



Pengembangan Motif Batik Girilayu sebagai Strategi Revitalisasi untuk Produk Fesyen Melalui Workshop dan Sosialisasi

Development of Girilayu Batik Motifs as Revitalization Strategy for Fashion Products through Workshop and Socialization

Desy Nurcahyanti¹, Najma Mumtaza Ghoutsin Nada², Annisa Meiliana Dewi³,
Arsi Gardatami⁴

¹⁻⁴ Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia

Korespondensi Penulis: desynurcahyanti@staff.uns.ac.id

Article History:

Received: Oktober 24, 2024;

Revised: November 09, 2024;

Accepted: November 23, 2024;

Online Available: November 26, 2024;

Keywords: Batik Girilayu, Motif Innovation, Product Diversification, Digital Marketing, Artisan Training

Abstract: This community service aims to develop new Girilayu Batik motifs that combine traditional elements with modern designs, and apply them to fashion and home decor products. Through a series of stages, starting from motif development, prototyping, to market testing, this Community Service has succeeded in producing products that are well received by consumers. The results of the market test show that this new motif not only increases the aesthetic appeal but also the selling value of Girilayu Batik products. The training provided to batik artisans improves their skills in applying new motifs, as well as involving the younger generation in preserving the batik tradition. Marketing strategies through digital catalogs, company profile videos, and other digital platforms have proven effective in expanding market reach. However, this community service identified challenges in technology adaptation by artisans and international market penetration. Overall, motif innovation and product diversification are important strategic steps to maintain the relevance and competitiveness of Girilayu Batik in an increasingly competitive market.

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan motif baru Batik Girilayu yang menggabungkan elemen tradisional dengan desain modern, serta menerapkannya pada produk fesyen dan dekorasi rumah. Melalui serangkaian tahapan, mulai dari pengembangan motif, pembuatan prototipe, hingga uji pasar, Pengabdian ini berhasil menghasilkan produk yang diterima dengan baik oleh konsumen. Hasil uji pasar menunjukkan bahwa motif baru ini tidak hanya meningkatkan daya tarik estetika tetapi juga nilai jual produk Batik Girilayu. Pelatihan yang diberikan kepada perajin batik meningkatkan keterampilan mereka dalam mengaplikasikan motif baru, serta melibatkan generasi muda dalam pelestarian tradisi batik. Strategi pemasaran melalui katalog digital, video *company profile*, dan platform digital lainnya terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar. Meskipun demikian, pengabdian ini mengidentifikasi tantangan dalam adaptasi teknologi oleh perajin dan penetrasi pasar internasional. Secara keseluruhan, inovasi motif dan diversifikasi produk merupakan langkah strategis yang penting untuk menjaga relevansi dan daya saing Batik Girilayu di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Batik Girilayu, Diversifikasi Produk, Inovasi Motif, Pelatihan Perajin, Pemasaran Digital.

1. PENDAHULUAN

Keberagaman motif batik di berbagai daerah di Indonesia mencerminkan kekayaan budaya yang dimiliki oleh bangsa ini. Setiap motif batik memiliki cerita, filosofi, dan makna yang mendalam, sering kali terkait dengan nilai-nilai kehidupan, alam, dan keyakinan masyarakat setempat (Sumartono & Wahida, 2023)- Salah satu daerah yang memiliki tradisi batik yang kuat adalah Desa Girilayu, yang terletak di kaki Gunung Lawu, Kabupaten

Karanganyar, Jawa Tengah.

Batik Girilayu dikenal dengan motif-motif yang khas, yang menggabungkan unsur-unsur tradisional dan filosofi Jawa (Nugraha & Suranto, 2022). Namun, seiring dengan perkembangan zaman, Batik Girilayu menghadapi tantangan dalam mempertahankan relevansi di tengah perubahan selera dan kebutuhan pasar (Fada et al., 2023). Permintaan pasar saat ini tidak hanya terbatas pada batik yang digunakan dalam upacara adat atau pakaian tradisional, tetapi juga mencakup produk-produk fesyen modern dan dekorasi rumah (Pratiwi et al., 2020). Hal ini menuntut adanya inovasi dalam pengembangan motif dan diversifikasi produk yang mampu memenuhi selera pasar yang lebih luas dan beragam.



Gambar 1. Salah Satu Koleksi Motif Batik di Batik Giriarum

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024

Diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang penting dalam menghadapi tantangan ini (Rinanda, 2024). Dengan mengembangkan varian motif batik yang dapat diaplikasikan pada produk fesyen modern, seperti pakaian siap pakai (*ready-to-wear*), serta produk *home decor*, Batik Girilayu dapat memperluas pangsa pasarnya, baik di tingkat nasional maupun internasional (Kurniawati et al., 2024). Produk-produk ini tidak hanya berfungsi sebagai barang konsumsi, tetapi juga sebagai media untuk melestarikan dan memperkenalkan kekayaan budaya Indonesia ke dunia yang lebih luas.

Proses diversifikasi produk ini tidak mudah. Selain membutuhkan inovasi dalam desain, proses ini juga memerlukan pemahaman yang mendalam tentang pasar, termasuk tren mode, preferensi konsumen, dan teknik pemasaran yang efektif (Herlambang & Widayanto, 2024). Di sinilah pentingnya peran serta berbagai pihak, termasuk perajin batik, desainer, akademisi, dan pemerintah, dalam mendorong inovasi dan pemasaran produk batik. Pengembangan motif batik yang baru harus tetap mempertahankan esensi budaya yang ada, sambil memenuhi kebutuhan estetika dan fungsional dari produk-produk yang

dihasilkan (Nurchayati et al., 2021).

Keberhasilan diversifikasi produk batik juga sangat bergantung pada strategi pemasaran yang tepat (Widjajanti et al., 2020). Penggunaan teknologi digital, seperti pembuatan katalog produk dan *video company profile*, menjadi alat yang sangat efektif dalam meningkatkan eksposur dan visibilitas produk di pasar global (Dykha et al., 2021). Kegiatan ini tidak hanya akan membantu memperkenalkan Batik Girilayu kepada calon pembeli baru, tetapi juga dapat memperkuat citra merek dan identitas produk di mata konsumen (Rahmawati et al., 2024). Pelestarian dan pengembangan batik tidak hanya menjadi tanggung jawab perajin, tetapi juga generasi muda yang harus dilibatkan dalam proses ini. Melalui kegiatan edukasi dan pelatihan, generasi muda dapat diajak untuk lebih mengenal, mencintai, dan melestarikan batik sebagai bagian dari identitas budaya mereka (Suherlan, 2020). Dengan demikian, keberlanjutan Batik Girilayu tidak hanya terjaga, tetapi juga terus berkembang seiring dengan perubahan zaman.

Penelitian mengenai diversifikasi produk batik dan inovasi motif telah banyak dilakukan di berbagai daerah penghasil batik di Indonesia. Misalnya, Zia'ul Huda et al. (2023) melalui penelitian mereka tentang diversifikasi produk batik ecoprint di Desa Donohudan, menunjukkan bahwa inovasi dalam teknik pewarnaan alami dan diversifikasi produk ecoprint dapat meningkatkan daya jual dan daya tarik produk tersebut di pasar. Demikian pula, penelitian di Desa Pulungdowo oleh Dyah et al. (2021) mengungkapkan bahwa pemasaran yang efektif dan pengembangan motif batik yang khas dapat meningkatkan perekonomian lokal, terutama ketika disertai dengan pelatihan pemasaran dan promosi.

Meskipun demikian, penelitian khusus mengenai Batik Girilayu masih terbatas. Beberapa studi yang ada lebih berfokus pada aspek historis dan filosofi motif, namun belum banyak yang mengkaji bagaimana diversifikasi produk dan inovasi motif dapat diaplikasikan secara efektif untuk meningkatkan nilai tambah produk dan memperluas pasar. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengeksplorasi potensi diversifikasi produk Batik Girilayu melalui pengembangan motif baru yang relevan dengan kebutuhan pasar modern.

Batik Girilayu memiliki potensi yang besar, terdapat beberapa tantangan dalam pengembangan motif baru yang dapat diaplikasikan pada produk fesyen dan *home decor*. Tantangan tersebut antara lain adalah kurangnya inovasi dalam desain motif, terbatasnya akses ke pasar yang lebih luas, serta minimnya dokumentasi dan promosi yang efektif. Selain itu, diperlukan upaya untuk melibatkan generasi muda dalam pelestarian dan

pengembangan batik agar keberlanjutan budaya ini tetap terjaga. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan varian motif Batik Girilayu yang dapat diaplikasikan dalam produk fesyen dan *home decor*, serta meningkatkan nilai tambah produk melalui diversifikasi. Selain itu, pengabdian ini juga bertujuan untuk memperkuat pemasaran Batik Girilayu melalui pembuatan katalog dan *video company profile* yang dapat membantu memperluas jangkauan pasar.

2. METODE

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan mengikuti beberapa tahapan yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan pengembangan dan diversifikasi motif Batik Girilayu. Setiap tahapan memiliki fokus yang spesifik dan melibatkan berbagai metode untuk memastikan validitas dan keefektifan hasil pengabdian masyarakat.

1. Observasi awal dilakukan untuk mengidentifikasi potensi dan tantangan yang dihadapi oleh perajin Batik Girilayu. Tahap ini melibatkan pengumpulan data melalui sosialisasi dengan perajin, desainer, dan pihak terkait lainnya, serta studi literatur mengenai motif batik yang telah ada.



Gambar 2. Sosialisasi Rencana Pengembangan Motif Batik Desa Girilayu

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024



Gambar 3. Sosialisasi Rencana Pengembangan Motif Batik Desa Girilayu

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024

2. Perencanaan dan pengembangan motif berdasarkan hasil observasi untuk mengembangkan motif baru yang tetap mempertahankan filosofi dan ciri khas Batik Girilayu, namun disesuaikan dengan tren dan kebutuhan pasar modern. Proses ini melibatkan beberapa iterasi desain dan evaluasi bersama para pengrajin dan desainer.



Gambar 4. Diskusi Rencana Pengembangan Motif Batik Desa Girilayu

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024

3. Pelatihan diberikan kepada perajin batik mengenai teknik pembuatan motif baru serta aplikasinya pada berbagai produk fesyen dan *home decor*. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan perajin dalam mengadaptasi motif baru dan memastikan kualitas produk yang dihasilkan.



Gambar 5. Proses Pembuatan Pengembangan Motif Batik Desa Girilayu

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024

4. Pembuatan prototipe dan uji coba menggunakan motif yang telah dikembangkan. Prototipe ini kemudian diuji untuk menilai kualitas dan daya tariknya di pasar.



Gambar 6. Sosialisasi Rencana Pengembangan Motif Batik Desa Girilayu

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024

5. Pemasaran dan promosi, tahap ini melibatkan pembuatan katalog produk dan video *company profile* yang digunakan untuk mempromosikan Batik Girilayu. Strategi pemasaran digital juga diterapkan untuk memperluas jangkauan pasar.



Gambar 7. Proses Pembuatan *Video Company Profile*

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024

6. Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan program melalui feedback dari konsumen, peningkatan penjualan, dan respons dari komunitas lokal. Hasil evaluasi digunakan untuk menentukan langkah-langkah tindak lanjut guna memastikan keberlanjutan program.

Tahapan-tahapan ini dirancang secara sistematis untuk memastikan bahwa pengembangan motif Batik Girilayu dapat meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas, serta memberdayakan komunitas lokal dalam pelestarian dan inovasi budaya batik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengembangan Motif Batik Girilayu

Pengembangan motif Batik Girilayu dalam pengabdian masyarakat ini merupakan upaya untuk memadukan unsur-unsur tradisional dengan elemen-elemen desain modern yang dapat diterima oleh pasar yang lebih luas. Proses pengembangan dimulai dengan analisis mendalam terhadap motif-motif Batik Girilayu yang telah ada. Motif tradisional Batik Girilayu dikenal dengan penggunaan bentuk-bentuk geometris yang kompleks serta simbolisme yang terinspirasi dari alam dan kehidupan masyarakat Jawa (Rahayu & Affanti, 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Maryati, salah seorang anggota paguyuban Batik Giriarum, menyatakan bahwa Batik Giriarum diperlukan suatu pengembangan yang mampu menargetkan pasar yang luas, khususnya dapat menarik konsumen dari kalangan muda. Melalui wawancara ini didapati suatu permasalahan yang kompleks. Diketahui bahwa visual motif yang indah dan rumit memengaruhi harga jual yang tinggi. Harga jual tersebut memang sudah sepatasnya melabeli Batik Giriarum yang begitu detail dalam menarasikan kekayaan budaya yang dimiliki, namun kenyataan bahwa pelestarian batik ini juga menargetkan kalangan muda maka dibutuhkan suatu penyesuaian (Yuliari & Nurchayati, 2022). Oleh karena itu dalam tahap pengembangan, motif-motif ini diadaptasi dan dimodifikasi agar tetap mempertahankan identitas budaya, namun dengan pendekatan yang lebih sederhana dan minimalis.



Gambar 8. Taplak Meja Batik hasil dari pengembangan Motif Batik Desa Girilayu

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024

Pengembangan motif ini difokuskan pada inovasi pengayaan motif yaitu visual naturalis (alam) dan pointilis untuk menonjolkan gelap terang (Dewi & Sari, 2023). Objek-objek yang divisualisasikan bersumber dari kearifan Desa Girilayu, inspirasi dari “Desa Wisata Batik dan Ziarah”. Selayaknya desa dengan kekayaan alam dan budaya, maka dipilihlah motif pengunungan sebagai lambang 3 (tiga) kompleks astana para penguasa Mangkunegara dan Gunung Lawu. Motif Durian, manggis dan ketela sebagai lambang hasil panen. Motif Peta Desa Girilayu dan Megamendung sebagai lambang iklim desa yang sejuk serta motif Gapura Agung dan Hadiroso sebagai representasi arsitektur Astana Mangadeg. Motif-motif tersebut kemudian diintegrasikan menciptakan desain dengan narasi batik yang mencakup nilai historis, budaya dan spiritual serta menegaskan peran Desa Girilayu sebagai sentra Batik di Karanganyar. Desain motif ini kemudian diaplikasikan pada berbagai produk fesyen seperti kemeja pria, outer wanita, obi dan tas serta produk *home decor* berupa taplak.



Gambar 9. Taplak Meja Batik hasil dari pengembangan Motif Batik Desa Girilayu

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024

Setelah motif-motif baru ini dirancang, dilakukan uji coba aplikasi motif pada kain dengan menggunakan teknik pewarnaan oles dan colet, proses produksi tekstil dengan teknik tradisional menggunakan malam (batik) dan teknik pewarnaan modern dengan pewarna sintetis (Palupi et al., 2022). Uji coba ini bertujuan untuk memastikan bahwa motif-motif baru tersebut dapat diadaptasi dengan baik pada kain. Hasil uji coba menunjukkan bahwa motif-motif baru ini tidak hanya meningkatkan estetika kain tetapi juga menambah nilai jual produk. Setiap produk yang dihasilkan menunjukkan harmoni antara motif tradisional dan desain modern, yang menarik bagi konsumen muda maupun dewasa.

Pengabdian masyarakat ini juga menemukan bahwa motif-motif baru tersebut memiliki potensi besar untuk diterima di pasar internasional, dengan pengayaan khas, inovasi penciptaan dan kuatnya nilai identitas. Hal ini didukung oleh tanggapan positif dari para perajin yang menyatakan bahwa motif-motif baru ini memiliki daya tarik unik yang membedakan Batik Girilayu dari produk batik lainnya. Pengembangan motif-motif ini juga telah diintegrasikan ke dalam katalog produk Batik Girilayu, yang dibuat sebagai bagian dari strategi pemasaran. Katalog ini menampilkan berbagai varian produk dengan motif baru, lengkap dengan deskripsi tentang inspirasi dan makna di balik setiap motif. Katalog ini tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai media edukasi untuk memperkenalkan konsumen pada kekayaan budaya dan filosofi yang terkandung dalam Batik Girilayu.

B. Prototipe Produk dan Uji Pasar

Setelah pengembangan motif Batik Girilayu yang baru, langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah aplikasi motif-motif tersebut pada berbagai produk fesyen dan dekorasi rumah untuk menghasilkan prototipe. Prototipe ini dirancang untuk menguji bagaimana motif-motif baru tersebut dapat diterima oleh pasar dan bagaimana mereka dapat meningkatkan nilai estetika serta komersial dari produk-produk Batik Girilayu. Pembuatan prototipe dimulai dengan pemilihan bahan dasar yang sesuai dengan karakteristik motif yang telah dikembangkan. Dalam hal ini, dipilih beberapa jenis kain yang umum digunakan dalam produksi batik, termasuk katun, sutra, dan kain tenun. Setiap jenis kain dipilih karena memiliki tekstur dan kualitas yang berbeda, yang dapat mempengaruhi tampilan akhir dari motif batik yang diaplikasikan. Misalnya, kain katun dipilih untuk produk-produk fesyen siap pakai seperti kemeja dan blus, sedangkan sutra digunakan untuk produk-produk yang lebih eksklusif seperti *scarf* dan kain panjang.

Proses pewarnaan dan pembuatan batik dilakukan dengan tetap mempertahankan teknik tradisional yang dipadukan dengan beberapa inovasi dalam teknik pewarnaan. Penggunaan malam sebagai bahan utama dalam proses pewarnaan batik masih dipertahankan untuk menjaga keaslian dan nilai budaya dari Batik Girilayu. Namun, untuk teknik pewarnaan memakai pewarna sintetis dengan inovasi yang sesuai dengan tren pasar. Setelah motif diaplikasikan pada kain, produk-produk tersebut dijahit dan dirakit menjadi berbagai produk fesyen dan dekorasi rumah (Purnamasari et al., 2023).



Gambar 10. Kemeja dan Outer Batik

hasil dari pengembangan Motif Batik Desa Girilayu

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024

Dalam tahap ini, aspek desain produk menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa produk akhir tidak hanya fungsional tetapi juga menarik secara estetika (Prihatiningsih et al., 2023). Beberapa produk yang dihasilkan antara lain adalah obi belt, tas, kemeja dengan motif Gunung Lawu, outer dengan motif historis desa Girilayu, dan taplak meja dengan motif geometris modern yang disederhanakan.



Gambar 11. Outer Batik hasil dari pengembangan Motif Batik Desa Girilayu

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024



Gambar 12. Obi Belt Batik hasil dari pengembangan Motif Batik Desa Girilayu

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024



Gambar 13. Tas dan Obi Belt Batik

hasil dari pengembangan Motif Batik Desa Girilayu

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024

Setelah prototipe selesai, langkah berikutnya adalah melakukan uji pasar untuk mengukur respons konsumen terhadap produk-produk yang dihasilkan. Uji pasar ini dilakukan di beberapa lokasi strategis di sekitar Kabupaten Karanganyar, termasuk pasar-pasar lokal, butik-butik batik, dan pameran-pameran produk kerajinan yang diadakan secara berkala. Dalam uji pasar ini, produk-produk Batik Girilayu dengan motif baru dipamerkan dan dijual kepada konsumen. Proses uji pasar ini tidak hanya bertujuan untuk melihat seberapa besar minat konsumen terhadap produk, tetapi juga untuk mendapatkan

umpan balik langsung mengenai kualitas, desain, dan harga produk (Sari et al., 2021). Konsumen yang berpartisipasi dalam uji pasar ini diminta untuk memberikan pendapat mereka tentang produk, termasuk apa yang mereka sukai dan tidak sukai, serta saran untuk perbaikan.



Gambar 14. Kemeja Batik hasil dari pengembangan Motif Batik Desa Girilayu

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024

Hasil dari uji pasar menunjukkan bahwa produk-produk dengan motif baru mendapat sambutan yang sangat positif dari konsumen. Banyak konsumen yang mengapresiasi inovasi dalam desain motif yang tetap mempertahankan elemen-elemen tradisional namun dengan sentuhan modern. Produk-produk fesyen seperti kemeja dan blus dengan motif baru terbukti sangat populer di kalangan konsumen muda, yang mencari produk-produk dengan sentuhan budaya namun tetap relevan dengan tren mode saat ini. Selain itu, produk dekorasi rumah seperti taplak meja dengan motif baru juga menarik perhatian konsumen yang lebih tua, yang menghargai kualitas dan keunikan motif batik yang ditawarkan. Beberapa konsumen bahkan menyatakan bahwa produk-produk ini memiliki nilai artistik yang tinggi dan layak untuk dijadikan sebagai koleksi atau hadiah.

Sebagai bagian dari strategi uji pasar, penelitian ini juga mengeksplorasi penggunaan Platform digital untuk memperluas jangkauan pasar Batik Girilayu. Katalog produk digital dan video *company profile* yang telah dibuat digunakan sebagai alat pemasaran untuk menjangkau konsumen di luar pasar lokal. Melalui media sosial dan situs web, produk-produk Batik Girilayu dipromosikan kepada audiens yang lebih luas,

termasuk konsumen dari luar Jawa Tengah dan bahkan dari luar negeri. Hasil dari pemasaran digital ini juga menunjukkan hasil yang menjanjikan. Dalam beberapa minggu setelah peluncuran katalog dan video profil, terdapat peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengunjung ke situs web dan akun media sosial Batik Girilayu. Beberapa pesanan produk bahkan datang dari konsumen di luar negeri, menunjukkan bahwa Batik Girilayu memiliki potensi untuk bersaing di pasar internasional (Suherlan et al., 2023).

C. Pelatihan dan Peningkatan Keterampilan Perajin

Pelatihan dan peningkatan keterampilan perajin batik merupakan salah satu komponen utama dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa inovasi motif Batik Girilayu tidak hanya dapat dikembangkan di atas kertas, tetapi juga dapat diterapkan secara efektif oleh perajin setempat (Wiyono, 2020). Pelatihan ini dirancang secara komprehensif, mencakup berbagai aspek mulai dari teknik pembuatan batik, aplikasi motif baru, hingga strategi untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk (Nafiah et al., 2023).

Tahap pertama dalam program pelatihan adalah persiapan dan identifikasi kebutuhan. Sebelum pelatihan dimulai, dilakukan survei dan wawancara dengan perajin batik di Desa Girilayu untuk memahami tingkat keterampilan mereka saat ini, serta tantangan dan kendala yang mereka hadapi dalam proses produksi batik. Survei ini mengungkapkan bahwa sebagian besar perajin memiliki keterampilan dasar dalam pembuatan batik, namun menghadapi kesulitan dalam menerapkan motif yang lebih kompleks atau inovatif. Selain itu, mereka juga membutuhkan pengetahuan tambahan tentang teknik pewarnaan yang lebih ramah lingkungan dan cara meningkatkan efisiensi produksi.

Berdasarkan hasil survei ini, program pelatihan dirancang untuk mengatasi kebutuhan spesifik para perajin. Materi pelatihan mencakup pengenalan teknik-teknik baru dalam pembuatan batik, termasuk penggunaan alat-alat modern dan bahan pewarna sintetis, serta strategi untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk di pasar. Pelatihan dilakukan dalam beberapa sesi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan ketersediaan waktu para perajin. Setiap sesi pelatihan diawali dengan penyampaian materi oleh instruktur yang merupakan ahli batik dan desainer yang telah berpengalaman dalam pengembangan motif dan produk batik. Materi yang disampaikan meliputi teknik dasar pembuatan batik, pengenalan motif-motif baru yang telah dikembangkan dalam

pengabdian masyarakat ini, serta cara mengaplikasikan motif-motif tersebut pada berbagai jenis kain.

Setelah penyampaian materi, perajin diberikan kesempatan untuk langsung mempraktikkan apa yang telah mereka pelajari. Dalam sesi praktik ini, perajin dibimbing oleh instruktur untuk memastikan bahwa setiap langkah dalam proses pembuatan batik, mulai dari menggambar motif hingga pewarnaan dan fiksasi, dilakukan dengan benar dan sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan. Sesi praktik ini juga memberikan ruang bagi perajin untuk bereksperimen dengan motif-motif baru dan mengembangkan kreativitas mereka sendiri dalam menerapkan motif tersebut pada produk yang berbeda. Selain teknik pembuatan batik, pelatihan juga mencakup pengenalan terhadap teknologi baru yang dapat membantu perajin meningkatkan efisiensi produksi. Misalnya, perajin diperkenalkan dengan penggunaan alat-alat modern seperti canting listrik yang dapat mempercepat proses pembuatan batik tanpa mengurangi kualitas hasil akhir. Teknologi pewarnaan alami juga diperkenalkan sebagai alternatif yang lebih ramah lingkungan dan dapat menambah nilai jual produk.

Hasil dari pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan dan pengetahuan perajin. Setelah mengikuti pelatihan, perajin mampu menerapkan motif-motif baru dengan lebih percaya diri dan menghasilkan produk batik yang lebih beragam dan berkualitas tinggi. Beberapa perajin bahkan melaporkan bahwa mereka mampu meningkatkan produktivitas mereka setelah mempelajari teknik-teknik baru yang lebih efisien. Selain peningkatan keterampilan teknis, pelatihan ini juga memberikan dampak positif terhadap semangat dan motivasi perajin. Banyak perajin yang merasa lebih termotivasi untuk terus belajar dan mengembangkan kreativitas mereka setelah melihat hasil nyata dari pelatihan. Mereka juga lebih bersemangat untuk mengadopsi inovasi dan mencoba teknik-teknik baru yang sebelumnya mungkin dianggap sulit atau rumit.

Peningkatan keterampilan ini tidak hanya berdampak pada kualitas produk batik yang dihasilkan, tetapi juga pada pendapatan perajin. Dengan kemampuan untuk memproduksi motif-motif baru yang lebih diminati pasar, perajin dapat menjual produk mereka dengan harga yang lebih tinggi, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan mereka. Beberapa perajin bahkan mulai menerima pesanan khusus untuk produk-produk dengan motif baru, yang menunjukkan bahwa inovasi ini diterima dengan baik oleh konsumen.

Salah satu aspek penting dari program pelatihan ini adalah upaya untuk melibatkan generasi muda dalam pelestarian dan pengembangan Batik Girilayu. Generasi muda di Desa Girilayu diundang untuk berpartisipasi dalam pelatihan, dengan harapan bahwa mereka akan tertarik dan terlibat dalam industri batik yang menjadi bagian penting dari budaya dan ekonomi lokal. Pelatihan bagi generasi muda ini mencakup pengenalan dasar tentang batik dan filosofi di balik motif-motif tradisional Batik Girilayu, serta teknik-teknik modern yang dapat digunakan untuk mengembangkan motif baru. Beberapa peserta muda menunjukkan minat yang tinggi dan bahkan mulai mengembangkan motif-motif mereka sendiri dengan bantuan instruktur. Keterlibatan generasi muda ini sangat penting untuk keberlanjutan industri batik di Desa Girilayu (Ningrum et al., 2023). Dengan melibatkan mereka dalam proses produksi dan inovasi, diharapkan Batik Girilayu tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang seiring dengan perubahan zaman. Generasi muda ini diharapkan dapat membawa perspektif baru dan ide-ide segar yang dapat memperkaya dan memperluas jangkauan Batik Girilayu di masa depan.

C. Promosi dan Pemasaran

Pembuatan katalog produk dan video *company profile* yang dilakukan sebagai bagian dari strategi pemasaran juga terbukti efektif. Katalog ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi tetapi juga sebagai media edukasi yang memperkenalkan sejarah dan filosofi Batik Girilayu kepada konsumen. Katalog ini disusun dengan menampilkan gambar-gambar berkualitas tinggi dari berbagai produk yang dihasilkan, termasuk pakaian, aksesoris, dan produk dekorasi rumah.



Gambar 15. Desain Sampul Katalog

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024

Setiap halaman katalog menampilkan deskripsi detail tentang produk, termasuk informasi tentang motif yang digunakan, bahan yang dipakai, dan teknik pembuatan batik. Deskripsi ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam kepada konsumen mengenai nilai budaya dan artistik dari setiap produk. Katalog ini juga mencakup kisah-kisah inspiratif dari perajin batik, yang menceritakan proses kreatif mereka dalam mengembangkan motif baru dan tantangan yang mereka hadapi. Selain versi cetak, katalog produk ini juga dibuat dalam format digital yang dapat diakses melalui situs web dan media sosial. Versi digital ini dirancang untuk menjangkau konsumen di luar wilayah lokal, memungkinkan mereka untuk melihat dan memesan produk secara online. Penggunaan katalog digital ini terbukti efektif dalam menarik perhatian konsumen yang lebih muda dan lebih akrab dengan teknologi.



Gambar 16. Proses Pembuatan Video *Company Profile*

Sumber: Dokumentasi Tim Riset Grup KKN Kelompok 73 UNS, 2024

Video *company profile* yang menampilkan proses pembuatan batik, dari awal hingga produk jadi, juga mendapatkan sambutan positif di media sosial. Video ini dirancang untuk memberikan gambaran visual yang menarik tentang proses pembuatan batik, mulai dari tahap desain motif, aplikasi malam, pewarnaan, hingga produk jadi. Video ini juga menampilkan wawancara dengan para perajin dan desainer yang terlibat, memberikan wawasan tentang dedikasi dan keahlian yang diperlukan untuk menciptakan batik berkualitas tinggi.

Video ini tidak hanya menyoroti keindahan produk Batik Girilayu tetapi juga menekankan nilai-nilai budaya yang melekat pada setiap motif. Dengan menampilkan latar belakang desa Girilayu dan kehidupan sehari-hari para perajin, video ini bertujuan untuk membangun hubungan emosional dengan penonton, sehingga mereka dapat menghargai nilai budaya dan sejarah di balik setiap produk. Video *company profile* ini

dipromosikan melalui berbagai platform digital, termasuk YouTube dan Instagram. Hal ini memungkinkan video untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam, termasuk konsumen internasional yang tertarik pada produk-produk etnik dan budaya. Video ini juga digunakan dalam pameran dan acara promosi, baik di dalam negeri maupun luar negeri, untuk memberikan presentasi yang lebih menarik dan informatif kepada calon pembeli.

4. KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat ini berhasil mengembangkan motif baru untuk Batik Girilayu yang menggabungkan elemen tradisional dan modern, meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk. Hasil uji pasar menunjukkan penerimaan positif dari konsumen, baik di pasar lokal maupun melalui platform digital. Pelatihan yang diberikan kepada perajin batik juga berhasil meningkatkan keterampilan mereka, memungkinkan penerapan motif baru dengan kualitas tinggi, serta melibatkan generasi muda dalam pelestarian tradisi batik. Strategi pemasaran yang diterapkan, termasuk penggunaan katalog digital dan video *company profile*, efektif dalam memperluas jangkauan pasar Batik Girilayu. Meskipun demikian, masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk mengatasi tantangan dalam adaptasi teknologi dan penetrasi pasar internasional. Secara keseluruhan, inovasi motif dan diversifikasi produk ini penting untuk menjaga relevansi dan daya saing Batik Girilayu di pasar yang semakin kompetitif.

5. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan KKN dan segenap Paguyuban Batik Giriarum yang telah membimbing dan memberikan kesempatan bekerja sama selama proses pengembangan motif batik ini berlangsung. Kami juga berterima kasih kepada para perajin batik di Desa Girilayu yang dengan antusias mengikuti pelatihan dan berpartisipasi dalam penerapan motif baru pada produk fesyen dan dekorasi rumah. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak akademisi, terutama kepada pembimbing dan dosen yang telah memberikan arahan dan saran berharga dalam penyusunan artikel ini. Tak lupa, kami menghargai dukungan dari pihak keluarga dan teman-teman yang terus memberikan semangat selama penelitian berlangsung. Kami berharap hasil penelitian ini dapat

memberikan manfaat bagi pengembangan Batik Girilayu serta mendukung pelestarian budaya Indonesia.

6. DAFTAR REFERENSI

- Dewi, E. K., & Sari, O. D. K. (2023). Implementasi Motif Batik Girilayu Karanganyar pada Teknik Laminasi Tempurung / Batok Kelapa (*Cocos nucifera* Linn.). Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik.
- Dyah P., E. W. S., Hidajat, R., & Widyawati, I. (2021). Pengembangan potensi perempuan melalui pemasaran batik di Desa Pulungdowo Kabupaten Malang Jawa Timur. *Jurnal Graha Pengabdian*, 3(3), 277. <https://doi.org/10.17977/um078v3i32021p277-287>
- Dykha, M., Ustik, T., Krasovska, O., Pilevych, D., Shatska, Z., & Iankovets, T. (2021). Marketing Tools for the Development and Enhance the Efficiency of E-Commerce in the Context of Digitalization. *Studies of Applied Economics*, 39(5). <https://doi.org/10.25115/eea.v39i5.5234>
- Fada, H. L. A. N., Ghufronudin, G., & Purwanta, D. (2023). Peran Jaringan Sosial Pemerintah Desa dalam Upaya Mewujudkan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (Studi Kasus di Desa Wisata Batik Girilayu, Kabupaten Karanganyar). *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 7(2).
- Kurniawati, D. W., Sugiarto, E., Wicaksono, H., & Imawati, R. A. (2024). Diversifikasi motif batik fashionable kontemporer bertema budaya pesisir semarang melalui aplikasi d-batik sebagai upaya peningkatan ekonomi industri kreatif pada kelompok batik citarum Kota Semarang. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 13(2).
- Nafiah, A., Kusumawardani, H., Aini, N., & Irianti, A. H. S. (2023). Pelatihan keterampilan menjahit diversifikasi produk batik pada kelompok batik karisma agung Desa Sumberagung Malang. Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Ningrum, E. S. A., Musadad, A. A., & Isawati, I. (2023). Perkembangan batik girilayu dan pengaruhnya terhadap masyarakat di Desa Girilayu, Matesih, Karanganyar (1975-2013). *Candi: Jurnal Pendidikan Dan Penelitian Sejarah*, 22(1).
- Nugraha, A. C., & Suranto, S. P. (2022). Pengelolaan Paguyuban Pengrajin Batik Di Kampung Batik Girilayu Matesih Kabupaten Karanganyar [Doctoral dissertation]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nurchayati, D., Sachari, A., Destiarmand, A. H., & Sunarya, Y. Y. (2021). Regenerasi Batik dalam Inovasi Desain Berbasis Kearifan Lokal Kontemplatif di Girilayu. *Dinamika Kerajinan Dan Batik*, 38(2).
- Palupi, M., Meinita, M. D. N., Fitriadi, R., Wijaya, R., Dadiono, M. S., & Pratama, P. Y. (2022). Penerapan Teknologi Pewarnaan Batik dalam Upaya Peningkatan Produksi dan Diversifikasi Produk Batik Banyumas. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1). <https://doi.org/10.30651/aks.v7i1.9992>

- Pratiwi, A., Riani, A. L., Harisudin, M., & Rum HP, S. (2020). The development of market oriented batik products based on customer buying intention (industrial center of batik sragen Indonesia). *International Journal Of Management (Ijm)*, 11(3), 373–389.
- Prihatiningsih, P., Soebroto, N. W., & Kusmargiani, I. S. (2023). Pengembangan motif batik dan diversifikasi produk kain batik pada UMKM asal batik di Kelurahan Meteseh Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Keuangan Perbankan Dan Akuntansi (JAMASKU)*, 2(1).
- Purnamasari, N. P. L., Arta, I. K. J., Sukanadi, I. M., Arsana, I. M., & Elvandiah, E. (2023). Pengembangan industri kreatif batik mawar di Desa Kedewatan Ubud. *Sewagati*, 1(2), 102–112. <https://doi.org/10.59819/sewagati.v1i2.3587>
- Rahayu, E., & Affanti, T. B. (2022). Perancangan corak motif ba