



**Journal of Human And Education**  
Volume 4, No. 5, Tahun 2024, pp 1007-1014  
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876  
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

## **PKM Pendampingan dan Penyuluhan Digital Marketing dan Pembuatan Laporan Keuangan Pada Rumah Batik Riski Danang di Kabupaten Tebo**

**Kelik Purwanto<sup>1\*</sup>, Nofriadi<sup>2</sup>, Dini Elida Putri<sup>3</sup>, Arina Maiza Putri<sup>4</sup>,  
Tesi Novera<sup>5</sup>, Muhammad Nur Rohman<sup>6</sup>**

Program studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Ekonomi Bisini,  
Universitas Dharmas Indonesia  
Email: Klkpurwanto@gmail.com<sup>1\*</sup>

### **Abstrak**

Permasalahan yang terjadi pada mitra yaitu dua hal sebagai urgensi pengabdian kepada masyarakat, yakni ada dibidang pemasaran dan bidang manajemen. Pertama persoalan pada bidang pemasaran berupa pemanfaatan media sosial dalam promosi penjualan kurang optimal, promosi hanya dilakukan pada pameran kegiatan tertentu seperti, HUT kabupaten tebo, pameran yang dilakukan oleh deskranasda (Dewan kerajinan nasional daerah). Media sosial promosi batik riski danang tersedia seperti Facebook, instragram, tiktok dan lainnya tapi tidak dikelola dengan baik dan kurang informasi promosi batik riski danang sehingga menjadi pengahambat dan informasi kepada konsumen yang kurang luas, padahal batik riski danang adalah batik satu-satunya yang ada dikabupaten tebo. Kemudian permasalahan mitra kedua adalah laporan pembukuan keuangan penjualan yang belum teradministarasi dengan baik keuangan yang ada di rumah batik riski danang masih menggunakan pembukuan secara manual, sehingga dalam pembukuan tidak kelihatan antara harta, kewajiban, modal, laba, dan penjualan yang didapat dalam priode tertentu, yang ada hanya buku laporan keuangan dalam bentuk uang masuk dan uang keluar, pembuatan laporan keuangan dilakukan oleh ownernya sendiri karena keterbatasan pengetahuan yang kurang memahami dalam membuat laporan keuangan dan juga owner riski danang kurang memahami perhitungan produksi batiknya dan Kekurangan sumber daya manusia (SDM) pada tenaga kerja, pencatatanya hanya menggunakan kwitansi biasa serta belum tercatat menggunakan buku kas atau *Microscop exel*. Setelah dilakukan pelatihan maka promosi dan laporan pembukuan keuangan sudah dilakukan dengan baik dan media promosi sudah dikelola dengan baik.

**Kata Kunci:** Digital, marketing, laporan, keuangan, batik.

### **Abstract**

The problems that occur in partners are two things as the urgency of community service, namely in the marketing and management fields. First, the problem in the marketing field in the form of the use of social media in sales promotions is less than optimal, promotions are only carried out at certain activity exhibitions such as the Tebo Regency Anniversary, exhibitions held by Deskranasda (Regional National Craft Council). Social media for promoting Riski Danang batik is available such as Facebook, Instagram, TikTok and others but are not managed properly and lack information on the promotion of Riski Danang batik so that it becomes an obstacle and information to consumers is not broad enough, even though Riski Danang batik is the only batik in Tebo Regency. Then the second partner's problem is the financial bookkeeping report of sales that has not been properly administered, the finances at Rumah Batik Riski Danang still use manual bookkeeping, so that in the bookkeeping it is not visible

Copyright author Kelik Purwanto· Nofriadi· Dini Elida Putri, Arina Maiza Putri·  
Tesi Novera, Muhammad Nur Rohman

between assets, liabilities, capital, profits, and sales obtained in a certain period, there is only a financial report book in the form of incoming and outgoing money, the preparation of financial reports is carried out by the owner himself due to limited knowledge that does not understand how to make financial reports and also the owner of Riski Danang does not understand the calculation of his batik production and the lack of human resources (HR) in the workforce, the recording only uses regular receipts and has not been recorded using a cash book or Microsoft Excel. After the training, the promotion and financial bookkeeping reports have been carried out properly and the promotional media have been managed well.

**Keywords:** Digital, marketing, report, finance, batik.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin cepat membuat masyarakat sebagai pengguna teknologi sangat dimanjakan dengan kemudahan serta fasilitas yang diberikan sehingga apapun bisa dilakukan disana termasuk dalam melakukan transaksi pembelian, promosi dll. Penting bagi pelaku industri untuk memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan orang ingin membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap siklus hidup pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian serta konsep diri. Keputusan pembelian pada batik, sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia memiliki peran yang signifikan dalam identitas nasional serta ekonomi kreatif. Pemahaman yang mendalam tentang interaksi kompleks antara brand image, persepsi harga, dan strategi promosi berbasis kearifan local menjadi esensial dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk industri batik serta memperkenalkan warisan budaya sebagai identitas nasional bangsa Indonesia. Kearifan local berasal dari nilai-nilai adat istiadat, nilai-nilai keagamaan dan budaya local yang secara alami terbentuk dalam suatu kelompok masyarakat untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitar. Agar batik tetap terjual dan usahanya berjalan sampai saat ini maka rumah batik riski danang harus memperhatikan cara marketingnya dimana inti marketing adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social.



Gambar.1 Batik khas tebo

kondisi mitra saat ini memiliki potensi yang sangat mendukung dimana batik riski danang hanya satu-satunya yang memproduksi batik yang ada dikabupaten tebo dengan motif kas tebo sampai saat ini masih aktif memproduksi. Rumah batik riski danang memulai kegiatan pembuatan batik secara mandiri dengan hanya mengikuti kegiatan – kegiatan tertentu seperti pameran budaya local, ulang tahun kabupaten tebo, dll sebagai tempat pemasaran produk batik tersebut. Semakin berkembang usaha rumah batik riski danang membuat suatu kelompok dan mengajak saudara serta tetangga sekitar untuk ikut membangun rumah batik riski danang dengan desain model batik yang mengangkat tentang sejarah tebo dengan segala keunikan yang ada di tebo.

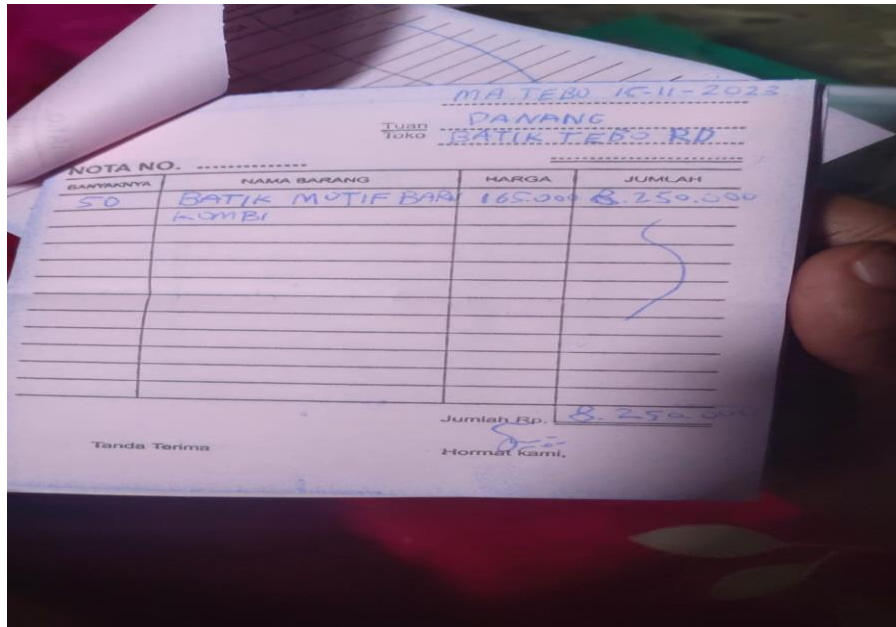
Kabupaten tebo merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi jambi, dengan berbatasan langsung Provinsi sumatera Barat yang dilewati oleh jalur lintas sumatera langsung menghubungkan ke kota jambi serta ke Provinsi sumatera selatan sehingga posisi kabupaten tebo sangat strategis. Awal berdirinya rumah batik riski danang pada tahun 2012 dikecamatan rimbo bujang dan sekarang pindah ke kabupaten tebo pada tahun 2018 tepatnya jln. H. mansyur desa baru Rt/Rw 004/005 kelurahan muara tebo, kecamatan tebo tengah, provinsi jambi, dengan no izin usaha 022020283417. Rumah batik riski danang memulai kegiatan batik dengan memproduksi batik sendiri yaitu batik tulis, cap, printing, dengan ciri khas batik tugu kipas, motif tango rajo, motif simpang tugu, rumah adat, dan lain-lain.

Permasalahan yang ada Media sosial kurang di manfaatkan secara optimal dalam mempromosikan

Copyright author Kelik Purwanto·Nofriadi·Dini Elida Putri, Arina Maiza Putri

Tesi Novera, Muhammad Nur Rohman

produk, Media sosial rumah batik riski danang tersedia seperti, Facebook, instrgram, WA yang kurang selalu update. Laporan pembukuan keuangan penjualan belum teradministrasi dengan baik serta kekurangan SDM. Maka solusi yang akan diberikan berupa Mengoptimalkan pemanfaatan media sosial yang ada saat ini pada rumah batik riski danang dengan membentuk admin akun media sosial untuk mengelola promosi produk dan hubungan pelanggan secara optimal, Memberikan pelatihan pembuatan pembukuan laporan keuangan penjualan



Gambar.2. kwintasi pembelian batik

Dari gambar 2 diatas pencatatan pembukuan batik riski danang hanya menggunakan cara manual sehingga tidak teradministrasi dengan rapi setiap yang akan melakukan pembelian batik langsung di tulis pada nota seperti diatas tidak melalui pembukuan yang tertulis dengan rapi.

Tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah membantu mitra dalam menyelesaikan masalah manajemen pemasaran pada rumah batik riski danang agar tercapai target penjualan, laporan pembukuan keuangan penjualan belum teradministrasi dan tersusun dengan rapi serta peningkatan kualitas sumber daya manusia untuk meningkatkan kesejahteraan mitra khusus pemilik rumah batik riski danang dan karyawan.

## METODE

### a. Tahapan langkah dalam melaksanakan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini tentu juga melibatkan partisipasi mitra dalam penerapannya, dengan melihat permasalahan mitra

Pertama pada bidang pemasaran berupa media sosial kurang dimanfaatkan secara optimal dalam mempromosikan produk. Tahapan solusi yang sesuai persoalannya adalah pada bidang pemasaran berupa mengoptimalkan pemanfaatan media sosial yang ada untuk mengelola promosi produk dan hubungan pelanggan secara optimal kembali.

Metode yang dilakukan berupa sosialisasi kepada mitra tentang pentingnya media digital saluran promosi yang lebih luas jangkauannya. Kemudian diberikan pelatihan penggunaan media sosial pada rumah batik riski danang sehingga adanya tim media sosial dalam promosi di media sosial, mengaktifkan kembali media sosial yang selama ini kurang digunakan oleh rumah batik riski danang.

Kedua pada bidang manajemen yaitu laporan pembukuan keuangan penjualan belum teradministrasi dengan baik.

Metode yang diberikan melakukan sosialisiasasi tentang pembuatan laporan pembukuan keuangan agar jelas dan terinci arus khas masuk, khas keluar, modal dan kewajiban.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan pendampingan kepada mitra secara bertahap mengenai pendampingan promosi melalui media sosial dan pelatihan pembukuan keuangan, maka terdapat beberapa hasil dan pembahasan dari pengabdian kepada masyarakat ini.

Pertama pada bidang pemasaran mitra sudah mulai mengaktifkan kembali kegiatan promosi pada media sosial seperti facebook, instagram dengan menampilkan produk-produk batik yang dibuat serta kegiatan pameran-pameran batik mulai diikuti keluar dari wilayah kabupaten tebo. Berikut terlihat pada media facebook batik riski danang tebo gambar sebelum dan sesudah diberikan pendampingan.



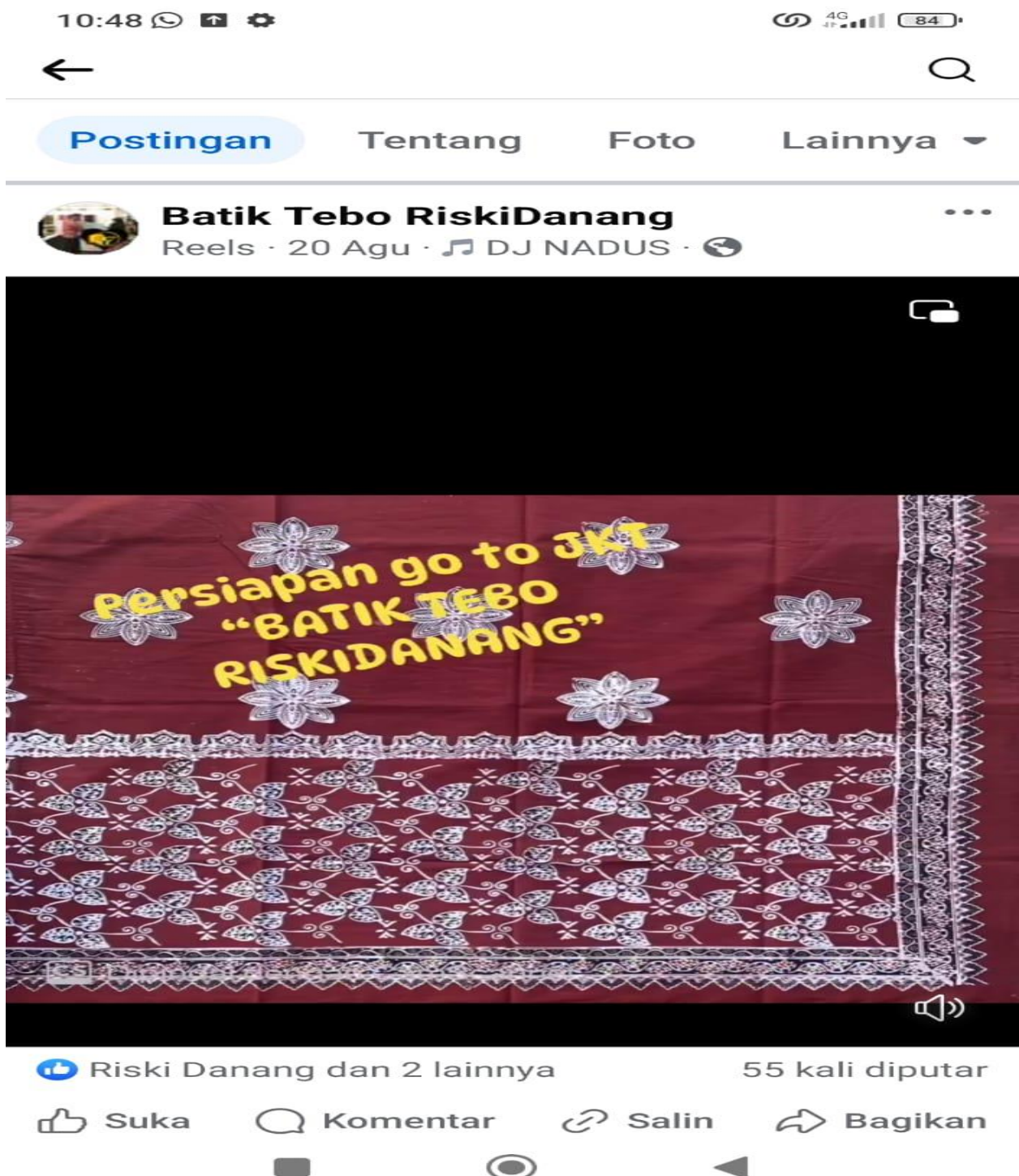
Gambar 3. Postingan Batik Tebo Riski Danang sebelum pendampingan

Gambar diatas merupakan promosi batik tebo riski danang dilakukan pada 29 september 2023 pada postingan media facebook sebelum diberikan pendampingan oleh tim pengabdian masyarakat PKM Undhari. Machfoedz, 2007 mengemukakan promosi merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan/ pemasaran untuk mempengaruhi pihak lain agar turut berpartisipasi dalam perubahan yang mereka lakukan. Salah satu masalah yang mungkin dihadapi adalah kurangnya pemahaman atau pengetahuan masyarakat luas tentang batik khas Tebo yang diproduksi oleh Batik Riski Danang. Hal ini dapat menjadi hambatan dalam memperluas pangsa pasar, terutama di luar wilayah lokal. Selain itu, karena Batik Riski Danang adalah satu-satunya yang aktif memproduksi, mereka mungkin menghadapi tekanan untuk memenuhi permintaan yang semakin meningkat, yang bisa memengaruhi kualitas produk mereka atau menyebabkan keterlambatan dalam pengiriman. Hal ini dapat merusak reputasi brand jika tidak diatasi dengan baik.



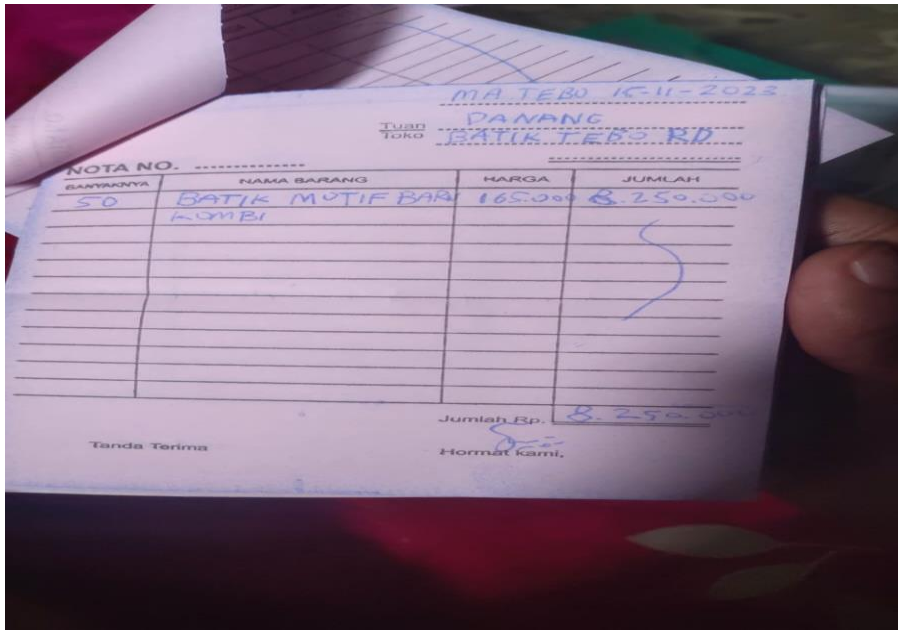
Gambar 4. Pelatihan digital marketing dan pembuatan pelaporan pembukuan

Pada tahap selanjutnya mitra diberikan pelatihan digital marketing dan pembuatan laporan keuangan, dimana pelatihan ini diberikan kepada mitra oleh dosen-dosen prodi manajemen sesuai dengan bidang masing-masing. Materi pada bidang pemasaran yang diberikan berupa pemahaman pentingnya media sosial sebagai sarana promosi dan bagaimana strategi pemasaran agar dapat memperluas pangsa pasar.



Gambar 5. Postingan Batik Tebo Riski Danang setelah pendampingan

Gambar diatas merupakan postingan facebook batik tebo riski danang pada bulan agustus 2024 setelah diberikan pendampingan media sosial mulai diaktifkan kembali oleh mitra dimana mitra sebelumnya promosi kurang aktif dan hanya pada saat kegiatan pameran yang dilakukan oleh dekranasda kabupaten tebo, HUT Tebo saja. Setelah dilakukan pendampingan media sosial sebagai sarana promosi kegiatan promosi pada batik riski danang mulai berani untuk mengikuti kegiatan pameran exspo diluar kabupaten tebo sampai ke jakarta. Kedua pada bidang manajemen yaitu pelatihan laporan pembukuan keuangan pada batik riski danang dengan tujuan agar laporan pembukuan keuangan teradministrasi dengan baik dan rapi.



Gambar 6. Kwintasi pembelian batik riski danang.

Terkait laporan pembukuan keuangan sebelum dilakukan pendampingan pada batik riski danang masih belum tersusun rapi, seperti terlihat pada gambar diatas bahwa proses pencatatan pembelian dilakukan langsung pada kwintasi pembelian sehingga yang mencatatkan berapa jumlah pembelian dan berapa total harga, membuat tidak kelihatan antara harta, modal, laba dan penjualan.

Pembukuan Penjualan Harian Batik Riski Danang								
No	Tanggal	Barang	Kode Barang	Jumlah	Harga Jual	Pembayaran	HPP	Keuntungan
1	01-Aug-24	kain batik tulis	BT89789	20	210.000	4.200.000	3.000.000	1.200.000
2	02-Aug-24	kain batik cap	BC89098	24	180.000	4.320.000	2.880.000	1.440.000
3	03-Aug-24	Seragam Batik	SB78912	30	200.000	6.000.000	4.200.000	1.800.000
4	04-Aug-24	kain batik printing	BP56132	29	170.000	4.930.000	3.190.000	1.740.000
5	05-Aug-24	seragam batik	SB78912	27	200.000	5.400.000	3.780.000	1.620.000
6	06-Aug-24	kain batik tulis	BT89789	32	210.000	6.720.000	4.480.000	2.240.000
7	07-Aug-24	kain batik printing	BP56132	28	170.000	4.760.000	3.920.000	840.000
8	08-Aug-24	kain batik tulis	BT89789	30	210.000	6.300.000	4.200.000	2.100.000
9	09-Aug-24	kain batik cap	BC89098	31	180.000	5.580.000	4.340.000	1.240.000
10	10-Aug-24	kain batik tulis	BT89789	29	210.000	6.090.000	4.060.000	2.030.000
	Total					54.300.000	38.050.000	16.250.000

Gambar 7. Catatan penjualan melalui komputer dan excel

Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan kepada mitra pada aspek manajemen tentang pengadministrasian laporan pembukuan penjualan maka mitra mulai berbenah pada pencatatan penjualan sehingga terlihat sangat teradministrasi dan rapi, dimana mitra sudah mampu membuat laporan keuangan secara otomatis menggunakan *micrscof Exel*, dengan rincian per item bagian-bagian yang sudah jelas hal ini tentu sangat memudahkan mitra untuk melakukan pengontrolan dan evaluasi penjualan pada batik riski danang.

## SIMPULAN

Dari pelatihan dan penyuluhan digital marketing dan pembuatan laporan pembukuan keuangan penjualan maka disimpulkan bahwa mitra sudah mulai mengaktifkan kembali media sosial batik riski danang seperti facebook, instagram, WA, tiktok sebagai media sarana promosi

ke arah yang lebih efektif dan luas lagi. Serta mitra juga melakukan pengadministrasian pencatatan penjualan dengan rapi dan baik menggunakan Microsoft Excel, serta buku kas penjualan tidak lagi melalui catatan manual dalam bentuk kwintasi pembelian.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi; Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi; Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) yang telah mendanai Program Pengabdian Masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada segenap pimpinan dan anggota pengabdian kepada masyarakat serta ketua lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat universitas Dharmas Indonesia dan seluruh civitas academica Universitas Dharmas Indonesia, terutama mitra rumah batik riski danang yang telah mendukung total kegiatan pengabdian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arinsitia. pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian dirumah batik andalan kabupaten palalawan. Mhs stiesa. stiesa. 2021;
- Asep Suryana. Komukasi Pemasaran. Banten: Universitas Terbuka; 2017
- Hertati D. Manajemen sumber daya manusia. Jakarta; 2020. 36–48 p
- koltler. manajemen pemasaran 1. Jakarta; 12AD.
- Kusumodewi, G. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Mirota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3), 1–13.
- Rahmadani, R., & Ananda, F. (2018). Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 4–14.
- Yulianti F dkk. No Title manajemen pemasaran. Banjarmasin: CV Budi Utama; 2019.