

L A P O R A N
PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM)



**PKM PENGENALAN PRODUK USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH (UMKM) BATIK RENGGANIS DI
DESA SELOWOGO KECAMATAN BUNGATAN
MELALUI PENJUALAN DI AKUN MEDIA SOSIAL**

Oleh:

Farhan, S.Sos.I, M.Sos.
Nur Azizah

NIDN. 2111128402 Ketua
NIM. 1710400376 Anggota

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS NURUL JADID
PAITON PROBOLINGGO
TAHUN 2020**



YAYASAN NURUL JADID PAITON
**LEMBAGA PENERBITAN, PENELITIAN &
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**
UNIVERSITAS NURUL JADID
PROBOLINGGO JAWA TIMUR

PP. Nurul Jadid
Karanganyar Paiton
Probolinggo 67291
☎ 0888-3077-077
lp3m@unuja.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: NJ-T06/0426/A.4/03.2020

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : ACHMAD FAWAID, M.A., M.A.
NIDN : 2123098702
Jabatan : Kepala LP3M
Nama PT : Universitas Nurul Jadid
Alamat PT : PO BOX 1 Karanganyar Paiton Probolinggo 67291

Memberi tugas kepada:

Nama : FARHAN, S.Sos.I, M.Sos.
NIDN : 2111128402
Jabatan : Dosen Tetap Universitas Nurul Jadid

Nama : NUR AZIZAH
NIM : 1710400376
Jabatan : Mahasiswa Fakultas Agama Islam

Diberikan tanggung jawab untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat berjudul “PKM Pengenalan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Batik Rengganis di Desa Selowogo Kecamatan Bungatan melalui Penjualan Di Akun Media Sosial”. Surat Tugas ini berlaku sejak dikeluarkan hingga Juli 2020.

Demikian Surat Tugas ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Paiton, 20 Maret 2020

Kepala LP3M,



[Handwritten Signature]
Achmad Fawaid, M.A., M.A.
NIDN. 2123098702

Tembusan:


1. Wakil Rektor 1 Universitas Nurul Jadid (sebagai laporan)
2. Arsip

HALAMAN PENGESAHAN PROGRAM PENGABDIAN MASYARAKAT

1. Judul PKM : Pengenalan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Batik Rengganis Di Desa Selowogo Kecamatan Bungatan Melalui Penjualan Di Akun Media Sosial
2. Nama Mitra Program PKM : Pemerintah Desa
3. Ketua Tim Pengusul
- a. Nama : Farhan, S.Sos.I, M.Sos.
 - b. NIDN : 2111128402
 - c. Jabatan/Golongan : -
 - d. Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 - e. Perguruan Tinggi : Universitas Nurul Jadid
 - f. Bidang Keahlian : Dakwah
 - g. Alamat Kantor/Telp/Faks/Surel : Karanganyar Paiton / (0335)771732
4. Anggota Tim Pengusul (1) :
- a. Nama Lengkap : Nur Azizah
 - b. NIM : 1710400376
 - c. Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
5. Lokasi Kegiatan/Mitra (1) : Masyarakat Desa Selowogo Kecamatan Bungatan
- a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : Desa Selowogo Kecamatan Bungatan
 - b. Kabupaten/Kota : Situbondo
 - c. Provinsi : Jawa Timur
6. Luaran yang Dihasilkan : HaKI
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 bulan
8. Biaya Total : Rp. 4.800.000,-
- LP3M : Rp. 4.000.000,-
 - Sumber lain (mandiri) : Rp. 800.000,-

Probolinggo, 30 Juli 2020
Ketua Tim Pengusul

Farhan, S.Sos.I, M.Sos.
NIDN. 2111128402

Mengetahui,
Kepala LP3M UNUJA,

Achmad Fawaid, M.A., M.A.
NIDN. 2123098702

ABSTRAK

Desa Selowogo memiliki potensi Sumber Daya Manusia (SDM) yang dikelola dengan baik dalam membentuk sebuah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) pembuatan kerajinan tangan Batik khas Situbondo, salah satunya adalah UMKM Batik Rengganis. UMKM Batik Rengganis menjadi salah satu lapangan kerja bagi masyarakat Desa Selowogo sejak 2010 lalu. Namun sayangnya, UMKM ini belum memiliki akun media sosial untuk memasarkan produk yang dibuat sehingga jangkauan pemesanan dan kemudahan transaksi jual beli produk hanya face to face saja. Program pengenalan produk batik dari UMKM Batik Rengganis ini adalah upaya untuk membantu melaksanakan penjualan lewat akun media sosial yang dibuat. Mengikuti era industri 4.0 seperti sekarang media memang dibutuhkan untuk memudahkan akses informasi juga akses jual beli online. Dengan adanya akun media sosial ini menjadi sarana penjualan produk Batik di fasilitas network. Penggunaan akun media sosial selain berpotensi memudahkan more informasi mengenai produk UMKM Batik Rengganis, juga memiliki potensi meningkatkan daya jual dan omset pemsanan. UMKM Batik Rengganis telah memiliki akun penjualan di 2 media sosial yakni facebook dan isntagram dengan nama akun Batik Rengganis Selowogo. Program penjualan di media sosial ini cocok diterapkan UMKM Batik Rengganis untuk memasarkan stok produk yang masih tersisa selama masa pademi Covid 19 yang mengharuskan masyarakat tetap di rumah saja.

Kata kunci: Batik Rengganis Selowogo, Perekonomian Masyarakat.

BAB I

PENDAHULUAN

Situbondo terkenal dengan batik *Lente*, yakni produk batik yang diproduksi kabupaten Situbondo. Ada beberapa usaha batik yang dimiliki kabupaten ini, diantaranya Batik Shafi, Batik Rengganis, Maulana Batik Situbondo, New Delhi Batik, Fadira Batik, Rahmanisa Batik dan masih banyak lagi. Namun dari sekian banyak usaha produksi batik tersebut, batik rengganis merupakan awal cikal bakal penyebaran batik dan model design yang diakui oleh pemerintah daerah Situbondo sebagai Motif Batik Khas Situbondo. Usaha batik Rengganis ini terletak di Desa Selowogo Kecamatan Bungatan Kabupaten Situbondo, desa ini berjarak sekitar 30 KM dari pusat Kota Situbondo. Batik "*Lente*" yang lahir dari keterampilan masyarakat Selowogo ini awalnya menggunakan lidi sebagai sarana membatik. Seiring perkembangan zaman lidi pun berganti dengan canting batik. Batik yang diproduksi memiliki ciri khas yang membedakan dengan batik-batik di daerah lain, yakni motif Kerang dan Daun Bakau, sejenis biota laut yang menggambarkan icon pesisir Situbondo. Bukan tanpa alasan para pengrajin memilih motif tersebut, dahulu nenek moyang yang pertama kali membatik beranggapan bahwa potensi yang ada di Situbondo yang hampir sebagian wilayahnya berada di pesisir pantai selat Madura, untuk itu gambar yang disajikan adalah hal-hal yang terdapat di laut (Budastra, 2020; Kurniawansyah, et. al. 2020; Nasution, et. al. 2020; Ulya, 2020). Design tersebut lahir dari Usaha Batik Rengganis ini, namun tak banyak yang tahu mengenai hal tersebut dan publik juga tidak memperhatikan eksistensinya.

Kami mencoba mewujudkan program untuk memperkenalkan UMKM Batik Rengganis ini melalui akun penjualan di media sosial. Untuk mewujudkan program tersebut kami menjalankan beberapa tindak nyata penting yakni dengan melakukan observasi langsung ke UMKM Batik Rengganis di Dusun Parsean Desa Selowogo, kemudian dilanjut dengan koordinasi pihak Pemerintah Desa dan Pengelola UMKM Batik Rengganis untuk menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan marketing di UMKM tersebut, sekaligus juga izin untuk mewujudkan program yang kami rancang. Proses selanjutnya yakni membuat akun penjualan di media sosial yang dengan akun tersebut mampu memudahkan masyarakat untuk mendapat info mengenai batik Khas

Situbondo dan juga membantu penjualan produk UMKM Batik Rengganis (Harjanto & Mulyana, 2008; Nasrullah, 2017; Widya, 2018). Berikut adalah beberapa link akun media sosial yang dibuat:

batikrengganiselowogo@gmail.com

<https://www.facebook.com/batik.r.selowogo/>

<https://www.facebook.com/Batik-Remgganis-Situbondo-855565721256283/>

<https://instagram.com/batik.rengganis.selowogo?igshid=j3dbwqnn7azq/>

<https://youtu.be/yz9kc9xrlqc/>

Batik Rengganis, merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang didirikan oleh masyarakat desa Selowogo. Usaha batik tersebut tidak termasuk dalam BUMDes Selowogo, saham utamanya dimiliki oleh perorangan, yakni 4 tokoh awal yang menjadi donatur berdirinya usaha batik ini, yakni bapak Jasmiko SP, H. Sumardy Imron S.Pd.i, H. Zainuddin S.Kes, Drs. Adi Jauhari. Usaha ini dimaksudkan sebagai pengelola produk unggulan lokal yang ada yakni Batik. Selan itu, Usaha ini diharapkan menjadi wadah tenaga kerja bagi masyarakat desa Selowogo yang notabene adalah ibu rumah tangga.

Umumnya pemasaran produk yang dihasilkan di Usaha Batik Rengganis ini tersebar di seluruh Jawa timur, namun memang yang menjadi konsumen utamanya adalah masyarakat Situbondo saja. Sebab setiap daerah tentunya memiliki usaha batik tersendiri dimana yang menjadi konsumen adalah penduduk daerah tersebut. Pada zaman 4.0 ini, tentunya sebagai pengimbangan dengan teknologi yang semakin canggih, maka sebab itu dirasa perlu inovasi terhadap pemasaran produk yang dimiliki oleh warga desa Selowogo yakni Usaha Batik Rengganis tersebut. Inovasi yang dimaksud berupa pemasaran lewat media sosial baik berupa halaman Facebook, Instagram, dan Shopee.

Penyebaran produk di media sosial dirasa mampu memudahkan pencarian, pengenalan, promosi, dan transaksi jual beli produk batik dikhalayak ramai. Sehingga produk batik Rengganis yang menjadi icon pertama batik Situbondo mampu tersebar luas di masyarakat tingkat regional dan nasional, sebab media sosial merupakan media

yang diakses oleh masyarakat. Lewat penyebaran ini, proses penjualan dan pemesanan bisa langsung melalui akun yang akan dikelola.

BAB II

METODE PELAKSANAAN

A. Metode Pelaksanaan

1. Tahap Identifikasi

Pada tahap ini, kami melakukan pengamatan lapangan, koordinasi awal dengan staf pemerintah desa dan kepala desa Selowogo, mendatangi tempat produksi batik Rengganis, wawancara dan koordinasi dengan pendiri usaha dan pemilik saham di Batik Rengganis untuk memperoleh informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan Batik Rengganis. Menurut pemeparannya, UMKM Batik Rengganis ini, didirikan dengan penanaman saham dari dana pribadi tanpa bantuan dari pemkot desa Selowogo. Ada 52 orang tenaga kerja di UMKM Batik Rengganis yang mampu menghasilkan sekitar 20 potong kain per hari. Harga pasar untuk produk batik ini berkisar 150-250 Ribu sesuai motif dan jenis kain. UMKM ini memiliki media sosial berupa Facebook namun SDM pengelolaan media sosial tersebut masih belum memadai, dan UMKM ini belum memiliki akun penjualan Instagram dan Shopee serta media sosial lain.

2. Tahap Pembuatan Akun Penjualan di Media Sosial

Pada tahap ini, kami melakukan proses pembuatan akun resmi milik UMKM Batik Rengganis yang akan digunakan sebagai sarana pemasaran melalui media sosial. Kami memilih akun Facebook, Instagram, dan Shopee yang kami anggap banyak penggunanya di masyarakat. Untuk mengisi akun tersebut, kami mengadakan pemotretan produk yang akan kami tampilkan di akun pemasaran, pemotretan tersebut menggunakan kamera Smartpone pribadi kemudian kami edit di aplikasi adobe lightroom yang cocok untuk smartphone dengan ukuran berkas yang ringan. Kami juga menambahkan Video sekaligus artikel pembuatan batik rengganis dimana akan menguatkan produk yang kami pasarkan di akun penjualan media sosial. Pengambilan gambar dilakukan dengan smartphone yang sekaligus diedit juga di smartphone. Hal ini menjadikan pekerjaan menjadi praktis.

Beberapa materi yang kami butuhkan adalah contoh-contoh gambar yang kami akses dari sumber-sumber di Internet. Untuk referensi utama kami menggunakan buku yang di karang oleh Rachmat Kriyantono S. Sos., M. Si. yang berjudul “*TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, dan Komunikasi Pemasaran*”. Buku ini memuat tentang hal-hal yang berkaitan tentang komunikasi publik, juga komunikasi pemasaran. “*Trik Pemasaran Getok Tular Menggunakan Internet*” juga menjadi bahan referensi kami, dimana buku ini membahas bagaimana teknik pemasaran yang mudah di dunia internet (Febriani & Dewi, 2018; Rachmad, 2016).

3. Tahap Packing Produk dan Penyebaran Produk

Tahap ini merupakan proses penyebaran produk batik rengganis melalui laman pemasaran kami di akun Facebook, Instagram dan Shopee. Selain itu kami juga membantu menyediakan produk serta ikut dalam pembuatan produk ini sehingga pemesanan dapat berlanjut. Kami juga secara reguler akan melakukan analisis melalui *Google Analytics* dengan penyebaran produk kami di media sosial, juga koordinasi dengan pihak staf kinerja yang ada di kantor UMKM Batik rengganis. Selain itu, kami juga menyebarkan halaman penjualan kami di media sosial terhadap masyarakat setempat dan perangkat desa untuk ikut berpartisipasi menyebarkan pemasaran produk Batik Rengganis ini.

4. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, kami mengevaluasi beberapa hal menggunakan *Google Analytics*. Dengan *Google Analytics*, kami bisa memonitor jumlah pengunjung, baik dalam jumlah harian atau bulanan, data demografis usia dan jenis kelamin, hingga lokasi pengunjung. Dengan *Google Analytics* ini, kami bisa mengetahui tingkat sebaran produk yang kami pasarkan kepada khalayak. Selain itu, kami juga akan mengevaluasi penyebaran ini dari banyaknya jumlah *like* dan *comment* yang diberikan. Evaluasi terakhir yang terpenting adalah pendapat pengelola mengenai perkembangan pemasaran produk melalui media sosial ini.

B. Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Tahapan Kegiatan	Bulan Maret - Juli			
	Bulan ke-1	Bulan ke-2	Bulan ke-3	Bulan ke-4
Identifikasi				
Pembuatan akun penjualan				
Packing produk dan penyebaran produk				
Evaluasi				

Seluruh proses tahapan kegiatan ini dilaksanakan dari rumah kami di alamat: Desa Selowogo, Kecamatan Bungatan, Kabupaten Situbondo.

C. Manfaat Program

Adapun manfaat tentang Pengenalan Usaha Mikro Kecil Menengah Batik Rengganis Melalui Media Sosial ini adalah sebagai berikut:

1. Terbentuknya akun media sosial (berupa akun Facebook, Instagram dan Shopee).
2. Tersebarnya produk yang di buat oleh UMKM Batik Rengganis di media social.
3. Mudahnya pemasaran dan pemesanan produk batik, Batik Rengganis.
4. Terjadinya peningkatan omset pemasaran.

D. Pihak-Pihak yang Dilibatkan dalam Program

No	Stakeholder	Dukungan
1	Perangkat Desa	
	a. Kepala Desa Selowogo	Memberikan informasi dan masukan seputar potensi kreativitas masyarakat desa selowogo berupa Batik.
		Memberikan dukungan moril kepada kami dalam menyebarkan informasi, konten, atau pengetahuan yang

		positif tentang batik dan pera pengrajin.
	b. Pimpinan Serta Struktur organisasi UMKM Batik Rengganis	Memberikan kami ruang dan izin untuk ikut dalam kegiatan pembuatan batik dan mengenalkan produk yang dikelola UMKM Batik Rengganis di media sosial Memberi dukungan dan pesan serta banyak pengetahuan mengenai batik
2	Instansi Lain	
	LP3M UNUJA	Mendorong dilaksanakannya program pemberdayaan kepada masyarakat di lingkungan masing-masing mahasiswa; Mendorong mahasiswa untuk tetap proaktif dan kreatif dalam memberikan layanan kepada masyarakat, baik offline maupun online, selama masa Pandemi Covid-19.
3	Reviewer	
	Dr. Nur Aisyah, M.Pd	Memberikan persetujuan atas judul yang diajukan dan memberikan dukungan moril. Memberikan referensi untuk mengedukasi masyarakat tentang Covid 19.
4	Dokumenter	
	Dewi Musdalifah	Membantu merekam selama kegiatan yang akan dilakukan dalam program kerja

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Proses Pelaksanaan Kegiatan PKM

Sesuai dengan susunan program yang direncanakan dan diajukan di proposal PkM, kami memilih tema Program Pengembangan Potensi Desa yang ada ditempat tinggal kami, dengan judul program “Pengenalan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Batik Rengganis Di Desa Selowogo Kecamatan Bungatan Melalui Penjualan Di Akun Media Sosial”. Beberapa kegiatan dalam program yang kami pilih adalah; Koordinasi dengan pihak Desa dan Pemilik UMKM Batik Rengganis, kemudian Membuat Akun Media Sosial yang nantinya diharap bisa membantu perkembangan marketing bagi UMKM Batik Rengganis ini, selain itu kami juga merencanakan ikut berkecimpung dalam pembuatan atau penyediaan stok batik disini.

Langkah awal kami adalah koordinasi dengan pihak Desa dan UMKM Batik Rengganis. Kami menemui Kepala Desa Selowogo Bapak Rafiq di kantor Desa pada tanggal 04 Mei 2020, dalam pertemuan tersebut selain mengkoordinasikan tentang program penjualan dan pengenalan batik ini, kami juga memerlukan izin dari pihak Desa untuk mempublikasikan potensi yang ada di Desa Selowogo. Moment koordinasi ini juga kami manfaatkan untuk menanyakan tentang BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) yang tentunya akan mampu menambah pendapatan anggaran Desa sekaligus menciptakan banyak lapangan kerja bagi masyarakat Desa, lebih lanjut lagi Pemkot Desa menyetujui inisiatif untuk mewujudkan Desa Batik di Desa Selowogo, melihat acuan bahwa Desa Selowogo adalah Tempat Lahirnya Batik Khas Situbondo. Lalu kami melanjutkan koordinasi dengan pihak UMKM Batik Rengganis, yakni Bapak Jasmiko SP beliau adalah salah satu pemilik saham di UMKM Batik Rengganis, dengan beliau kami koordinasi dan meminta izin untuk program yang kami susun. Beliau mengizinkan dan memberi akses bagi kami untuk membuat akun penjualan di sosial media dan juga akses keluar masuk UMKM Batik Rengganis. Tak lupa untuk bukti tertulis, kami meminta persetujuan dengan kesepakatan kerja yang kami susun selama

masa PkM baik kesepakatan dengan pihak Desa dan Kesepakatan dengan Pihak UMKM Batik Rengganis.

Langkah Selanjutnya, program Pembuatan Akun Penjualan di Media Sosial. Sebelum membuat akun, kami lebih dulu meminta izin kepada pengelola UMKM Batik Rengganis, kemudian beliau menyarankan agar kami memasarkan stok produk yang ada di Outlite Rengganis Collection saja. Artinya, kami diperbolehkan untuk memasarkan sisa stok produk yang ada di Rengganis Collection. Kami memotret beberapa kain batik untuk kami sebar di akun medi sosialnya nanti. Setelah itu kami lebih dulu membuat akun Gmail dengan nama akun Batik Rengganis Selowogo, pembuatan akun Gmail ini kami maksudkan untuk memudahkan pendaftaran dan sinkronisasi akun Facebook dan Instagram UMKM Batik Rengganis. Kami juga menggunakan nama akun Batik Rengganis Selowogo untuk Akun Facebook dan Instagram UMKM Batik Rengganis ini.

Gmail: Batik Rengganis Selowogo

batikrengganisselowogo@gmail.com

Facebook : Batik Rengganis Selowogo

<https://www.facebook.com/batik.r.selowogo/>

<https://www.facebook.com/Batik-Remgganis-Situbondo-855565721256283/>

Instagram : Batik Rengganis Selowogo (Rengganis Collection)

<https://instagram.com/batik.rengganis.selowogo?igshid=j3dbwqnn7azq/>

Selebihnya, kami juga memposting Video tentang UMKM Batik Rengganis di Desa Selowogo ini di Youtube. Meskipun bukan termasuk rancangan program awal kami, kami juga merasa perlu memposting video tersebut di akun pribadi kami sendiri. Dalam pembuatan Video tersebut kami menggunakan Smartphone untuk pengambilan gambar, editing di aplikasi android FilemoraGo serta aplikasi tangkap layar X-Recorder. Kami juga menambahkan Voice over (dubbing) dalam video yang kami tayangkan untuk bantu memudahkan penjelasan serta terakhir kami bubuhkan wawancara dengan Bapak Jasmiko SP. Penayangan video ini melalui

laman YouTube yang ditonton kurang lebih dari 1,5 penonton sebagai bukti bahwa video yang telah kami tayangkan tidak hanya dapat dinikmati oleh masyarakat sekitar namun juga ditonton oleh publik luas. Link video YouTube juga telah kami sebarkan melalui berbagai media sosial seperti WhatsApp dan Facebook untuk mengenalkan budaya batik sitobondo yang dikelola di Desa Selowogo melalui penayangan video yang telah kami buat. Berikut adalah link videonya: <https://youtu.be/yz9kc9xrlqc/>

Tahap terakhir, Packing Produk dan Penyebaran Produk yang awalnya kami rencanakan kami wujudkan dengan membantu memproduksi batik bersama dengan masyarakat di dapur batik UMKM Batik Rengganis. Pada minggu ke 3 barulah kami melaksanakan program ini, memang dampak dari Covid 19 UMKM ini tutup sementara sebab tidak ada pesanan produk. Dibantu Bapak Hafid mentor kami yang memang sudah bertahun-tahun bekerja disini, beliau dan pengrajin lain mengajarkan kami bagaimana memproduksi batik, mulai dari tahap pertahap. Tidak butuh waktu lama bagi kami untuk boleh ikut membatu proses produksi, karna tahapan yang kami geluti hanya tahap pewarnaan saja, untuk tahap pengecapan, pencucian dan penguncian warna bapak Hafid yang biasa melaksanakannya sendiri.

B. Faktor Pendukung dan Penghambat

Seluruh program yang kami rencanakan memang mampu kami wujudkan satu-persatu, namun bukan berarti terlaksananya program tersebut luput dari berbagai macam hambatan yang ada. Meski program ini mampu kami selesaikan ada beberapa faktor yang kami temukan dalam proses mewujudkan program yang kami susun baik berupa faktor penghambat dan faktor pendukung. Berikut adalah kedua faktor tersebut:

1. Faktor Pendukung

- a.) Kebijakan pihak-pihak yang telah menyetujui dan mengesahkan program kerja KKN.
- b.) Tanggapan positif dari pengelola dan pengrajin batik di UMKM Batik Rengganis Desa Selowogo Kecamatan Bungatan Kabupaten Situbondo.
- c.) Program penjualan di media sosial yang memang bisa di laksanakan dimana saja, termasuk meski tetap stay di rumah

d.) Kekompakan, kerjasama dan koordinasi yang cukup baik antar mahasiswa KKN dengan berbagai pihak yang berkompeten.

2. Faktor Penghambat

- a.) Dalam pemasaran produk di media sosial kami menemukan hambatan untuk penyebarluasan dan menarik minat warganet karna memang akun ini baru dibuat serta untuk melansir kepercayaan masyarakat terhadap kualitas produk di media sosial
- b.) Proses produksi batik yang terhambat akibat merosotnya jalur ekonomi di masa pandemi Covid 19 ini menjadi penghambat packing produksi, packing, dan penyebaran produk.

C. Rencana Tahapan Selanjutnya

Setelah semua program-program yang disusun tercapai, maka PkM kami akan melaksanakan kegiatan selanjutnya yaitu evaluasi program untuk mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan program yang sudah terlaksana sebelumnya. Kegiatan ini dilakukan untuk mengukur hasil yang sudah dicapai sekaligus mengetahui sejauh mana keberhasilan program yang sudah dilakukan. Selanjutnya meski waktu PkM ini sudah selesai, akun penjualan Batik di Media sosial milik UMKM Batik Rengganis ini kami serahkan ke pihak Rengganis dan akan tetap dikelola oleh bagian marketing Bapak Jon.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Batik Rengganis, merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang didirikan oleh masyarakat desa Selowogo. Usaha batik tersebut tidak termasuk dalam BUMDes Selowogo, saham utamanya dimiliki oleh perorangan, yakni 4 tokoh awal yang menjadi donatur berdirinya usaha batik ini, yakni bapak Jasmiko SP, H. Sumardy Imron S. Pd. I., H. Zainuddin S. Kes., Drs. Adi Jauhari. Usaha ini dimaksudkan sebagai pengelola produk unggulan lokal yang ada yakni Batik. Selain itu, Usaha ini diharapkan menjadi wadah tenaga kerja bagi masyarakat desa Selowogo yang notabene adalah ibu rumah tangga. Kami melaksanakan program berupa penyuluhan secara langsung kepada masyarakat dan membuat Video edukasi penyuluhan Covid-19 agar dapat dilihat oleh masyarakat luas.

Kami menyusun Program untuk membantu pemasaran Batik Rengganis di media Sosial sekaligus membuat Video yang membantu memperkenalkan dan memudahkan akses pencarian info mengenai Batik khas Situbondo tentunya di UMKM Batik Rengganis, tak lupa juga membantu UMKM Batim Rengganis menyediakan stok Produk dan menyiapkan pesanan dari konsumen.

B. Saran

1. Perangkat desa perlu mengadakan koordinasi dengan UMKM yang ada di Desa Selowogo untuk mengembangkan pengelolaan BUMDes dan memanfaatkan potensi masyarakat Desa.
2. Pengelola UMKM Batik Rengganis Perlu memanfaatkan media sosial sebagai arena pemasaran, selain juga memang konsumen tetap, pihak marketing UMKM Batik Rengganis ini juga diharapkan menjadikan Akun Media Sosial ini berfungsi dan dikelola dengan baik.
3. Dengan adanya adanya program pengenalan potensi desa Selowogo yakni UMKM Batik Rengganis dan penyebaran video dapat membawa dampak yang baik bagi semua elemen baik Pemerintah dan Masyarakat Desa Selowogo, pengelola dan pemilik saham UMKM Batik Rengganis, kami sendiri

Mahasiswa KKN Tematik Universitas Nurul Jadid 2020, sekaligus berdampak baik bagi masyarakat luas dan pencinta budaya batik Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Budastra, I. K. (2020). Dampak Sosial Ekonomi Covid-19 dan Program Potensial untuk Penanganannya: Studi Kasus di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Agrimansion*, 21(1), 48-57.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya Press.
- Harjanto, R., & Mulyana, D. (2008). Komunikasi Getok Tular Pengantar Popularitas Merek. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(2), 233-242.
- Kurniawansyah, H., Amrullah, A., Salahuddin, M., Muslim, M., & Nurhidayati, S. (2020). Konsep Kebijakan Strategis Dalam Menangani Eksternalitas Ekonomi dari Covid-19 Pada Masyarakat Rentan di Indonesia. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 130-139.
- Nasrullah, R. (2017). Blogger Dan Digital Word Of Mouth: Getok Tular Digital Ala Blogger Dalam Komunikasi Pemasaran Di Media Sosial. *Jurnal Sosioteknologi*, 16(1), 1-16.
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis & Akuntansi*, 5(2), 212-224.
- Rachmad, K. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi Komunikasi Pemasaran*, cet, ke 4. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ulya, H. N. M. (2020). Alternatif Strategi Penanganan Dampak Ekonomi Covid-19 Pemerintah Daerah Jawa Timur Pada Kawasan Agropolitan. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 3(1), 80-109.
- Widya, P. R. (2018). Faktor-faktor Yang Mendorong Perilaku Getok Tular di Media Sosial. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 23-35.

LEMBAR REVIEWER
LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM)
UNIVERSITAS NURUL JADID
TAHUN 2020

Judul PKM : Pengenalan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Batik Rengganis Di Desa Selowogo Kecamatan Bungatan Melalui Penjualan Di Akun Media Sosial
 Lokasi : Desa Selowogo Kecamatan Bungatan Kabupaten Situbondo

NO	URAIAN	ACUAN REVIEWER	CATATAN REVIEWER
1	Masalah yang ditangani	Judul	Sudah sangat sesuai dengan tema Pengabdian kepada Masyarakat dan menarik.
		Latar belakang	Permasalahan yang ada sangat sistematis sekali dan menunjukkan penting peran kita dalam menghadapi masalah tersebut.
		Program yang akan dilaksanakan	Program yang dijalankan sangat beragam
		Tujuan program	Dalam setiap program yang dijalankan memiliki tujuan yang bagus untuk memutus penularan covid-19
2	Metode Pelaksanaan	Tahapan-tahapan kegiatan	Kegiatan yang dilakukan sudah sesuai dengan program perencanaan.
		Timeline kegiatan	Sudah tepat karena mengikuti program perencanaan.
		Manfaat program	Sudah bermanfaat dapat dilihat dari respon masyarakat
		Kelayakan mitra	Sangat Kooperatif
3	Hasil dan Pembahasan	Kesesuaian proses kegiatan dengan metode pelaksanaan	Sudah sesuai dengan metode pelaksanaan
		Kesesuaian faktor pendukung dan penghambat dalam pencapaian target kegiatan	Tersampaikan sangat jelas dalam mencapai target
		Rencana tahapan selanjutnya: kelayakan kegiatan untuk ditindaklanjuti dan rekomendasi luaran	Rencana kedepannya sudah bisa dinilai bagus apabila berjalan secara efektif
4	Penutup	Kesesuaian kesimpulan	Singkat padat dan jelas dalam

		dengan permasalahan	menjawab atau mengatasi permasalahan ada.
		Relevansi daftar pustaka	Sudah cukup karena memang selain membuat tindakan langsung harus Relevansi dengan teori yang actual.

Paiton, 30 Juli 2020
Reviewer

Dr. NUR AISYAH, M.Pd

Lampiran

Lampiran Foto Dokumentasi saat melaksanakan kegiatan

Koordinasi, Permohonan Izin dan Kontrak Kerjasama dengan Kepala Desa dan UMKM Batik Rengganis

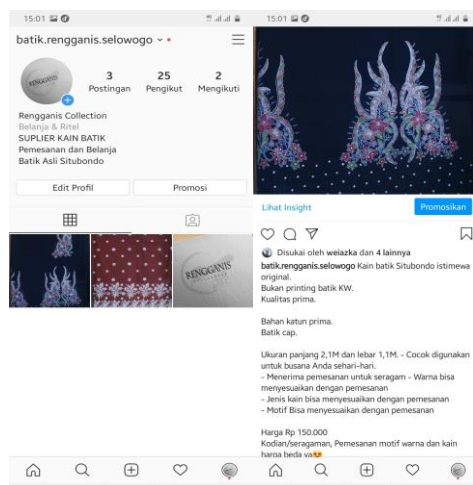
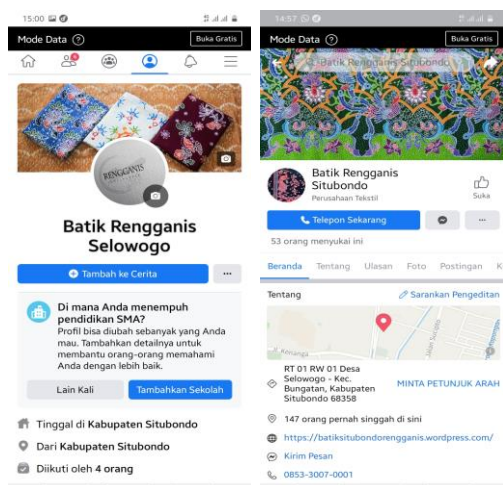


Kepala Desa Selowogo dan salah satu pemilik saham di UMKM Batik Rengganis menandatangani lampiran kerjasama

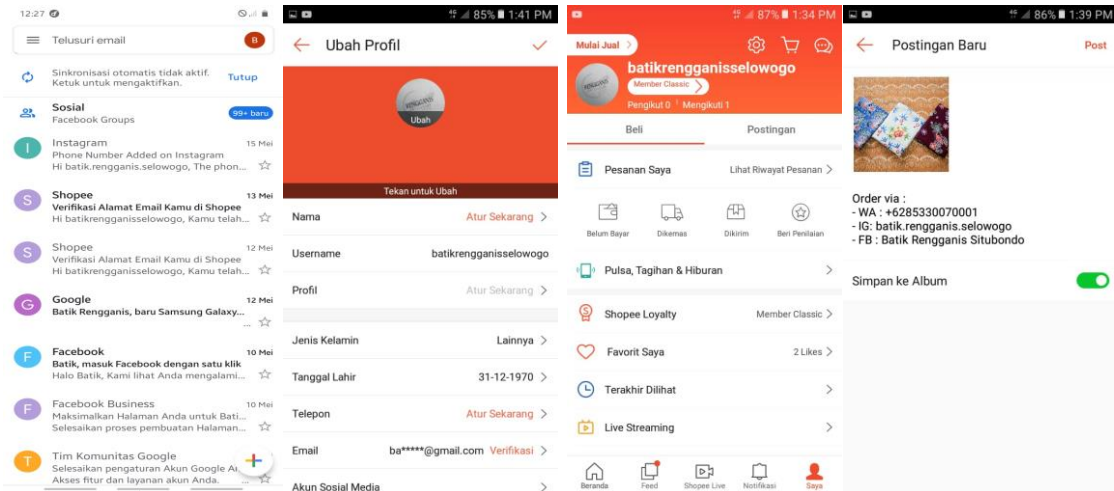


Surat kerjasama dan potret setelah koordinasi dengan Bapak Jasmiko SP

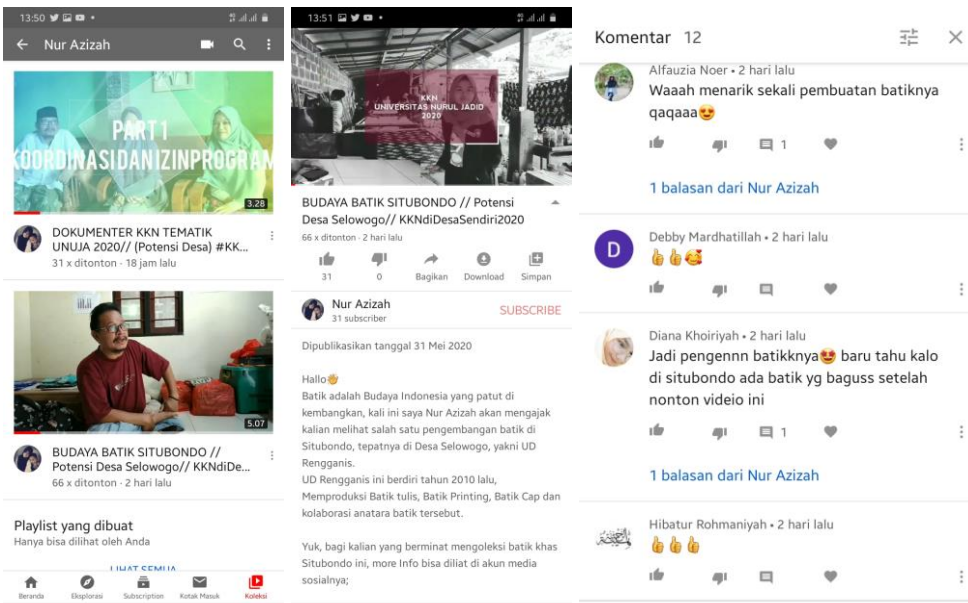
Pembuatan Akun Media Sosial untuk Penjualan Produk UMKM Batik Rengganis



Akun Facebook dan Instagram UMKM Batik Rengganis



Akun Google dan Shopee milik Batik Rengganis



Video proses produksi dan komentar dari masyarakat



Proses pembuatan Video dan aplikasi pendukung pembuatan video

Membantu Penyediaan Stok Produk UMKM Batik Rengganis



Proses pewarnaan dalam membuat batik khas Situbondo

KWITANSI

Sudah Diterima dari : ***Kuasa Pengguna Anggaran Universitas Nurul Jadid***

Banyaknya Uang : *Empat juta delapan ratus ribu rupiah*

Untuk Pembayaran : Dana Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat LP3M
UNUJA Nomor NJ-T06/0426/A.4/03.2020 tanggal 20
Maret 2020

Jumlah Rp. **4.800.000**

Pejabat Pembuat Komitmen
Universitas Nurul Jadid,



ACHMAD FAWAID, M.A., M.A.

Probolinggo, 20 Maret 2020
Dosen Pengabdian
PKM UNUJA,

FARHAN, S.Sos.I, M.Sos.

KWITANSI

Sudah Diterima dari : ***Kuasa Pengguna Anggaran Universitas Nurul Jadid***

Banyaknya Uang : *Empat juta delapan ratus ribu rupiah*

Untuk Pembayaran : Dana Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat LP3M
UNUJA Nomor NJ-T06/0426/A.4/03.2020 tanggal 20
Maret 2020

Jumlah Rp. **4.800.000**

Pejabat Pembuat Komitmen
Universitas Nurul Jadid,



ACHMAD FAWAID, M.A., M.A.

Probolinggo, 20 Maret 2020
Dosen Pengabdian
PKM UNUJA,

FARHAN, S.Sos.I, M.Sos.