Era Abdimas: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Multidisiplin
Vol. 1, No. 4, Desember 2023
e-ISSN: xxxx-xxxx, p-ISSN: xxxx-xxxx, Hlm. 15-26

Diversifikasi Produk Batik Mangrove sebagai Solusi Peningkatan Omset Penjualan pada Pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi

Diversification of Food Products as a Solution to Increase Sales Turnover for MSME Actors in Kaliwlingi Village

Ahmad Sugiarto[1], Slamet Bambang Riono[2], Nur Khojin[3], Roni[4], Mohamad Badrun Zaman[5]
[1,2,3]Program Studi Manajemen, Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia
[4,5]Program Studi Akuntansi, Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia
E-mail: [1]ahmadsugiarto372@gmail.com, [2]sbriono@gmail.com, [3]nurkhojin089@gmail.com, [4]roni.umus18@gmail.com [5]badrunmohamad93@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:
Received: Desember, 2, 2023
Revised: Desember, 11, 2023
Accepted: Desember, 20, 2023

Keywords:
Product Diversification,
Mangrove Batik,
MSMEs,
Sales Turnover

ABSTRACT

This community service aims to find solutions to the problem of decreasing sales turnover faced by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Kaliwlingi Village through diversification of mangrove batik products. Kaliwlingi Village, as a rural entity, faces economic challenges that require innovation in products and marketing to improve the welfare of MSME actors. In this context, this community service focuses on developing mangrove batik as an alternative product diversification that not only has artistic value, but also has a positive impact on the local mangrove environment. The implementation method involves identifying local potential, training in mangrove batik making techniques, as well as assistance in marketing strategies and product quality improvement. The results of this service include increasing the skills and knowledge of MSME actors related to mangrove batik, as well as increasing sales turnover through local and online marketing. The implementation of mangrove batik diversification also contributes to the preservation of the mangrove environment in Kaliwlingi Village. Good collaboration between MSME actors, village governments, educational institutions, and local communities is an important factor in the success of this program. In conclusion, this community service not only aims to provide short-term economic solutions, but also supports environmental sustainability and the development of skills and competitiveness of MSME actors. This success is expected to be an inspiration for similar villages in facing economic challenges and environmental conservation, especially in Kaliwlingi Village.

Corresponding Author:
Ahmad Sugiarto
E-mail: ahmadsugiarto372@gmail.com

CC BY SA

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mencari solusi terhadap permasalahan penurunan omset penjualan yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kaliwlingi melalui diversifikasi produk batik mangrove. Desa Kaliwlingi, sebagai suatu entitas pedesaan, menghadapi tantangan ekonomi yang memerlukan inovasi dalam produk dan pemasaran untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM. Dalam konteks ini, pengabdian masyarakat ini fokus pada pengembangan batik mangrove sebagai alternatif diversifikasi produk yang tidak hanya memiliki nilai seni, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap lingkungan mangrove setempat. Metode pelaksanaan melibatkan identifikasi potensi lokal, pelatihan dalam teknik pembuatan batik mangrove, serta pendampingan dalam strategi pemasaran dan peningkatan kualitas produk. Hasil dari pengabdian ini mencakup peningkatan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM terkait batik mangrove, serta peningkatan omset penjualan melalui pemasaran lokal maupun online. Implementasi diversifikasi batik mangrove juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan mangrove di Desa Kaliwlingi. Kolaborasi yang baik antara pelaku UMKM, pemerintah desa, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal menjadi faktor penting dalam kesuksesan program ini. Kesimpulannya, pengabdian masyarakat ini tidak hanya bertujuan memberikan solusi ekonomi jangka pendek, tetapi juga mendukung keberlanjutan lingkungan dan pengembangan keterampilan serta daya saing pelaku UMKM. Keberhasilan ini

diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi desa-desa sejenis dalam menghadapi tantangan ekonomi dan pelestarian lingkungan, khususnya di Desa Kaliwlingi.
Kata kunci: diversifikasi produk, batik mangrove, UMKM, omset penjualan

1. PENDAHULUAN

Desa Kaliwlingi, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes, merupakan desa yang terletak di pesisir utara Jawa Tengah. Desa ini memiliki potensi alam yang cukup besar, salah satunya adalah mangrove. Mangrove merupakan salah satu jenis tumbuhan bakau yang memiliki banyak manfaat, baik bagi lingkungan maupun ekonomi [1]. Salah satu pemanfaatan mangrove yang dilakukan oleh masyarakat Desa Kaliwlingi adalah dengan pembuatan batik mangrove. Batik mangrove merupakan batik yang menggunakan pewarna alami dari daun mangrove. Batik mangrove memiliki nilai estetika yang tinggi dan menjadi salah satu produk unggulan Desa Kaliwlingi.

Meskipun memiliki potensi yang besar, namun omzet penjualan batik mangrove di Desa Kaliwlingi masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: 1) kurangnya inovasi produk; produk batik mangrove yang dihasilkan oleh pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi masih terbatas pada jenis-jenis produk yang umum, seperti kain batik, sarung, dan baju batik. Hal ini menyebabkan produk batik mangrove menjadi kurang menarik bagi konsumen; 2) kurang terintegrasinya pemasaran; pemasaran produk batik mangrove di Desa Kaliwlingi masih dilakukan secara konvensional, yaitu melalui toko-toko batik lokal. Hal ini menyebabkan produk batik mangrove kurang dikenal oleh konsumen di luar Desa Kaliwlingi; 3) kurangnya dukungan pemerintah; pemerintah Desa Kaliwlingi belum memberikan dukungan yang maksimal bagi pengembangan batik mangrove. Hal ini menyebabkan pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi kurang mendapatkan akses terhadap sumber daya dan informasi yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha mereka.

Salah satu solusi untuk meningkatkan omzet penjualan batik mangrove di Desa Kaliwlingi adalah dengan melakukan diversifikasi produk. Diversifikasi produk dapat dilakukan dengan cara menambah jenis produk batik mangrove yang dihasilkan, atau dengan mengembangkan produk batik mangrove yang sudah ada [2]. Pengembangan produk batik mangrove dapat dilakukan dengan cara:

a. Mengembangkan desain produk yang lebih inovatif
   Desain produk yang inovatif dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing produk batik mangrove [3]. Desain yang unik dan menarik dapat membuat produk batik mangrove menjadi lebih menonjol dan mudah diingat oleh konsumen. Desain yang unik dan menarik dapat dibuat dengan menggunakan berbagai teknik, seperti teknik batik tulis, batik cap, atau batik printing. Desain yang fungsional dapat membuat produk batik mangrove menjadi lebih bermanfaat bagi konsumen. Produk batik mangrove yang fungsional dapat berupa produk-produk yang dapat digunakan sehari-hari, seperti pakaian, aksesoris, atau perlengkapan rumah tangga.
b. Menambah nilai tambah produk
   Nilai tambah produk dapat ditambahkan dengan cara menggunakan bahan baku yang berkualitas, atau dengan menambahkan unsur-unsur budaya lokal pada desain produk [4]. Nilai tambah produk merupakan nilai ekonomi yang ditambahkan ke suatu produk atau jasa yang ditawarkan pada konsumen [5]. Penambahan nilai ini penting untuk membuat produk atau jasa terlihat lebih berkualitas dan unggul sehingga perusahaan bisa meningkatkan harga jualnya. Produk batik mangrove yang memiliki fungsionalitas dapat menjadi pilihan yang lebih menarik bagi konsumen. Produk batik mangrove yang memiliki fungsionalitas dapat berupa produk-produk yang dapat digunakan sehari-hari, seperti pakaian, aksesoris, atau perlengkapan rumah tangga. Dengan menambahkan nilai tambah produk, pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar dan meningkatkan omzet penjualan
c. Mengembangkan produk yang memiliki fungsionalitas
   Produk batik mangrove yang memiliki fungsionalitas dapat menjadi pilihan yang lebih menarik bagi konsumen. Produk batik mangrove yang memiliki fungsionalitas dapat menjadi pilihan yang lebih menarik bagi konsumen, karena dapat memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari. Desain produk batik mangrove yang memiliki fungsionalitas harus tetap sesuai dengan estetika batik. Pelaku UMKM perlu memperhatikan keseimbangan antara fungsionalitas dan estetika dalam

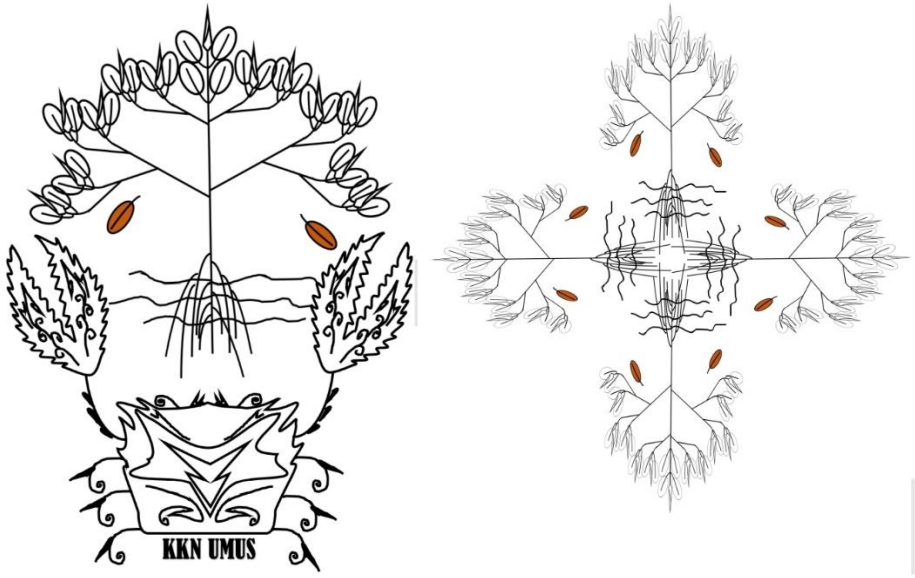
mendesain produk batik mangrove [6]. Diversifikasi produk batik mangrove diharapkan dapat meningkatkan omzet penjualan pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi. Selain itu, diversifikasi produk juga dapat meningkatkan nilai tambah produk batik mangrove dan menjadikannya lebih kompetitif di pasar [7].

Tujuan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kaliwlingi adalah merumuskan upaya yang konkrit dan terukur guna meningkatkan omzet penjualan batik mangrove melalui kegiatan diversifikasi produk. Pertama, tujuan ini mencakup peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM melalui penyelenggaraan pelatihan dan edukasi. Diharapkan pelaku UMKM dapat memahami secara mendalam konsep diversifikasi produk, khususnya dalam konteks pembuatan batik mangrove. Kedua, tujuan ini melibatkan pengembangan variasi desain dan model batik mangrove untuk menciptakan portofolio yang lebih beragam dan menarik. Langkah ini bertujuan untuk memberikan nilai tambah pada produk, sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan mengoptimalkan peluang pasar. Ketiga, tujuan tersebut menekankan peningkatan kualitas produk batik mangrove melalui pendampingan teknis dan bimbingan. Dengan fokus pada aspek estetika dan standar kualitas yang tinggi, diharapkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar lokal maupun daring. Keempat, tujuan ini mencakup pengembangan strategi pemasaran yang efektif, baik melalui kanal lokal maupun platform online, untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, diharapkan omzet penjualan dapat meningkat secara signifikan. Kelima, tujuan ini memasukkan aspek pelestarian lingkungan dengan mengajak pelaku UMKM untuk mengadopsi bahan baku dari mangrove, serta menyosialisasikan nilai-nilai keberlanjutan kepada masyarakat setempat. Terakhir, tujuan ini melibatkan upaya membangun kolaborasi yang erat antara pelaku UMKM, pemerintah desa, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal untuk mendukung keberlanjutan program diversifikasi produk batik mangrove ini. Sinergi antarstakeholder diharapkan dapat menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM dan meningkatkan kesejahteraan di Desa Kaliwlingi [8].

Gambar 1. Pengenalan Batik Mangrove kepada Tim

Solusi yang ditawarkan untuk memecahkan masalah rendahnya omzet penjualan pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi adalah sebagai berikut:

a. Diversifikasi produk
   Diversifikasi produk dapat dilakukan dengan cara menambah jenis produk batik mangrove yang dihasilkan, atau dengan mengembangkan produk batik mangrove yang sudah ada [9]. Diversifikasi produk diharapkan dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing produk batik mangrove [10].



Gambar 2. Desain Baru Batik Mangrove

b. Mengembangkan desain produk yang lebih inovatif
   Desain produk yang inovatif dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing produk batik mangrove. Desain produk yang inovatif dapat dibuat dengan menggunakan berbagai teknik, seperti teknik batik tulis, batik cap, atau batik printing.
c. Menambah nilai tambah produk
   Nilai tambah produk dapat ditambahkan dengan cara menggunakan bahan baku yang berkualitas, atau dengan menambahkan unsur-unsur budaya lokal pada desain produk [11]. Nilai tambah produk diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk batik mangrove dan menjadikannya lebih kompetitif di pasar.
d. Meningkatkan kualitas produk
   Kualitas produk yang tinggi dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Pelaku UMKM perlu menggunakan bahan baku dan teknik yang tepat untuk menghasilkan produk batik mangrove yang berkualitas dan tahan lama.
e. Meningkatkan pemasaran produk
   Pemasaran yang efektif dapat membantu pelaku UMKM batik mangrove untuk menjangkau lebih banyak konsumen [12]. Pelaku UMKM perlu memanfaatkan berbagai media pemasaran, seperti media sosial, marketplace, atau promosi offline.
f. Mendapatkan dukungan pemerintah
   Dukungan pemerintah dapat membantu pelaku UMKM batik mangrove untuk mengembangkan usaha mereka. Pemerintah dapat memberikan bantuan berupa pelatihan, pendampingan, atau akses terhadap sumber daya. Solusi-solusi tersebut dapat diterapkan secara bersamaan atau secara bertahap, disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi. Dengan penerapan solusi-solusi tersebut, diharapkan omzet penjualan pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi dapat meningkat.

Kajian teoritik yang relevan dengan penyelesaian masalah diversifikasi produk batik mangrove sebagai solusi peningkatan omset penjualan pada pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi mencakup beberapa konsep utama. Pertama, teori diversifikasi produk menyoroti pentingnya mengembangkan variasi produk sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan mencapai pertumbuhan bisnis. Dalam konteks ini, diversifikasi produk batik mangrove diarahkan untuk menciptakan portofolio yang lebih luas, menarik, dan sesuai dengan preferensi pasar [13]. Selanjutnya, teori pemasaran lokal dan online membahas pentingnya mengelola dan mempromosikan produk secara efektif, baik melalui saluran konvensional di pasar lokal maupun melalui platform online [14]. Dengan mengadopsi strategi ini, pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi

diharapkan dapat mencapai pangsa pasar yang lebih besar, meningkatkan visibilitas produk, dan mendiversifikasi saluran distribusi.

Teori kreativitas dalam bisnis dan seni, khususnya dalam pembuatan batik mangrove, menekankan perlunya pemikiran inovatif dalam menciptakan desain yang unik dan menarik. Penerapan konsep ini dapat memberikan nilai tambah pada produk, membedakan mereka dari pesaing, dan menciptakan daya tarik khusus yang dapat menarik konsumen. Selain itu, teori keberlanjutan dan pelestarian lingkungan juga menjadi landasan penting. Penggunaan mangrove sebagai bahan baku untuk batik mendukung konsep ini, memberikan dimensi nilai tambah berupa keberlanjutan ekologis yang dapat meningkatkan reputasi produk di mata konsumen yang semakin peduli lingkungan. Secara keseluruhan, rangkuman kajian teoritik ini memberikan landasan konseptual yang kokoh untuk merancang dan mengimplementasikan program diversifikasi produk batik mangrove sebagai solusi peningkatan omset penjualan pada pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi. Dengan memadukan konsep-konsep tersebut, diharapkan dapat memberikan solusi yang holistik dan berkelanjutan terhadap permasalahan ekonomi yang dihadapi oleh komunitas UMKM di tingkat desa [15].

Harapan akan hasil dan manfaat pengabdian kepada masyarakat yang relevan dengan penyelesaian masalah diversifikasi produk batik mangrove sebagai solusi peningkatan omset penjualan pada pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi adalah peningkatan omzet penjualan. Harapan utama dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan omzet penjualan pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi. Dengan meningkatnya omzet penjualan, pelaku UMKM dapat meningkatkan kesejahteraan mereka dan meningkatkan perekonomian Desa Kaliwlingi. Diversifikasi produk diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk batik mangrove di pasaran. Produk batik mangrove yang lebih inovatif, memiliki nilai tambah, dan berkualitas tinggi akan lebih menarik bagi konsumen dan lebih kompetitif di pasar. Pengabdian kepada masyarakat ini juga diharapkan dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM batik mangrove. Pelaku UMKM akan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan baru tentang diversifikasi produk, desain produk, nilai tambah produk, kualitas produk, dan pemasaran produk. Diversifikasi produk batik mangrove juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mangrove [16]. Produk batik mangrove yang menggunakan bahan baku dari mangrove dapat menjadi sarana untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya mangrove bagi lingkungan.

Gambar 3. Tim Pengabdian Bersama Pelaku Usaha Batik Mangrove

Dengan harapan-harapan tersebut, pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang nyata bagi pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi, masyarakat Desa Kaliwlingi, dan lingkungan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dapat dilakukan

untuk mencapai harapan-harapan tersebut dengan pelatihan diversifikasi produk batik mangrove. Pelatihan ini dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku UMKM tentang cara melakukan diversifikasi produk batik mangrove. Pelatihan dapat meliputi materi tentang desain produk, nilai tambah produk, dan pemasaran produk. Pendampingan pemasaran dapat membantu pelaku UMKM untuk memasarkan produk batik mangrove mereka secara efektif. Pendampingan dapat meliputi materi tentang pemasaran produk secara online dan offline. Dengan melakukan kegiatan-kegiatan tersebut, diharapkan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan hasil dan manfaat yang optimal.

2. METODE PELAKSANAAN

Setelah menganalisis dan mengidentifikasi permasalahan yang tengah dihadapi oleh beberapa para pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes, langkah selanjutya sebagai berikut.

a. Sasaran pengabdian kepada masyarakat

Sasaran pengabdian kepada masyarakat di Desa Kaliwlingi RT 01 RW 04, Kabupaten Brebes, terfokus pada Penguatan Peran Perempuan dalam Menggerakkan Ekonomi Desa melalui Edukasi UMKM Produk Lokal. Kegiatan 2 minggu sekali yaitu di hari Minggu. Dengan ketentuan waktu hari Minggu yaitu pukul 13.00 s.d. 15.00 WIB. Sasaran pengabdian ini dirancang untuk memberdayakan perempuan di Desa Kaliwlingi RT 01 RW 04, dengan fokus pada sektor UMKM. Langkah-langkah konkret dalam program ini melibatkan beberapa aspek utama. Pertama, peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM terkait teknik pembuatan batik mangrove, sehingga mereka dapat menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik. Kedua, diversifikasi produk untuk menciptakan portofolio yang lebih beragam dan menarik bagi konsumen. Hal ini bertujuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk UMKM di tingkat lokal maupun regional.

Sasaran berikutnya adalah peningkatan akses pasar bagi produk batik mangrove. Melalui strategi pemasaran lokal dan online, para pelaku UMKM diharapkan dapat mencapai konsumen yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan memperluas jangkauan distribusi. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup perempuan di Desa Kaliwlingi, dengan memberikan dukungan ekonomi melalui peningkatan omset penjualan hasil UMKM mereka. Dengan merumuskan sasaran ini, diharapkan program pengabdian kepada masyarakat dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengembangan UMKM di Desa Kaliwlingi dan meningkatkan kesejahteraan perempuan dalam aspek ekonomi.

Gambar 4. Tim Pengabdian Bersama Pelaku Usaha Batik Mangrove

b. Tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat

Tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat tentang "Diversifikasi Produk Batik Mangrove sebagai Solusi Peningkatan Omset Penjualan pada Pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi di Desa Kaliwlingi, Kabupaten Brebes", dapat dibagi menjadi beberapa langkah strategis.

1) Studi Pendahuluan dan Identifikasi Potensi Lokal
   Kegiatan ini melibatkan tim pengabdian untuk melakukan studi pendahuluan di Desa Kaliwlingi dengan tujuan mengidentifikasi potensi lokal, permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, dan potensi penerapan diversifikasi produk batik mangrove.
2) Penyusunan Materi Pelatihan
   Tim mengembangkan materi pelatihan yang mencakup teknik pembuatan batik mangrove, konsep diversifikasi produk, dan strategi pemasaran. Materi ini disesuaikan dengan tingkat pemahaman dan kebutuhan para pelaku UMKM. Tim mengembangkan materi pelatihan yang mencakup teknik pembuatan batik mangrove, konsep diversifikasi produk, dan strategi pemasaran. Materi ini disesuaikan dengan tingkat pemahaman dan kebutuhan para pelaku UMKM. Materi pelatihan dapat mencakup: a) teknik pembuatan batik mangrove, yaitu teknik-teknik yang digunakan untuk membuat batik mangrove, seperti teknik batik tulis, batik cap, atau batik printing; b) konsep diversifikasi produk, yaitu pengertian, manfaat, dan cara menerapkan diversifikasi produk; c) strategi pemasaran, yaitu strategi-strategi yang dapat digunakan untuk memasarkan produk batik mangrove, seperti pemasaran online dan offline. Materi pelatihan dapat disajikan dalam bentuk ceramah, diskusi, demonstrasi, atau praktik langsung.
3) Pelaksanaan Pelatihan
   Diadakan pelatihan dua minggu sekali pada hari Minggu di Desa Kaliwlingi. Pelatihan melibatkan interaksi langsung antara tim pengabdian dengan para pelaku UMKM, termasuk demonstrasi teknik pembuatan batik mangrove dan sesi tanya jawab.
4) Workshop Diversifikasi Produk
   Dilaksanakan workshop untuk membantu para pelaku UMKM dalam merancang variasi desain dan model batik mangrove. Workshop ini menciptakan ruang kreativitas dan inovasi untuk menciptakan produk yang unik dan menarik.

Gambar 5. Tim Pengabdian bersama Pelaku UMKM Batik Mangrove

5) Pendampingan dan Bimbingan
   Tim memberikan pendampingan dan bimbingan secara individu kepada pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas produk, menerapkan strategi pemasaran, dan mengelola usaha.

Pendampingan ini dapat dilakukan secara berkala untuk memastikan implementasi yang efektif.

6) Monitoring dan Evaluasi
Tim melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap perkembangan pelaku UMKM serta mengukur dampak program terhadap peningkatan omset penjualan dan kesejahteraan ekonomi mereka [17].

7) Pengembangan Jaringan dan Kolaborasi
Tim mendorong pelaku UMKM untuk membangun jaringan dan kolaborasi dengan pihak terkait, termasuk pemerintah desa, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal. Hal ini dapat mendukung pertumbuhan usaha dan menciptakan ekosistem yang berkelanjutan.

Dengan mengikuti tahapan ini, diharapkan pengabdian kepada masyarakat dapat memberikan hasil yang positif dalam upaya penyelesaian masalah dan peningkatan omset penjualan pada pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi.

c. Proses pengabdian kepada masyarakat dan teknik analisis yang digunakan

Proses pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan identifikasi kebutuhan dan potensi Diversifikasi Produk Batik Mangrove sebagai Solusi Peningkatan Omset Penjualan pada Pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi di Desa Kaliwlingi, Kabupaten Brebes. Proses pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan langkah pertama yaitu identifikasi kebutuhan dan potensi di Desa Kaliwlingi, Kabupaten Brebes, khususnya terkait Diversifikasi Produk Batik Mangrove sebagai Solusi Peningkatan Omset Penjualan pada Pelaku UMKM. Tim pengabdian terlibat aktif dalam kegiatan studi pendahuluan, melakukan interaksi dengan pelaku UMKM, dan merinci tantangan serta peluang yang dihadapi oleh mereka. Identifikasi ini menjadi landasan untuk merumuskan strategi dan program pengabdian yang sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan.

Teknik analisis yang digunakan dalam proses identifikasi melibatkan observasi langsung, wawancara dengan pelaku UMKM, dan analisis dokumentasi terkait kondisi ekonomi dan industri UMKM di Desa Kaliwlingi. Observasi dilakukan untuk memahami secara mendalam kondisi produksi batik mangrove, sedangkan wawancara bertujuan untuk mendapatkan perspektif dan pengalaman langsung dari pelaku UMKM. Selain itu, analisis dokumentasi dilakukan untuk memahami sejarah, perkembangan, dan potensi pasar dari produk batik mangrove di tingkat lokal [18]. Dengan menggabungkan ketiga teknik ini, tim pengabdian berhasil menyusun gambaran yang komprehensif mengenai permasalahan dan potensi yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi. Hasil identifikasi ini menjadi dasar bagi seluruh proses pengabdian, termasuk perencanaan pelatihan, pengembangan materi, dan implementasi strategi diversifikasi produk batik mangrove.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumusan masalah dalam pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menjawab sejumlah pertanyaan kritis terkait Diversifikasi Produk Batik Mangrove sebagai Solusi Peningkatan Omset Penjualan pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kaliwlingi, Kabupaten Brebes. Pertama, permasalahan utama adalah bagaimana mengidentifikasi kebutuhan dan potensi yang dapat mendukung upaya diversifikasi produk batik mangrove di Desa Kaliwlingi. Melalui analisis terhadap kondisi ekonomi, produksi, dan pasar lokal, kami berusaha memahami tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM serta peluang yang dapat dimanfaatkan.

Selanjutnya, pertanyaan yang diajukan mencakup strategi apa yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pelaku UMKM terkait teknik pembuatan batik mangrove. Dengan merinci proses pelatihan, workshop, dan pendampingan, kami berusaha memberikan solusi konkret yang mendukung peningkatan kualitas produk mereka. Pertanyaan lainnya mencakup bagaimana membangun strategi pemasaran yang efektif, baik melalui kanal lokal maupun online, untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan omset penjualan.

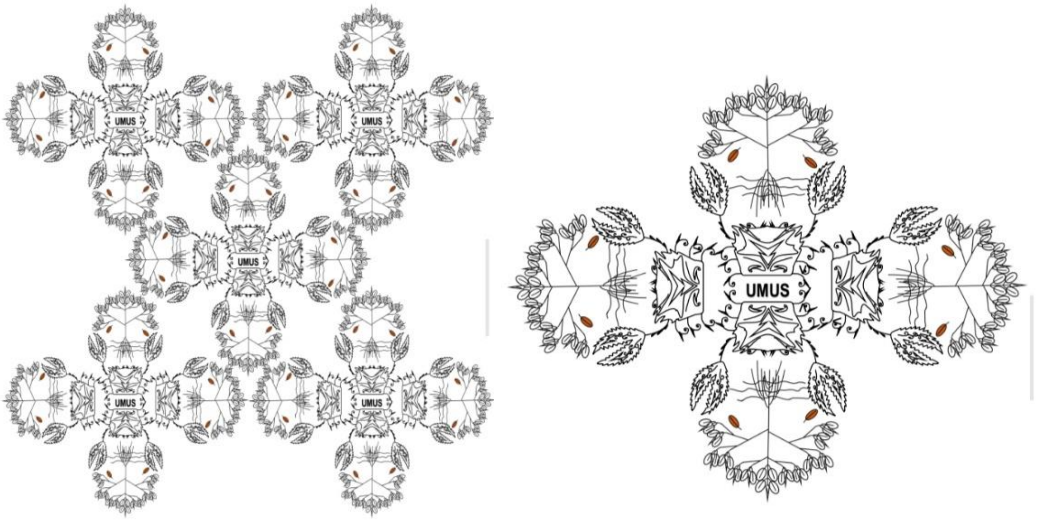
Dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, pendekatan komprehensif yang melibatkan identifikasi kebutuhan, pelatihan keterampilan, pengembangan produk, dan strategi pemasaran telah dirancang. Melalui pengabdian ini, kami berharap dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan dan keberlanjutan usaha UMKM di Desa Kaliwlingi, sekaligus menjawab permasalahan yang dihadapi oleh mereka dalam konteks diversifikasi produk

batik mangrove. Diversifikasi produk batik mangrove dapat meningkatkan omzet penjualan pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi dengan cara: menambah variasi produk batik mangrove yang dihasilkan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan minat konsumen yang lebih luas, menambah nilai tambah produk batik mangrove, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk di pasaran, dan meningkatkan kreativitas dan inovasi pelaku UMKM dalam mengembangkan produk batik mangrove [19].

Untuk mengembangkan desain produk batik mangrove yang lebih inovatif, perlu dilakukan beberapa hal berikut: melakukan riset pasar untuk mengetahui kebutuhan dan minat konsumen, menambah pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM tentang desain produk, dan menciptakan ruang kreativitas dan inovasi bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan desain produk. Strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produk batik mangrove adalah strategi yang dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran konsumen akan produk batik mangrove. Strategi pemasaran tersebut dapat berupa: 1) pemasaran online, seperti melalui media sosial, marketplace, atau *e-commerce*, 2) pemasaran offline, seperti melalui pameran, promosi, atau penjualan langsung. Dengan menerapkan diversifikasi produk, pengembangan desain produk yang lebih inovatif, dan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan omzet penjualan pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi dapat meningkat [20].

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat, diperoleh beberapa temuan-temuan berikut: 1) pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup dalam membuat batik mangrove, 2) Produk batik mangrove yang dihasilkan oleh pelaku UMKM masih monoton dan belum memenuhi kebutuhan dan minat konsumen yang lebih luas, 3) Pemasaran produk batik mangrove masih belum optimal dan belum menjangkau konsumen yang lebih luas.

Berdasarkan teori pemasaran, diversifikasi produk dapat meningkatkan omzet penjualan dengan cara: menambah variasi produk yang dihasilkan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan minat konsumen yang lebih luas, dan menambah nilai tambah produk, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk di pasaran. Temuan-temuan yang diperoleh dalam pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa diversifikasi produk batik mangrove dapat menjadi solusi untuk meningkatkan omzet penjualan pelaku UMKM di Desa Kaliwlingi. Diversifikasi produk dapat dilakukan dengan cara menambah variasi produk batik mangrove yang dihasilkan, seperti pakaian, aksesoris, perlengkapan rumah tangga, dan lain-lain. Diversifikasi produk juga dapat dilakukan dengan cara menambahkan nilai tambah produk, seperti menggunakan bahan baku yang berkualitas, menambahkan unsur-unsur budaya lokal, atau menambahkan fungsionalitas produk.



Gambar 6. Desain Baru Batik Mangrove

Selain diversifikasi produk, pengembangan desain produk yang lebih inovatif juga dapat meningkatkan omzet penjualan. Desain produk yang inovatif dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing produk di pasaran [13]. Pengembangan desain produk dapat dilakukan dengan cara melakukan riset pasar untuk mengetahui kebutuhan dan minat konsumen, menambah pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM tentang desain produk, dan menciptakan ruang kreativitas dan inovasi bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan desain produk.

Strategi pemasaran yang tepat juga penting untuk meningkatkan omzet penjualan. Strategi pemasaran yang tepat dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran konsumen akan produk batik mangrove. Strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk memasarkan produk batik mangrove antara lain pemasaran online dan pemasaran offline [21]. Berdasarkan interpretasi temuan-temuan dengan menggunakan teori, dapat disimpulkan bahwa diversifikasi produk, pengembangan desain produk yang lebih inovatif, dan strategi pemasaran yang tepat dapat menjadi solusi untuk meningkatkan omzet penjualan pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi.

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat, diperoleh beberapa indikator ketercapaian, yaitu: jumlah produk batik mangrove yang dihasilkan, kualitas produk batik mangrove, desain produk batik mangrove, dan strategi pemasaran produk batik mangrove. Ketercapaian indikator ini dapat dilihat dari jumlah produk batik mangrove yang dihasilkan oleh pelaku UMKM. Jumlah produk batik mangrove yang dihasilkan dapat meningkat seiring dengan penerapan diversifikasi produk, pengembangan desain produk yang lebih inovatif, dan strategi pemasaran yang tepat. Dilihat dari kualitas produk batik mangrove yang dihasilkan oleh pelaku UMKM. Kualitas produk batik mangrove dapat meningkat dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas, menerapkan teknik pembuatan yang tepat, dan melakukan pengawasan kualitas secara berkala. Dilihat dari desain produk batik mangrove yang dihasilkan oleh pelaku UMKM. Desain produk batik mangrove dapat lebih inovatif dengan melakukan riset pasar, menambah pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM tentang desain produk, dan menciptakan ruang kreativitas dan inovasi bagi pelaku UMKM. Dilihat dari strategi pemasaran produk batik mangrove yang diterapkan oleh pelaku UMKM. Strategi pemasaran produk batik mangrove dapat lebih tepat dengan melakukan analisis pasar, memanfaatkan media pemasaran yang tepat, dan melakukan promosi yang efektif. Dengan menerapkan diversifikasi produk, pengembangan desain produk yang lebih inovatif, dan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan indikator-indikator ketercapaian dapat tercapai dan omzet penjualan pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi dapat meningkat.

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat, diperoleh beberapa temuan-temuan baru, yaitu bahwa pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan usaha mereka. Hal ini terlihat dari keterampilan dan pengetahuan yang cukup yang dimiliki oleh para pelaku UMKM. Diversifikasi produk batik mangrove dapat menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan omzet penjualan pelaku UMKM. Diversifikasi produk dapat dilakukan dengan cara menambah variasi produk batik mangrove yang dihasilkan, seperti pakaian, aksesoris, perlengkapan rumah tangga, dan lain-lain. Diversifikasi produk juga dapat dilakukan dengan cara menambahkan nilai tambah produk, seperti menggunakan bahan baku yang berkualitas, menambahkan unsur-unsur budaya lokal, atau menambahkan fungsionalitas produk. Pemasaran online dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif untuk memasarkan produk batik mangrove. Pemasaran online dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran konsumen akan produk batik mangrove.

Temuan-temuan baru ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan pengabdian kepada masyarakat di masa depan. Temuan-temuan ini juga dapat bermanfaat bagi pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi dan masyarakat luas. Pengembangan desain produk batik mangrove yang lebih inovatif dengan menggunakan teknik digital printing. Pengembangan produk batik mangrove yang memiliki fungsionalitas tinggi, seperti produk batik mangrove yang dapat digunakan sebagai pakaian, aksesoris, dan perlengkapan rumah tangga. Pengembangan strategi pemasaran produk batik mangrove yang memanfaatkan media sosial dan e-commerce. Temuan-temuan baru ini dapat menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan omzet penjualan pelaku UMKM batik mangrove dan meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Kaliwlingi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat, dapat disimpulkan bahwa diversifikasi produk, pengembangan desain produk yang lebih inovatif, dan strategi pemasaran yang tepat dapat menjadi solusi untuk meningkatkan omzet penjualan pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi. Diversifikasi produk dapat dilakukan dengan cara menambah variasi produk batik mangrove yang dihasilkan, seperti pakaian, aksesoris, perlengkapan rumah tangga, dan lain-lain. Diversifikasi produk juga dapat dilakukan dengan cara menambahkan nilai tambah produk, seperti menggunakan bahan baku yang berkualitas, menambahkan unsur-unsur budaya lokal, atau menambahkan fungsionalitas produk. Pengembangan desain produk yang lebih inovatif dapat dilakukan dengan cara melakukan riset pasar, menambah pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM tentang desain produk, dan menciptakan ruang kreativitas dan inovasi bagi pelaku UMKM. Strategi pemasaran yang tepat dapat dilakukan dengan memanfaatkan media pemasaran yang tepat, seperti media sosial dan e-commerce, dan melakukan promosi yang efektif. Dengan penerapan diversifikasi produk, pengembangan desain produk yang lebih inovatif, dan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan omzet penjualan pelaku UMKM batik mangrove di Desa Kaliwlingi dapat meningkat dan perekonomian masyarakat Desa Kaliwlingi dapat meningkat.

Berikut adalah beberapa rekomendasi untuk pengembangan pengabdian kepada masyarakat di masa depan antara lain: pelatihan berkelanjutan untuk pelaku UMKM batik mangrove. Pelatihan berkelanjutan dapat diberikan kepada pelaku UMKM batik mangrove untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka, sehingga mereka dapat mengembangkan usaha mereka secara lebih optimal. Kolaborasi dengan pihak lain, seperti pemerintah daerah, lembaga swadaya masyarakat, atau pelaku usaha lain, dapat membantu pelaku UMKM batik mangrove untuk mendapatkan dukungan yang mereka butuhkan untuk mengembangkan usaha mereka. Selain itu juga pengembangan produk batik mangrove yang berkelanjutan perlu dilakukan untuk menjaga kelestarian mangrove. Produk batik mangrove yang berkelanjutan dapat menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan dan proses pembuatan yang tidak merusak lingkungan. Tim pengabdian mengucapkan banyak terima kasih kepada LPPM Univesitas Muhadi Setiabudi yang telah menjembatani kegiatan PkM ini juga Kepala Desa Kaliwlingi. Selanjutnya, kami juga mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Kaliwlingi, Kec. Brebes, Kab. Brebes yang telah bekerja sama dengan kami. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu-ibu PKK Desa Kaliwlingi, Kec. Brebes, Kab. Brebes atas kerja sama sebagai mitra kami sekaligus sebagai peserta dalam pelatihan pengembangan produk kue basah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada:

a. Bapak Suratno, S.E., selaku Kepala Desa yang mengizinkan dan menerima tim pengabdian di Desa Kaliwlingi.
b. Tim LPPM Universitas Muhadi Setiabudi yang selalu support kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

[1] Muhammad Nur Mialfi Salim, Indah Dewi Mulyani, and Nur Khojin, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Hutan Mangrove Kaliwlingi Brebes," *GEMILANG J. Manaj. dan Akunt.*, vol. 2, no. 4, pp. 113–126, 2022, doi: 10.56910/gemilang.v2i4.156.

[2] Y. N. Khasanah, "Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Industri Bakso dan Tahu Bakso UD Maju Mapan Desa Wiradadi Kecamatan Sokaraja," *Ekon. Syariah Jur. Ekon. Dan Keuang. Syariah Fak. Ekon. Dan Bisnis Islam Univ. Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 2022.

[3] S. Ikhwan and M. Syaifulloh, "Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Mangrove Caplok Barong Ambulu," *Prof. J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 1, no. 4, pp. 100–112, 2022.

[4] M. N. Alifiyah, H. Sucipto, D. Dumadi, and S. B. Riono, "Analisis Branding, Cita Rasa dan Segmentasi Pasar terhadap Peningkatan Penjualan pada Kedai Seblak Mega Easy Losari," *JIM J. Ilm. Mhs. Pendidik. Sej.*, vol. 8, no. 3, pp. 1041–1052, 2023.

[5] M. Nurizki, A. Kristiana, S. B. Riono, D. Harini, and H. Sucipto, "Pengaruh Modal Usaha dan Strategi

Pemasaran terhadap Volume Penjualan pada Pelaku UMKM Mitra Mandiri Brebes," *Prof. J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 1, no. 4, pp. 12–20, 2022.

[6] A. Ansari, S. B. Riono, and A. Indriyani, "Analysis of Economic Growth, Regional Minimum Wage, and Inflation on the Unemployment Rate in Brebes Regency," in *Tegal International Conference on Applied Social Science & Humanities (TICASSH 2022)*, Atlantis Press, 2022, pp. 393–402.

[7] N. E. Safitri, A. N. P. D. Wahana, I. D. Mulyani, and S. B. Riono, "Pengaruh Inovasi Produk dan Digital Marketing terhadap Volume Penjualan UMKM Mitra Mandiri Brebes," *JECMER J. Econ. Manag. Enterpreneursh. Res.*, vol. 1, no. 3, pp. 68–78, 2023.

[8] D. D. Hilda Kumala Wulandari Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Titi Rahmawati, "The Influence of Willingness to Pay on The Productivity of Brebes Typical Gift Merchants," *J. Ekon.*, vol. 11, no. 3, pp. 984–989, 2022.

[9] D. P. Astuti, K. Kardiyem, W. S. Rachmadani, and ..., "Diversifikasi Olahan Bawang Merah Menjadi Produk Bernilai Ekonomis Tinggi di Desa Genengadal Grobogan," *Madaniya*, vol. 3, no. 3, pp. 590–598, 2022.

[10] A. A. Al-Khatiri, H. Sucipto, D. Harini, and S. B. Riono, "The Influence of Marketing Strategy and Service Quality on Sales Volume in MSMEs Pondok Penyet 18 Pabuaran, Cirebon Regency," *IJESSR Int. J. Econ. Soc. Sci. Res.*, vol. 1, no. 1, pp. 36–49, 2023.

[11] N. E. Safitri, B. A. Pranoto, S. B. Riono, A. Mutaqin, and A. Yulianto, "Pelatihan Pengembangan Bisnis Berbasis Teknologi pada Pelaku UMKM melalui Sosial Media di Desa Tegalreja," *Prof. J. Abdimas*, vol. 1, no. 3, pp. 34–40, 2022.

[12] Y. Tarida, "Strategi Diferensiasi Produk, Diversifikasi Produk, Harga Jual Dan Kaitannya terhadap Penjualan pada Industri Kerajinan Rotan di Kota Palembang," *Jurnaal Ekonoi Pembang.*, vol. 10, no. 2, pp. 70–85, 2012.

[13] R. D. Imani, H. Sucipto, N. Afridah, M. Syaifulloh, and S. bambang Riono, "Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan," *CITAKARYA J. Pengabdi. Masy.*, vol. 1, no. 01, pp. 43–55, 2023.

[14] F. Ardiansyah, "Analisis Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di Pasar Gedhe Solo)," *Edunomika*, vol. 03, no. 02, pp. 493–500, 2019.

[15] A. Candra, H. Sucipto, D. Harini, N. Nasiruddin, R. Roni, and A. Mutaqin, "Pemberdayaan UMKM Angkringan Milenial melalui Legalitas Usaha di Desa Cikuya, Kecamatan Banjarharjo, Kabupaten Brebes," *Kreat. J. Pengabdi. Masy. Nusant.*, vol. 2, no. 2, pp. 76–84, 2022.

[16] L. Handayani, A. Indriyani, F. S. Wahid, A. Yulianto, and S. B. Riono, "Strategi Pemasaran dengan Kemasan Kekinian pada Rencana Bisnis UMKM Desa Cigadung," *Prof. J. Abdimas*, vol. 1, no. 3, pp. 7–13, 2022.

[17] D. H. Warpuah Slamet Bambang Riono, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM Kluban di Banjaratma)," *J. Akunt. Dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 49–57.

[18] S. N. U. Widiya Ananda Muhammad Syaifulloh, Slamet Bambang Riono, "Pendampingan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi bagi UMKM Arum Manis untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Cihaur, Kecamatan Banjarharjo," *SAFARI J. Pengabdi. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 4, pp. 78–85, 2022.

[19] Slamet Bambang Riono, "Edukasi Penetapan Harga Jual bagi Pelaku UMKM Harum Manis Desa Parereja, Brebes Authors Nuroksi Apipah," *J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 3, 2022.

[20] D. Ariyani, S. B. Riono, H. Sucipto, P. Manajemen, and U. M. Setiabudi, "Pelatihan Branding Equity untuk Membangun Brand Image pada Pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam Meningkatkan Daya Jual," *Kreat. J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 3, pp. 100–106, 2022.

[21] M. Syaifulloh, *Young Coconut Trader Marketing Strategy During the Pandemic*, vol. 1. Atlantis Press SARL, 2023. doi: 10.2991/978-2-494069-09-1.