

## PENGUATAN MANAJEMEN DAN PRODUKSI BATIK JEMBATAN AKAR DI PESISIR SELATAN

ADILA ADISTI\*, CHAIRUNNISYA, IMAM GRACIA MARSHALL

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas

adilaadisti@eb.unand.ac.id\*

**Abstract:** *The development of the creative batik industry in Pesisir Selatan Regency faces challenges regarding production and marketing, particularly within the Jembatan Akar Batik Artisan Group. This community service program aimed to enhance the partners' self-reliance and competitiveness in navigating business competition. Implementation methods included Focus Group Discussions (FGD) for problem mapping, training on motif design and batik coloring techniques, digital marketing mentoring, and the provision of production equipment. The results demonstrated an improvement in the partners' ability to create new batik motif compositions based on local wisdom. The partners were successfully able to rebrand their products and actively manage marketing through Instagram, resulting in expanded market reach and an increased volume of orders from new customers. This community service program proved effective in strengthening the production capacity and marketing strategies of the Jembatan Akar Batik Artisan Group.*

**Keywords:** *Jembatan Akar Batik, FGD, Product Innovation, Digital Marketing, Community Empowerment.*

**Abstrak:** Pengembangan industri kreatif batik di Kabupaten Pesisir Selatan menghadapi tantangan pada aspek produksi dan pemasaran, khususnya pada Kelompok Pengrajin Batik Jembatan Akar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemandirian dan daya saing mitra dalam menghadapi persaingan usaha. Metode pelaksanaan meliputi *Focus Group Discussion* (FGD) untuk pemetaan permasalahan, pelatihan desain motif dan teknik pewarnaan batik, pendampingan pemasaran digital, serta pemberian bantuan alat produksi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan mitra dalam menciptakan komposisi motif batik baru berbasis kearifan lokal. Mitra mampu melakukan *rebranding* produk dan mengelola pemasaran secara aktif melalui media sosial Instagram, yang berdampak pada perluasan jangkauan pasar dan peningkatan jumlah pesanan dari pelanggan baru. Kegiatan pengabdian ini terbukti efektif dalam memperkuat kapasitas produksi dan strategi pemasaran Kelompok Pengrajin Batik Jembatan Akar.

**Kata Kunci:** Batik Jembatan Akar, FGD, Inovasi Produk, Pemasaran Digital, Pemberdayaan Masyarakat.

### A. Pendahuluan

Industri kreatif batik merupakan salah satu sektor strategis dalam mendukung perekonomian masyarakat lokal sekaligus menjaga keberlanjutan nilai budaya daerah. Di Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat, salah satu kelompok pengrajin yang memiliki potensi pengembangan adalah Kelompok Pengrajin Batik Jembatan Akar yang berlokasi di Nagari Puluik-Puluik. Kelompok ini telah memiliki fasilitas produksi dan showroom serta mengembangkan motif batik yang terinspirasi dari kearifan lokal. Potensi tersebut belum sepenuhnya mampu meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, sehingga diperlukan upaya penguatan kapasitas usaha yang terarah dan berkelanjutan.

Batik Jembatan Akar merepresentasikan perpaduan antara aktivitas ekonomi kreatif dan pelestarian budaya lokal Nagari Puluik-Puluik. Motif-motif yang dikembangkan bersumber dari elemen alam dan ikon wisata setempat, seperti Jembatan Akar, aliran

sungai, dan flora khas daerah, yang merefleksikan identitas sosial dan lingkungan masyarakat lokal. Keunikan motif tersebut memberikan nilai diferensiasi pada produk batik yang dihasilkan serta berpotensi menjadi media promosi budaya daerah. Pengembangan batik berbasis kearifan lokal berfungsi sebagai produk komersial sekaligus sarana penguatan identitas budaya dan peningkatan nilai tambah ekonomi masyarakat setempat.

Permasalahan yang dihadapi mitra mencakup aspek manajemen, pemasaran, dan produksi. Pada aspek manajemen, konflik internal muncul akibat kurangnya keterbukaan dalam pengelolaan keuangan kelompok yang berdampak pada menurunnya kepercayaan antaranggota. Pencatatan keuangan usaha masih dilakukan secara manual sehingga belum terstruktur dan menyulitkan pemantauan kondisi usaha. Pada aspek pemasaran, akun Instagram mitra sebelumnya tidak dapat digunakan sehingga dibuat akun baru yang belum memberikan dampak signifikan terhadap promosi produk, disertai keterbatasan kemampuan dalam menyusun konten promosi yang konsisten. Pada aspek produksi, pengrajin menghadapi kendala dalam pengembangan desain dan kualitas hasil batik, ditandai dengan variasi motif yang terbatas, komposisi yang kurang simetris, teknik pencapan dan pengepresan yang belum optimal, serta keterbatasan alat dan bahan produksi.

Berbagai kegiatan pengabdian dan penelitian terdahulu terkait pengembangan batik umumnya menitikberatkan pada aspek teknis produksi, seperti inovasi pewarnaan dan desain motif, sementara aspek manajemen usaha, penyelesaian konflik internal, pencatatan keuangan, dan pemasaran digital belum terintegrasi secara optimal. Keberlanjutan usaha batik sangat bergantung pada keseimbangan antara kemampuan produksi, tata kelola usaha yang baik, dan akses pasar yang luas (Hasan, 2025). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas dan kemandirian Kelompok Pengrajin Batik Jembatan Akar melalui pendekatan partisipatif (Nalikan et al., 2023) yang difokuskan pada penguatan manajemen keuangan, penyelesaian konflik internal, pengembangan desain batik berbasis kearifan lokal, pemanfaatan bantuan alat produksi, serta optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial Instagram.

## **B. Metodologi Penelitian**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan mitra sebagai subjek utama kegiatan. Metode ceramah digunakan pada tahap awal untuk memberikan pemahaman dasar mengenai permasalahan yang dihadapi mitra, khususnya terkait produksi, pengelolaan kelompok, dan pengembangan usaha Batik Jembatan Akar. Metode diskusi interaktif diterapkan untuk menggali kebutuhan, kendala, dan potensi mitra melalui komunikasi dua arah sehingga permasalahan dapat diidentifikasi secara komprehensif dan disepakati bersama. Metode pendampingan dan praktek langsung dilakukan secara berkelanjutan untuk mendukung penerapan solusi yang telah dirumuskan, termasuk dalam pengelolaan konflik internal, pengembangan desain dan komposisi motif batik, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta pencatatan laporan keuangan (Bennet & Bennet, 2007). Pendekatan ini memungkinkan terjadinya peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan mitra, sebagaimana tercermin dalam capaian hasil pada setiap tahapan pengabdian.

## **C. Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari tujuh tahapan kegiatan yang diawali dengan pelaksanaan Focus Group Discussion (FGD) awal bersama kelompok pengrajin Batik Jembatan Akar. FGD awal difokuskan pada penyampaian dan penjelasan rangkaian kegiatan pendampingan yang akan dilaksanakan oleh tim pengabdian sebagai upaya penyelesaian permasalahan mitra. Tim pengabdian menjelaskan tujuan, tahapan, serta keterkaitan setiap kegiatan dengan permasalahan yang dihadapi mitra, disertai dengan

peninjauan langsung terhadap proses dan progres produksi serta observasi kondisi tempat produksi. Kegiatan ini bertujuan untuk membangun pemahaman bersama, menyamakan persepsi, serta meningkatkan kesiapan mitra dalam mengikuti seluruh rangkaian pendampingan.

Hasil FGD awal menunjukkan bahwa mitra memahami permasalahan usaha yang dihadapi mencakup dua aspek utama, yaitu aspek manajemen dan aspek produksi. Aspek manajemen meliputi konflik internal kelompok, pencatatan keuangan usaha yang belum terstruktur, serta pemasaran digital yang belum optimal. Aspek produksi berkaitan dengan keterbatasan pengembangan desain motif, komposisi motif yang belum konsisten, serta keterbatasan alat dan bahan produksi. Pemahaman awal tersebut mendorong keterlibatan aktif mitra dalam diskusi, keterbukaan terhadap masukan, serta kesiapan untuk mengikuti dan menerapkan seluruh rangkaian kegiatan pendampingan yang dirancang guna meningkatkan kapasitas usaha Batik Jembatan Akar.



Gambar 1. Kegiatan FGD bersama Pengrajin Batik Jembatan Akar

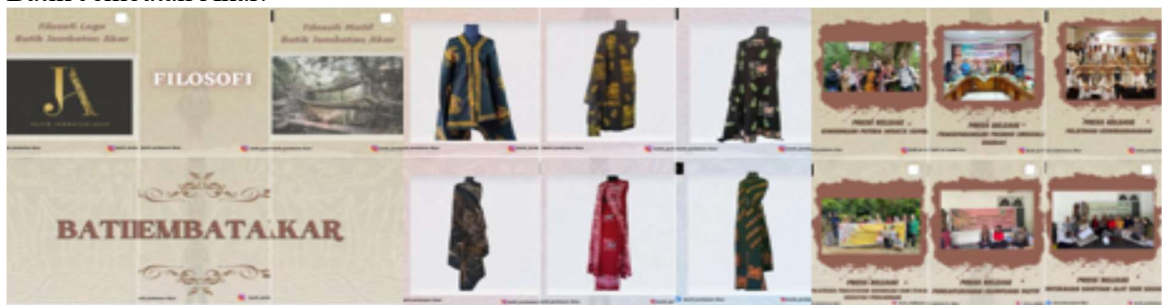
### Aspek Manajemen

Pada aspek manajemen terdapat tiga kegiatan yaitu, manajemen konflik, manajemen pemasaran digital, dan manajemen keuangan. Kegiatan pertama pada aspek manajemen adalah diskusi dan pendampingan kepada kelompok pengrajin Batik Jembatan Akar yang difokuskan pada identifikasi dan penanganan konflik internal kelompok. Hasil Focus Group Discussion (FGD) menunjukkan bahwa konflik antar anggota dipicu oleh kurangnya keterbukaan dalam pengelolaan keuangan kelompok, yang sebelumnya berdampak pada menurunnya kepercayaan dan berkurangnya keanggotaan. Melalui diskusi partisipatif, mitra menunjukkan perubahan sikap yang ditandai dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya transparansi dan komunikasi dalam pengelolaan kelompok usaha. Kegiatan ini menghasilkan kesepakatan bersama untuk memperbaiki mekanisme pengelolaan keuangan melalui pencatatan yang lebih terbuka dan pembagian informasi keuangan secara berkala, serta komitmen anggota untuk menjaga komunikasi dan kerja sama guna mencegah konflik serupa di masa mendatang



Gambar 2. Kegiatan FGD Manajemen Konflik Mitra

Kegiatan kedua dilaksanakan dalam bentuk sesi diskusi dan pendampingan kepada kelompok pengrajin Batik Jembatan Akar yang difokuskan pada peningkatan promosi melalui media sosial Instagram. Akun Instagram milik mitra sebelumnya tidak lagi dapat digunakan sehingga mitra membuat akun baru pada 7 September 2022, yang pada tahap awal belum memberikan dampak signifikan terhadap promosi produk. Hal ini menjadi tantangan awal dalam digitalisasi informasi, semua UMKM merasakan hal ini dalam melakukan branding (Eller et al., 2020). Dalam kegiatan ini, mitra dibantu oleh mahasiswa secara bersama-sama dalam menyusun template konten khusus agar tampilan unggahan lebih konsisten dan menarik. Mitra juga didampingi dalam praktik pengelolaan akun, termasuk melakukan unggahan secara rutin pada jam dengan jumlah penonton yang tinggi. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa mitra menyepakati penggunaan warna cokelat sebagai warna utama template konten, yang diterapkan secara konsisten pada setiap unggahan (Dahnil et al., 2014). Mitra mulai menerapkan pola unggahan terjadwal sebanyak tiga kali dalam seminggu, sehingga tampilan akun Instagram menjadi lebih tertata dan profesional. Chatterjee & Kar (2020) menjelaskan optimalisasi Instagram adalah salah satu cara untuk membangun *Branding Awareness* dengan biaya murah. Penerapan template visual dan konsistensi unggahan ini mendukung penguatan identitas visual serta meningkatkan kesiapan mitra dalam mengoptimalkan Instagram sebagai sarana promosi Batik Jembatan Akar.



Gambar 3. Tampilan Instagram Mitra

Kegiatan ketiga adalah dalam pendampingan kepada kelompok pengrajin Batik Jembatan Akar yang difokuskan pada pencatatan laporan keuangan usaha. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang selama ini dihadapi mitra, yaitu pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual sehingga kurang terstruktur dan berpotensi menimbulkan ketidakteraturan dalam pengelolaan keuangan. Melalui pendampingan yang dilakukan, mitra diperkenalkan dan dibimbing dalam penggunaan aplikasi **SIAPIK (Risman et al., 2021)** sebagai alat bantu pencatatan keuangan yang lebih sistematis dan sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan meningkatnya pemahaman mitra mengenai pentingnya pencatatan keuangan yang tertib serta kesiapan mitra untuk mulai beralih dari pencatatan manual ke pencatatan berbasis aplikasi guna mendukung transparansi dan keberlanjutan usaha Batik Jembatan Akar (Mckenzie & Woodruff, 2015).



Gambar 4. Tampilan Instagram Mitra

### Aspek Produksi

Pada aspek produksi, maka terdapat tiga kegiatan yang dilaksanakan untuk menyelesaikan permasalahan mitra yaitu, pengembangan desain motif, penyerahan bantuan alat dan bahan produksi, dan penciptaan komposisi motif batik menggunakan cap. Kegiatan pertama pada aspek produksi adalah pengembangan desain motif Batik Jembatan Akar melalui sesi diskusi, pendampingan, dan praktek langsung bersama kelompok pengrajin yang difokuskan pada perancangan motif batik yang terinspirasi dari lingkungan Nagari Puluik Puluik. Melalui kegiatan Focus Group Discussion (FGD), mitra diajak untuk mengidentifikasi potensi alam dan unsur lokal yang dapat diangkat sebagai sumber ide visual dalam pengembangan motif batik. Pada tahap praktek langsung, mitra mempraktikkan pembuatan garis sebagai dasar pembentukan motif batik dengan memanfaatkan daun-daun yang terdapat di sekitar rumah batik sebagai sumber inspirasi, sehingga membantu mitra memahami proses penerjemahan bentuk alami ke dalam desain motif secara lebih sistematis (Yanti et al., 2025). Proses diskusi dan pendampingan ini menghasilkan dua desain motif batik baru, yaitu motif Bungo Durian dan motif Daun Paku, yang merepresentasikan kekayaan flora lokal dan menjadi ciri khas batik berbasis kearifan lokal Nagari Puluik Puluik. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kreativitas, keterampilan, dan kepercayaan diri mitra dalam mengembangkan motif batik berbasis lingkungan sekitar, sekaligus memperkuat identitas produk Batik Jembatan Akar.



Gambar 5. Percobaan Pengembangan Desain Motif oleh Pengrajin

Kegiatan kedua pada aspek produksi yaitu, penyerahan bantuan alat dan bahan produksi kepada kelompok pengrajin Batik Jembatan Akar. Bantuan yang diberikan meliputi kain untuk membatik, canting cap, cap motif, pengunci warna, kuas warna, serta alat dan bahan pendukung lainnya yang dibutuhkan dalam proses produksi batik. Bantuan tersebut langsung digunakan dan diuji pada kain oleh mitra untuk memastikan fungsi dan kesesuaian alat dalam proses produksi. Sebagai tindak lanjut dari pelatihan pembuatan motif batik pada kegiatan sebelumnya, pengrajin juga menghasilkan tiga buah cap motif baru yang kemudian diaplikasikan langsung pada kain batik. Kegiatan ini mendukung kelancaran dan keberlanjutan proses produksi serta diharapkan dapat meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi Batik Jembatan Akar (Singh & Gaur, 2018).



Gambar 6. Penyerahan Bantuan Alat dan Pengaplikasian Cap Bar

Kegiatan ketiga dilaksanakan dalam bentuk sesi diskusi, pendampingan, dan praktek langsung kepada kelompok pengrajin Batik Jembatan Akar yang difokuskan pada penciptaan komposisi motif batik menggunakan cap motif terbaru milik mitra. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh permasalahan komposisi motif yang kurang simetris serta hasil cap yang belum optimal. Pada tahap praktek, mitra diarahkan untuk terlebih dahulu **menggaris kain batik** sebagai panduan penentuan letak motif sebelum proses pencapan dilakukan. Proses penggarisan ini membantu mitra menentukan posisi motif secara lebih terukur sehingga menghasilkan susunan motif yang rapi dan seimbang. Melalui pendampingan teknik pengepresan yang tepat, mitra mampu menghasilkan motif batik yang lebih konsisten dan simetris. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan mitra dalam menyusun komposisi motif batik secara sistematis, yang berdampak pada peningkatan kualitas produk Batik Jembatan Akar.



Gambar 7. Pengrajin Melakukan Komposisi Motif sesuai Arahan Pemateri

#### D. Penutup

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa intervensi melalui pendekatan partisipatif mulai dari *Focus Group Discussion* (FGD), pelatihan desain, hingga bantuan peralatan telah berhasil meningkatkan kapasitas produksi dan kompetensi teknis mitra secara signifikan. Kelompok Pengrajin Batik Jembatan Akar kini memiliki kemampuan adaptif dalam mengembangkan inovasi motif berbasis kearifan lokal serta didukung oleh efisiensi kerja yang lebih baik berkat modernisasi alat produksi. Transformasi ini menjadi fondasi penting bagi mitra untuk menghasilkan produk batik yang tidak hanya bernilai budaya, tetapi juga memiliki daya saing tinggi dan relevan dengan selera pasar kontemporer. Selanjutnya, keberhasilan pada aspek pemasaran digital melalui strategi *rebranding* dan optimalisasi media sosial Instagram menjadi kunci pembuka akses pasar yang lebih luas. Kemandirian mitra dalam mengelola identitas usaha dan promosi digital telah terbukti mampu mengatasi kendala geografis dan meningkatkan volume pesanan dari segmen pelanggan baru. Dengan demikian, sinergi antara penguatan kualitas produk di sektor hulu dan agresivitas

pemasaran di sektor hilir ini diharapkan dapat menjamin keberlanjutan usaha mitra, mendorong kemandirian ekonomi, serta melestarikan warisan budaya Batik Jembatan Akar di Pesisir Selatan.

### Daftar Pustaka

- Bennet, A., & Bennet, D. (2007). *Knowledge Mobilization in the Social Sciences and Humanities: Moving from Research to Action*. MQI Press.
- Chatterjee, S., & Kar, A. K. (2020). International Journal of Information Management Why do small and medium enterprises use social media marketing and what is the impact : Empirical insights from India. *International Journal of Information Management*, 53(February), 102103. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102103>
- Dahnil, M. I., Marzuki, K. M., Langgat, J., & Fabeil, N. F. (2014). Factors Influencing SMEs Adoption of Social Media Marketing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 119–126. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.025>
- Eller, R., Alford, P., Kallmünzer, A., & Peters, M. (2020). Antecedents , consequences , and challenges of small and medium-sized enterprise digitalization ☆. *Journal of Business Research*, 112(September 2019), 119–127. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.004>
- Hasan, M. N. (2025). Urgensi Legalitas Usaha Dalam Meningkatkan Keberlangsungan dan Daya Saing Industri Kecil dan Menengah (IKM). *CAUSA: Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan*, 15(5).
- Mckenzie, D., & Woodruff, C. (2015). *Business Practices in Small Firms in Developing Countries*. August.
- Nalikan, C. M., Prof, A., Mochammad, D., Mpa, R., & Prof, A. (2023). *The Implementation of Village Community Empowerment in Indonesia : A Social Capital Perspective*. 10(3), 521–530.
- Risman, A., Mulyana, B., Anggara, B., & Sunarya, A. (2021). *The effect of digital finance on financial stability Asep*. 11(Risman, A., Mulyana, B., Anggara, B., Sunarya, A. (2021). The effect of digital finance on financial stability Asep. 11, 1979–1984. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2021.3.012>), 1979–1984. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2021.3.012>
- Singh, S. K., & Gaur, S. (2018). Entrepreneurship and Innovation Management in Emerging Economies. *Management Decision*, 56(1), 2–5. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/MD-11-2017-1131>
- Yanti, A., Melati, S., Nurcahyanti, D., & Widayat, R. (2025). *Enhancing the Identity of Creative Industries Through the Development of Batik Motifs Inspired by Local Wisdom*. 4(February), 11–18. <https://doi.org/10.56225/ijassh.v4i1.385>