3}

m.baidawi@wisnuwardhan.ac.id¹, yangesra@yahoo.com², dwi.ekasari.harmadji@gmail.com³

Abstract

The aim of this podhek batik product development is, 1) minimize waste by the principle of distilling wastewater of batik pelorotan. 2) increasing production and efficiency of podhek batik production; 3) establishment of joint business group management; 4) undertaking comparative studies to add insight into production, marketing and waste management strategies; 5) strengthening cooperation with existing partners. The method of execution of the export of batik podhek export products with the method of mentoring. The development that has been done is 1) coordination in every implementation of the program, 2) socialization of the execution of the export of batik pohek products, 3) the arrangement of the batik production area, 4) the formation of management and work program of the joint business group, 5) the rental of batik marketing place, 6) batik exhibition at tunjungan plaza Surabaya, 7) Comparative study on production and marketing management at batik producer puri pacitan and batik tengah sawah of pacitan. 8) exhibition of batik in cooperation with MIN 1 Malang, 9) strengthen cooperation with existing partners. Development on the next program to make a hometown of batik podhek.

Keywords: *export products; batik podhek; pamekasan; east java.*

Abstrak

Tujuan dari pengembangan produk batik podhek ini yaitu, 1) meminimalisir limbah dengan prinsip penyulingan air limbah pelorotan batik. 2) meningkatkan produksi dan efisiensi produksi batik podhek, 3) pembentukan pengurus kelompok usaha bersama, 4) melakukan studi banding untuk menambah wawasan dalam strategi produksi, pemasaran, dan pengelolaan limbah, 5) memperkuat kerjasama dengan mitra yang sudah terjalin. Metode pelaksanaan dari pengembangan produk ekspor batik podhek ini dengan metode pendampingan. Pengembangan yang sudah dilakukan yaitu, 1) koordinasi pada setiap pelaksanaan program, 2) sosialisasi pelaksanaan pengembangan produk ekspor batik pohek, 3) penataan tempat produksi batik, 4) pembentukan pengurus dan program kerja kelompok usaha bersama, 5) penyewaan tempat pemasaran batik, 6) pameran batik di tunjungan plaza Surabaya, 7) Studi banding mengenai produksi dan manajemen pemasaran di produsen batik puri putri pacitan dan batik tengah sawah pacitan. 8) pameran batik bekerjasama dengan MIN 1 Malang, 9) memperkuat kerjasama dengan mitra yang sudah terjalin. Pengembangan pada program berikutnya membuat sentra kampung batik podhek.

Kata kunci: Produk Ekspor; Batik Podhek; Pamekasan; Jawa Timur.

A. PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Menurut Baidawi & Rahayu (2016, 2017) diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) pada tahun 2015 oleh pemimpin negara ASEAN menjadi tantangan bagi bangsa Indonesia dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi dalam negeri khususnya batik tulis khas Indonesia. Batik podhek diambil dari nama dusun, yaitu Dusun Podhek. Dusun ini terletak di Desa Angsanah Kecamatan Palengaan Kabupaten Pamekasan. Matapencaharian masyarakat dusun podhek yaitu, membatik, bertani, dan berternak. Namun masyarakat disini lebih dominan membatik.

Batik podhek mempunyai ciri khas halus, bernuansa pepohonan, bunga dan hewan. Motifnya terdiri dari motif biasa, motif kurik, belleden, dan hokosan. Motif biasa merupakan motif kontemporer dengan pewarnaan satu sampai dua kali. Motif kurik pewarnaan tiga sampai 4 kali. Motif belleden adalah motif dengan menutupi sekitar lukisan dengan malam. Motif hokosan adalah motif yang sangat halus dengan mengadopsi motif hokokai yang populer pada tahun 1945-1950. Harga batik podhek ini berkisar antar seratus ribuan sampai puluhan juta rupiah. Untuk batik motif hokosan menggunakan malam khusus yaitu endapan dari madu lebah. Malam ini tidak mudah retak sehingga kualitas batik lebih bagus.

Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi pengrajin batik podhek yaitu, 1) tempat produksi masih beralaskan tanah, sempit dan kumuh, 2) proses pelototan masih menggunakan kayu bakar, 3) persaingan antar pedagang masih kurang sehat, 4) belum adanya tempat pemasaran batik, 5) batik podhek belum dikenal secara luas, 6) wawasan mengenai strategi pemasaran dan

pengelolaan limbah masih kurang, 7) masih minimnya pengetahuan mitra mengenai mekanisme ekspor. Untuk mengatasi masalah yang dihadapi pengrajin batik podhek, tim PPPE (Program Pengembangan Produk Ekspor) bekerjasama dengan DRPM Kementerian RISTEK DIKTI, pada tahun I sudah melakukan yaitu, 1) Survei lokasi UKM mitra, 2) Sosialisasi program PPPE, 3) Workshop desain ragam motif batik, manajemen keuangan, dan strategi pemasaran batik podhek, 4) Pendampingan produksi dengan pemanfaatan kompor listrik bekerjasama dengan CV. Astoetik, 5) Promosi batik podhek dengan mengikuti pameran batik, 6) Pemanfaatan kompor listrik dalam membatik, 7) Merintis pemasaran batik podhek di dalam dan luar negeri bekerjasama dengan Australian Private Company Nilam Sembagi (www.nilamsembagi.com), 8) Pendampingan produksi batik dengan pemanfaatan kompor listrik, 9) Pendampingan rintisan pembentukan KUBe (Kelompok Usaha Bersama). Sedangkan pada tahun II tim PPPE memberikan tawaran solusi dengan melakukan pendampingan dalam hal, 1) meminimalisir limbah dengan prinsip penyulingan air limbah pelorotan batik. 2) meningkatkan produksi dan efisiensi produksi batik podhek, 3) pembentukan pengurus kelompok usaha bersama, 4) melakukan studi banding untuk menambah wawasan dalam strategi produksi, pemasaran, dan pengelolaan limbah, 5) memperkuat kerjasama dengan mitra yang sudah terjalin.

Luaran yang ditargetkan pada tahun kedua ini meliputi, 1) peningkatan pendapatan mitra, 2) berkurangnya limbah industri, 3) meningkatnya pangsa pasar, 4) terbentuknya kerjasama antar pedagang, 5) artikel di jurnal nasional, 6) publikasi di media massa, dan 7) publikasi di seminar nasional dan internasional. Publikasikasi ini

diharapkan dapat membantu pengrajin batik podhek dalam mengenalkan produk batik podhek di tingkatan nasional dan internasional.

B. METODE PELAKSANAAN

Program ini dilaksanakan di Dusun Podhek Desa Angsanah Kecamatan Palengaan Kabupaten pamekasan. Waktu pelaksanaan tahun 2016-2018. Pelaksanaan yang sedang berjalan ini tahun 2017. Peserta program ini adalah masyarakat pengrajin batik podhek. Berdasarkan permasalahan yang ada di UKM mitra maka metode yang akan dilaksanakan dalam program PPPE tahun kedua ini adalah:

1. Pendampingan yaitu memberikan bimbingan, arahan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan batik podhek
2. Rekayasa/ pembuatan alat/ desain berupa pembuatan desain dan produk teknologi tepat guna untuk dalam mendesain, memproduksi dan memasarkan batik podhek.
3. Pelatihan yaitu memberikan materi untuk memberikan pemahaman sesuai objek, tujuan dan output yang diharapkan.
4. Penyusunan program kerja bagi kelompok usaha bersama yang sudah dirintis dalam bentuk koperasi batik podhek.
5. Perbaikan layout dan kemasan untuk meningkatkan nilai jual batik podhek.
6. Peningkatan wawasan produksi dan pemasaran batik dengan melakukan studi banding.
7. Penambahan alat berupa kompor khusus pelorotan batik.
8. Perluasan jangkauan pemasaran dengan mengikuti pameran ditingkat lokal, provinsi, dan nasional.
9. Pembuatan izin usaha bagi UKM mitra PPPE.

Monitoring, feed back dan evaluasi

adalah memonitor dan memberikan masukan sebelum pelaksanaan program, pada saat pelaksanaan program, dan setelah kegiatan berlangsung dalam rangka mengantisipasi dan memberikan masukan agar kendala yang dihadapi dapat ditanggulangi dan tidak berulang.

C. PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Program

Program yang sudah dilaksanakan pada tahun kedua ini diantaranya, 1) koordinasi pada setiap pelaksanaan program, 2) sosialisasi pelaksanaan program II, 3) penataan tempat produksi batik, 4) pembentukan pengurus dan program kerja kelompok usaha bersama, 5) penyewaan tempat pemasaran batik, 6) pameran batik di tunjungan plaza Surabaya, 7) Publikasi artikel hasil pengabdian di seminar nasional hasil penelitian dan pengabdian di Universitas Kanjuruhan Malang, 8) Studi banding mengenai produksi dan manajemen pemasaran di produsen batik puri putri pacitan dan batik tengah sawah pacitan. 9) pameran batik bekerjasama dengan MIN 1 Malang, dan 10) monitoring persiapan monev eksternal.

1. Koordinasi persiapan pelaksanaan program PPPE. Koordinasi dilakukan untuk membahas persiapan program PPPE tahun ke 2. Program pada tahun kedua ini diantaranya, meminimalisir limbah yang diakibatkan dari pelorotan batik, menambah kompor berkapasitas tinggi untuk pelorotan batik, memperbaiki tempat pameran batik, mengurus perizinan usaha produksi batik, membentuk dan menyusun program kerja kelompok usaha bersama, meningkatkan wawasan dan keterampilan pembatik dengan studi banding, memperluas dan memperkuat kerjasama dengan mitra yang sudah terjalin.
2. Sosialisasi program PPPE Tahun ke-II. Pada kegiatan sosialisasi ini, tim PPPE mengobservasi permasalahan

dan kebutuhan pengrajin. Permasalahan yang dihadapi pengrajin masih pada pemasaran, harga bahan baku naik, persaingan yang tidak sehat antar pedagang. Dari permasalahan yang dihadapi pengrajin PPPE memberikan alternatif solusi dengan pembentukan koperasi bersama. Dengan koperasi ini diharapkan pengrajin tidak lagi bersaing antar pengrajin, melainkan bekerjasama dalam hal pemodal, produksi dan pemasaran.



Gambar 1. Sosialisasi program

3. Pelaksanaan penataan tempat produksi batik. Kenyamanan dan kesehatan pengrajin dalam membatik perlu diperhatikan. Perhatian ini diwujudkan dalam bentuk plesteran tempat membatik yang masih beralaskan tanah. Pembuatan penyaringan limbah pewarnaan untuk menurunkan kadar limbah pada air.



Gambar 2. Kondisi tempat pelorotan sebelumnya



Gambar 3. Kondisi tempat pelorotan setelah direnovasi



Gambar 4. Kondisi tempat pelorotan sebelum direnovasi



Gambar 5. Kondisi tempat pelorotan setelah direnovasi

4. Pembentukan koperasi dan penyusunan program kegiatan koperasi. Pembentukan koperasi ini bertujuan untuk memberikan alternatif solusi bagi pengrajin dalam hal pemodal, persaingan pasar, dan pemasaran. Dalam hal pemodal, pengrajin masih membeli kain mori (kain bahan batik) dan bahan pewarna dalam bentuk eceran sehingga harga lebih mahal. Hasil penjualan batik tidak sepenuhnya digunakan untuk produksi batik kembali namun juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pengrajin. Dari segi persaingan pasar, pengrajin bersaing dengan harga penjualan lebih murah sehingga kualitas batik kurang diperhatikan. Dengan koperasi ini pengrajin bekerjasama dalam memasarkan

batik. Jadi pengrajin tidak lagi bersaing dengan menjual dengan harga paling murah namun lebih pada kualitas dan harga yang menarik. Dalam hal pemasaran, batik podhek sudah dipasarkan pada tingkatan lokal pamekasan, regional jawa timur, nasional dan internasional. Namun meskipun demikian masih ada hambatan mengingat setiap daerah mempunyai batik khas daerah masing-masing sehingga persaingannya lebih ketat. Dengan demikian melalui koperasi ini pemasaran batik podhek lebih diperluas lagi. Pembentukan koperasi dimulai dari sosialisasi pembentukan, pelatihan, penyusunan struktur pengurus koperasi dan penyusunan program. Pada tahap pelatihan, pengrajin belajar bagaimana membentuk koperasi, tujuan koperasi, pengelolaan koperasi dan mengembangkan koperasi. Pada tahap penyusunan pengurus koperasi, memilih ketua, sekretaris, bendahara, bidang permodalan, bidang desain, produksi, pemasaran dan anggota koperasi. Kemudian pada tahap penyusunan program, semua anggota koperasi menyusun program sesuai dengan bidangnya masing-masing.



Gambar 6. Pendampingan pembentukan koperasi

5. Tempat Pemasaran Batik. Pemasaran batik podhek ditempatkan di pasar 17 pamekasan. Di pasar ini terdapat pasar batik. Dengan tempat pemasarannya ini pengrajin batik podhek bisa memasarkan batiknya secara berkelompok. Pembeli berasal dari lokal pamekasan, Madura, Jawa Timur dan nasional. Transaksi di pasar batik ini beragam baik secara eceran maupun grosir. Pemasaran batik di pasar ini membantu pengrajin untuk mempercepat penjualan sehingga pengrajin bisa dengan segera memproduksi batiknya kembali.



Gambar 7. Tempat Pemasaran Batik di Pasar 17 Agustus Pamekasan

6. Pelaksanaan Pameran Batik Podhek. Pameran batik sangat diperlukan dalam mempromosikan dan memasarkan batik podhek. Pameran batik dapat mengedukasi masyarakat untuk mencintai batik. Selain itu pameran batik dapat menambah pelanggan baru dalam penjualan batik podhek. Pameran batik podhek ini dipamerkan di atrium Tunjungan Plaza Surabaya. Dari pameran batik ini pengrajin bisa belajar selera konsumen, menambah pelanggan baru, pelanggan menengah keatas, belajar motif dari pengrajin luar daerah seperti Cirebon, Yogyakarta, Solo, dan Surabaya. Pembeli batik *Podhek* ini beragam mulai dari masyarakat pribumi sendiri bahkan dari Malaysia. Keunikan dari

pembeli Malaysia mereka tidak suka dengan batik yang bergambar hewan. Menurut mereka batik yang bergambar hewan tidak boleh dipakai untuk sholat. Ini menjadi ilmu tersendiri bagi pengrajin dalam hal pangsa pasar batik.



Gambar 8. Pameran Batik di Tunjungan Plaza Surabaya

7. Publikasi PPPE pada Seminar Nasional di Universitas Kanjuruhan Malang. Seminar nasional dilaksanakan pada tanggal 30 Agustus 2017. Pada seminar ini dihadiri oleh Prof. Dr. Ocky Karna Radjasa, Ph.D. Pada seminar ini Prof. Ocky memberikan materi tentang kebijakan terbaru terkait penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Kemudian dilanjutkan dengan materi motivasi bagi peneliti dan pengabdian untuk melakukan kerjasama atau sinergi dengan perusahaan atau stake holder. Setelah selesai penyampaian materi, dilanjutkan dengan presentasi masing-masing pengabdian mengenai pengabdian yang telah dilakukan.



Gambar 9. Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian

Studi banding tentang produksi dan manajemen pemasaran batik. Studi banding dilakukan di batik Puri Putri Pacitan dan Batik Tengah Sawah Pacitan. Pertimbangan studi banding ke produsen batik ini di tempat ini

produksinya besar dan kualitas batik dari desain dan pemasaran sudah bagus. Studi banding dilakukan untuk menambah wawasan tentang produksi yang baik, pengelolaan limbah yang baik, dan strategi pemasaran yang handal. Dari hasil studi banding ini diperoleh wawasan mengenai produksi yang baik, diantaranya dalam pembelian kain, pewarna dan malam sebaiknya dibeli dalam bentuk jumlah besar agar diperoleh harga yang lebih murah. Dalam hal pengelolaan limbah di batik puri putri sudah komplit namun belum berhasil dikarenakan kesalahan dalam pengaliran air. Dimana aliran air berbentuk datar dari hulu ke hilir. Sehingga air tergenang dan tidak mengalir. Dari hali ini kami tim PPPE Unidha mengadopsi system penyulingan air minum. Dengan penyaringan yang tersusun dari bahan tanah, arang, batu pospat /bauksit, dan pasir air limbah menjadi lebih bening atau jernih. Dengan menambahkan penyaringan samapi 2 atau 3 kali bisa membuat air limbah menjadi lebih jernih lagi. Pemasanganpun memanfaatkan bak dan selang yang di pasang tersusun dari atas kebawah sehingga air limbah bisa mengalir dengan baik. Dari strategi pemasaran, batik puri putri dan batik tengah sawah memasarkan batik melalui pameran batik, online dan offline dengan membuka gerai batik di rumah sendiri. Pameran batik dilakukan di daerah pacitan, jawa timue samapai tingkat nasional. Pemasaran online dengan menggunakan website, whatsapp, akun black barry, dan facebook. Namun tidak kalah menarik mereka memasarkan offline dengan membuka showroom di rumahnya sendiri dengan desain showroom tidak kalah dengan di

mall. Ini bisa diadaptasi untuk membuat sentra batik podhek.



Gambar 10. Studi Banding Pengelolaan limbah di Produsen Batik Puri Putri Pacitan



Gambar 11. Studi Banding di Produsen Batik Puri Putri Pacitan



Gambar 12. Studi Banding Mengenai Desain dan Strategi Pemaaran Di Produsesn Batik Tengah Sawah Pacitan

8. Pameran batik di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Malang. Pameran di Sekolah ini berkat kerjasama antara Pihak sekolah, Komite sekolah dan wali murid dan masyarakat. Dari pameran ini bisa mengedukasi masyarakat mengenai batik tulis dan sekaligus mempromosikan ciri khas batik podhek.



Gambar 13. Promosi Batik Podhek di Dies Natalis MIN 1 Malang

9. Monitoring persiapan monev eksternal. Monitoring dilakukan dengan tujuan memastikan program yang sudah direncanakan sudah terlaksana atau masih dalam proses. 1) Dalam penataan tempat produksi

sudah terlaksana, dari awalnya belum terplester dan masih kumuh sudah bersih dan luas. 2) Pemberian kompor lorotan seklaigus regulator dan selang kompor sudah dimanfaatkan oleh pengrajin. 3) rintisan kelompok usaha bersama dalam desain, produksi dan pemasaran sudah mulai berjalan. 4) Pemberian sarung tangan dalam mewarnai batik sudah digunakan, 5) pengrajin juga sudah memanfaatkan buku batik untuk memperkaya desain batik, 6) pemberian kain mori jenis bendera sebagai bahan dasar batik berkelas sudah diberikan dan masih dalam proses pematikan. Hasil pematikan terbaik nantinya akan dijadikan ikon batik podhek dan dibeli oleh tim PPPE sebagai bentuk penghargaan. 7) Pendapatan yang diperoleh mitra dalam satahun mencapai 432 jutaan yang pada tanun sebelumnya skitar 200 jutaan. 8) pengelolaan limbah dari hasil studi banding sudah disosialisasikan dan dalam proses pembuatan.



Gambar 14. Monitoring Program

Pembahasan

Pada setiap pelaksanaan program tim PPPE melakukan koordinasi untuk mempersiapkan pelaksanaan program di lapangan. Pelaksanaan program diawali dengan melakukan sosialisasi program PPPE tahun II. Pada sosialisasi ini tim mengidentifikasi persamasalahan yang dihadapi mitra. Pada tahap ini didapat

permasalahan mengenai kebutuhan kompor berkapasitas besar dalam pelorotan batik. Masih adanya persaingan yang kurang sehat antar pedagang. Masih kumuhnya tempat produksi batik.

Pembentukan pengurus dan program kerja kelompok usaha bersama. Pembentukan kelompok ini bertujuan untuk membangun kerjasama anatar pengrajin, pedagang dan masyarakat. Selain itu, untuk mengurangi persaingan yang kurang sehat antar pedagang. Pembentukan kelompok ini juga membantu masyarakat dalam membeli bahan baku dengan harga yang lebih murah dengan membeli dengan jumlah lebih banyak. Ini sejalan dengan pendapat Asrori M., & Suroija N. (2013) bahwa dengan pembentukan kelompok ini dapat menjadi motivator bagi kelompok yang lain.

Penyewaan tempat pemasaran batik di pasar 17 Agustus Pamekasan. Iuran dalam penyewaan ini dibayar setiap setahun sekali. Tempat ini difasilitasi oleh pemkab Pamekasan. Tempat pemasaran ini membantu mitra dalam memasarkan produknya. Saling berinteraksi dengan pedagang yang lain. Saling memberikan informasi mengenai perkembangan produksi dan pemasaran batik. Dari tempat ini mitra juga mendapatkan lebih banyak pelanggan, melayani eceran, pesanan seragam, dan pembelian secara grosir.

Pameran batik di tunjungan plaza Surabaya. Pameran ini memberikan wawasan bagi mitra dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, mengetahui karakteristik pelanggan. Karakteristik pelanggan ada yang bersedia membeli dengan harga tinggi dengan kualitas tinggi. Ada yang pelanggan yang penting murah. Ada pelanggan yang ingin membeli dengan harga murah dengan kualitas batik yang bagus. Ada pelanggan yang membeli batik namun mereka tidak paham dengan kulaitas batik. Dari pameran ini juga mitra bisa melihat kualitas batik dari daerah lain seperti Yogyakarta, Solo, Cirebon, dan

daerah lainnya. Dengan deikian mitra bisa belajar mengenai ragam motif, harga batik dengan kualitas tertentu. Selain itu mitra bisa belajar mengenai pasar batik podhek di luar Madura. Mitra juga bertemu dengan pelanggan dari kalangan menengah keatas. Dari pameran ini biasanya mitra bertemu dengan pelanggan yang berani membeli mahal dengan kualitas yang tinggi. Mereka juga bertemu dengan pelanggan dari luar Indonesia seperti Malayasia. Mereka tidak maumembeli batik dengan gambar hewan karena tidak boleh dipakai dalam sholat.

Publikasi artikel hasil pengabdian di seminar nasional hasil penelitian dan pengabdian di Universitas Kanjuruhan Malang. Publikasi ini dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi luaran wajib dari program PPPE. Selain itu, juga mengenalkan batik podhek dikalangan masyarakat luas, baik ditingkat lokal, regional, nasional bahkan internasional.

Monev internal PPPE. Monev ini dilakukan di internal Universiats Wisnuwardhana Malang dengan mendatangkan reviewer eksternal yaitu Bapak Darsono Sigit, M.Si. Dari monev ini diperoleh saran-saran pengembangan program PPPE pada tahun berikutnya. Seperti pembuatan Sentra kampung Batik Podhek dan memperhatikan kelembaban tempat pameran batik.

Studi banding mengenai produksi dan manajemen pemasaran di produsen batik puri putri pacitan dan batik tengah sawah pacitan. Studi banding dilakukan pada produsen batik Puri Putri Pacitan dan Produsen Batik tengah Sawah Pacitan. Dari produsen batik puri putribelajar tentang produksi, pengolahan limbah dan strategi pemasaran. Berkenaan dengan produksi dari produsen ini bisa dipelajari mereka memproduksi dengan motif, warna dan kain yang bervariasi namun tetap mempertahankan khas pacitannya yaitu buah pace. Dari pengolahan limbah, mereka bekerjasama dengan dinas Industri setempat. Namun pengolahan

limbahnya kurang berhasil karena aliran air limbah bergerak secara datar sehingga air limbah tergenang tidak mengalir. Dari masalah ini kami tim PPPE mempunyai ide memodifikasi dengan memanfaatkan prinsip penyulingan air minum mineral. Hal ini sesuai dengan temuan Muljadi (2009) bahwa penyaringan limbah dapat dibuat dengan unsur batu zeolite, pasir, ijuk dan krikil. Dari prinsip ini air limbah yang sebelumnya kental dengan zat pewarna menjadi lebih jernih setelah disaring. Bahan penyaringan terdiri dari tanah, pasir, arang, batu bauksit dan batu biasa. Dari strategi pemasaran, dapat dipelajari dalam pemasaran bisa dilakukan di rumah dengan membuat showroom di rumah sendiri, mengikuti pameran lokal dan nasional. Selain itu juga melalui pemasaran online. Dalam pameran biasanya mereka bekerjasama dengan dinas perindustrian atau Bank Nasional.

Pameran batik bekerjasama dengan MIN 1 Malang. Pameran ini terlaksana berkat kerjasama MIN 1 Malang, Komite Sekolah, Wali Murid dan Masyarakat. Tujuan dari pameran ini mempromosikan batik podhek dan mengedukasi masyarakat mengenai batik tulis khususnya batik podhek. Dari pameran ini didapat pesanan seragam sebesar 200 potong dari pihak sekolah dan 100 potong dari pihak wali murid yang dimanfaatkan untuk seragam di BUMN Pabrik Gula Bulu Lawang Kabupaten Malang.

Monitoring persiapan monev eksternal. Monitoring ini dilakukan selain untuk persiapan monev eksternal juga dilakukan untuk mengevaluasi pelaksanaan program yang sudah dilakukan. Dari hasil monitoring ini, mitra dan masyarakat senang karena mendapatkan arahan, wawasan baru dan dapat meningkatkan kualitas, kuantitas, asset dan omzet mitra dan masyarakat sekitar. Dari hasil wawancara dengan mitra. Mitra bisa mencapai omzet 432 jutaan pertahun pada tahun ini meningkat dari

tahun sebelumnya yang mencapai 200 jutaan pertahun.

Kerajinan batik podhek menurut Rahmanadji D., & Sayekti P., (2016) bersifat padat karya sehingga dapat memperbesar lapangan kerja dan kesempatan usaha yang pada gilirannya dapat mendorong pembangunan daerah dan kawasan pedesaan. Maka dengan demikian program pengembangan produk batik podhek penting untuk ditindaklanjuti dan dikembangkan.

D. PENUTUP

Kesimpulan

Program yang sudah dilaksanakan pada tahun kedua ini diantaranya, 1) koordinasi pada setiap pelaksanaan program, 2) sosialisasi pelaksanaan program, 3) penataan tempat produksi batik, 4) pembentukan pengurus dan program kerja kelompok usaha bersama, 5) penyewaan tempat pemasaran batik, 6) pameran batik di tunjungan plaza Surabaya, 7) Publikasi artikel hasil pengabdian di seminar nasional hasil penelitian dan pengabdian di Universitas Kanjuruhan Malang, 8) Monev internal PPPE, 9) Studi banding mengenai produksi dan manajemen pemasaran di produsen batik puri putri pacitan dan batik tengah sawah pacitan. 9) pameran batik bekerjasama dengan MIN 1 Malang, dan 10) monitoring persiapan monev eksternal.

Saran

Saran untuk program selanjutnya. 1) Pembentukan Sentra kampung batik podhek. Program ini bertujuan menjadikan dusun podhek nantinya akan menjadi tujuan pecinta batik dalam menemukan batik berkualitas tinggi. Dari sentra kampung batik ini masyarakat luas bisa belajar membatik dengan kualitas tinggi dan belajar mencintai produk budaya asli Indonesia. 2) Pembentukan show room batik pada setiap rumah pengrajin dengan batik khas masing-masing pengrajin dengan

batik ciri khas Dusun Podhek. 3) Pengoptimalan program kerja dari kelompok usaha bersama batik podhek dalam produksi, pemasaran, kerjasama dan edukasi batik di masyarakat luas. 4) Perbaikan pengemasan hasil produk batik podhek untuk meningkatkan nilai jual, 5) Pameran di tingkat internasional sebagai bentuk promosi, perluasan pemasaran, edukasi dan pengenalan hasil produk budaya asli Indonesia, 6) pemasaran Offline dan Online dengan memanfaatkan website, facebook, Whatshap, Instagram, Google Plus, dan Telegram. 7) Mematenkan produk batik podhek untuk melindungi karya seni pengrajin batik podhek. 8) Bekerjasama di bidang pemasaran dengan showroom batik di tingkat lokal, regional, nasional, dan internasional.

Universitas Muhammadiyah Malang.
p. 335-344.

Baidawi M, Rahayu YR, Harmadji ES., 2017. *PPPE Industri Batik Podhek di Kabupaten Pamekasan Provinsi Jawa Timur Tahun II. Prosiding Seminar Nasional sinergi penelitian dan pengabdian masyarakat yang unggul untuk meningkatkan daya saing bangsa*. Malang. 30 Agustus 2017. Malang (Indonesia): Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Kanjuruhan Malang.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran (terjemahan)*, Edisi 5. Jakarta: Erlangga.

Muljadi. 2009. *Efisiensi Instalasi Pengolahan Limbah Cair Industri Batik Cetak Dengan Metode Fisika-Kimia dan Biologi Terhadap Penurunan Parameter Pencemar (BOD, COD, dan logam berat krom (Cr)) (Studi Kasus di Desa Butulan Makam Haji Sukoharjo)*. *Ekulilibrium* .Vol. 8. No. 1. Januari 2009 : 7–16.

Rahmanadji D., & Sayekti P., 2016. *Development Of Design Character Typical East Java For Diversification Crafts Works Of Export Potential*. Malang: LP2M Universitas Negeri Malang.http://lp2m.um.ac.id/pdf/Pe%20nelitian%202016/FS/Drs%20DIDIE%20K%20R%20M.Pd_artikel.docx. Diakses pada 11 juli 2017.

DAFTAR PUSTAKA

Asrori M., & Suroija N. 2013. *IbPE Pada Industri Batik di Lasem Kabupaten Rembang Tahun Ke 1 (Tahun 2011)*. Dian Mas. Volume 2 Nomor 2 Oktober 2013: 120-128.

Baidawi M, Rahayu YR, 2016. *IbPE Industri Batik Podhek di Kabupaten pamekasan Provinsi Jawa Timur. Prosiding Seminar Nasional dan Gelar Produk Inovasi – Hilirisasi Produk Riset dan Pengabdian Masyarakat Menuju Indonesia Berkemajuan dan Berdaya Saing*. Malang, 10 Oktober 2014. Malang (Indonesia): Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat