

PPPUD INDUSTRI BATIK PODHEK DI KABUPATEN PAMEKASAN PROVINSI JAWA TIMUR

Muhammad Baidawi, Yayuk Ngesti Rahayu, Dwi Ekasari Harmadji

Abstrak : Tujuan Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) pada tahun ke tiga ini untuk meningkatkan pemasaran batik Podhek Pamekasan. Pemasaran batik podhek masih terfokus pada pemasaran secara *offline*. Dalam pemasaran pengrajin bersaing secara kurang sehat. Pengrajin belum menyadari pentingnya HKI. Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode pendampingan. Hasil pelaksanaan PPPUD sebagai berikut, membentuk rintisan sentra kampung batik podhek, pengoptimalan program kerja dari kelompok usaha bersama, perbaikan pengemasan, pameran batik, pemasaran batik secara *offline* dan *online*, mengikutsertakan pengrajin dalam sosialisasi pentingnya suatu paten, mematenkan produk batik podhek, publikasi di seminar nasional, publikasi ilmiah di media massa, penguatan pengrajin dalam hal desain motif batik, kerjasama dengan pengusaha batik Australia, dan pendampingan pada saat kunjungan ibu bupati dan tamu. Pengrajin batik podhek sudah tidak mengalami masalah dalam hal produksi dan desain motif batik podhek. Pengrajin perlu dukungan dari semua pihak baik dari para pengrajin sendiri, pengusaha dan pemerintah daerah dalam hal pemasaran. Mereka harus terus berinovasi. Pengrajin batik perlu didedukasi mengenai pentingnya kerjasama antar pengrajin antar pengusaha dan pemerintah dalam pemasaran batik podhek agar harga batik bisa stabil sehingga pasar juga bisa stabil. Dalam hal pemasaran dan pengiriman barang ke luar negeri perlu difasilitasi atau dipermudah sehingga ekspor batik bisa ditingkatkan secara maksimal.

Kata kunci : batik madura, batik pamekasan, batik podhek, batik tulis madura.

Abstract: *The aim of the Regional Superior Product Development Program(PPPUD) in the third year is to improve the marketing of the Podhek Pamekasan batik. Marketing of Podhek batik is still focused on offline marketing. In marketing craftsmen compete unhealthily. Craftsmen have not yet realized the importance of IPR. The method of implementing community service uses the mentoring method. The results of the PPPUD implementation, as follows, form the pilot of the podhek batik center, optimize work programs from joint business groups, improve packaging, exhibit batik, offline and online batik marketing, include craftsmen in the dissemination of the importance of patents, patent the podhek batik products, publish at seminars national, scientific publications in the mass media, strengthening of craftsmen in terms of batik motif design, cooperation with Australian batik entrepreneurs, and assistance during the visit of the regent's mother and guests. Podhek batik craftsmen have no problems in the production and design of podhek batik motifs. Craftsmen need support from all parties, both from their own craftsmen, entrepreneurs and local governments in terms of marketing. They must continue to innovate. Batik craftsmen need to be educated about the importance of cooperation between craftsmen between entrepreneurs and the government in marketing batik podhek so that batik prices can be stable so that the market can also be stable. In terms of marketing and shipping goods abroad it needs to be facilitated or facilitated so that batik exports can be maximally increased.*

Keywords: *Madura batik, pamekasan batik, podhek batik, madura batik.*

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 dan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) oleh pemimpin negara-negara ASEAN menjadi peluang tersendiri bagi pengrajin batik Indonesia dalam memasarkan batik secara luas. Pemasaran bisa dilakukan secara *online*

Muhammad Baidawi adalah dosen Pendidikan Matematika Universitas Wisnuwardhana Malang, Yayuk Ngesti Rahayu dan Dwi Ekasari Harmadji adalah dosen Fakultas Ekonomi Universitas Wisnuwardhana Malang. Email:m.baidawi@wisnuwardhana.ac.id,yangesra@yahoo.com,dwi.ekasari.hamadji@gmail.com

maupun *offline*. Dengan pemasaran online jangkauan pemasaran menjadi lebih luas. Pemasaran online dibutuhkan kepercayaan yang tinggi bagi masyarakat dalam transaksi online. Maka dari itu kualitas batik, pelayanan konsumen, kesesuaian harga, ketepatan waktu dalam bertransaksi perlu dilakukan secara konsisten.

Pada tahun pertama program ini sudah melaksanakan program yang difokuskan pada pengembangan aspek sumberdaya manusia dan produksi dengan tujuan meningkatkan keterampilan pengrajin dan produksi baik kualitas dan kuantitas batik podhek (baidawi, 2016). Pada tahun ke dua program ini sudah melaksanakan penataan manajemen produksi, pemasaran, memperkuat kerjasama dengan mitra dalam pemasaran (baidawi, 2017). Pada tahun ke tiga, program ini difokuskan pada perluasan pemasaran baik secara *offline* maupun *online*.

Pada aspek sumberdaya manusia produksi sudah tidak mengalami permasalahan. Hal ini ditunjukkan dengan keterampilan pengrajin batik podhek yang menghasilkan suatu karya batik tulis yang eksotis dengan harga yang lumayan tinggi sekitar dua ratus ribu rupiah samapai jutaan rupiah. Pengrajin pun sudah beregenerasi. Banyak kalangan muda yang menggeluti kerajinan batik podhek. Dalam hal produksi pengrajin sudah bisa melayani dalam jumlah besar. Motif dan desain pun sudah bervariasi.

Permasalahan yang masih dialami pengrajin yaitu masalah pemasaran. Semakin banyaknya penghasil batik khas daerah. Dimana masing-masing daerah di Indonesia mempunyai batik khas daerah masing-masing. Persaingan antar pedagang batik khas daerah yang kurang sehat. Selain itu murahnya batik printing menyebabkan batik tulis tidak laku keras dipasaran. Maka dari itu diperlukan suatu inovasi kreatif dalam pemasaran batik podhek. Alternatifnya dengan bekerjasama dengan pengusaha batik baik didalam maupun di luar negeri. Bekerjasama dengan pemerintah daerah khususnya dinas perindustrian dan perdagangan dalam pemasaran batik podhek. Memasarkan batik melalui offline seperti pameran batik dan penjualan batik di pasar batik. Pemasaran batik juga dilakukan dengan online seperti webstore www.batikpodhek.com, Shopee, Bukalapak, Instragram, Facebook, dan Whatsapp.

HASIL KARYA

Program pengabdian yang akan dilaksanakan pada tahun III ini sebagai berikut, 1) Pembentukan Sentra kampung batik podhek. Program ini bertujuan menjadikan dusun podhek nantinya akan menjadi tujuan pecinta batik dalam menemukan batik berkualitas tinggi. Dari sentra kampung batik ini masyarakat luas bisa belajar membuat batik dengan kualitas tinggi dan belajar mencintai produk budaya asli Indonesia. 2) Pembentukan show room batik pada setiap rumah pengrajin dengan batik khas masing-masing pengrajin dengan batik ciri khas Dusun Podhek. 3) Pengoptimalan program kerja dari kelompok usaha bersama batik podhek dalam produksi, pemasaran, kerjasama dan edukasi batik di masyarakat luas. 4) Perbaikan pengemasan hasil produk batik podhek untuk meningkatkan nilai jual, 5) Pameran di tingkat internasional sebagai bentuk promosi, perluasan pemasaran, edukasi dan pengenalan hasil produk budaya asli Indonesia, 6) pemasaran Offline dan Online dengan memanfaatkan website, facebook, Whatshap, Instagram, Google Plus, dan Telegram. 7) Mematenkan produk batik podhek untuk melindungi karya seni pengrajin batik podhek.

1. Evaluasi pelaksanaan program PPPUD pada tahun sebelumnya.

Pada kegiatan ini tim PPPUD melakukan evaluasi berkaitan dengan program yang sudah dilakukan yang dikaji berdasarkan monev internal, eksternal dan seminar hasil.

Dari evaluasi ini pelaksanaan PPPUD pada tahun sebelumnya sudah terlaksana dengan baik. Pengrajin sudah tidak mengalami masalah dalam hal produksi. Mereka bisa membuat dengan desain motif yang beragam, dari kain mori yang beragam. Mereka juga bisa melayani permintaan batik sesuai dengan pesanan. Pengrajin sudah memahami pentingnya kesehatan dalam memproduksi batik.

Pengrajin sudah memahami manajemen produksi agar efektif dan efisien. Mereka mulai bekerjasama dalam hal pembelian kain, zat pewarna dan malam. Dengan demikian harga lebih murah. Berkaitan dengan kelompok usaha Bersama, belum maksimal dalam pelaksanaan program sehingga perlu diberi penguatan lagi.

Pemasaran batik podhek sudah tersebar di pulau Madura, Jawa, Bali dan Sumatera bahkan ke Thailand dan Australia. Pemasaran ini perlu ditingkatkan lagi karena berdasarkan wawancara dengan para pengrajin akhir-akhir ini mereka mengeluh menurunnya omset penjualan. Hal ini disebabkan hampir setiap kabupaten kota di Indonesia memproduksi batik khas daerahnya masing-masing. Pengrajin memerlukan strategi pemasaran yang tidak biasa untuk meningkatkan omset mereka. Untuk itu diperlukan strategi pemasaran online dan offline yang inovatif. Pengemasan yang menarik dan pematenan produk agar kekhasan batik podhek terjamin.



2. Sosialisasi program PPPUD tahun III

Program PPPUD pada tahun ke tiga ini didasarkan pada program yang sudah dirancang dan hasil evaluasi pada program sebelumnya. Program yang akan dilakukan pada tahun ke tiga ini diantaranya, 1) rintisan pembentukan sentra batik podhek, 2) Pengoptimalan fungsi kelompok usaha bersama batik podhek khususnya dalam pemasaran, 3) perbaikan showroom, 4) Perbaikan kemasan, 5) Pameran dalam rangka memperluas pelanggan, 6) Meningkatkan pemasaran online dan offline, 7) mematenkan produk batik.



3. Pameran batik pada kegiatan seminar nasional sentra KI Unidha bersama Kemenkumham juni

Pameran batik ini bertujuan untuk mengenalkan produk batik podhek bagi kalangan akademisi dan pihak kementerian hukum dan hak asasi manusia. Respon dari kalangan akademisi sangat positif ditunjukkan dengan banyaknya peserta seminar yang membeli

batik podhek. Respon dari kemenkumham juga positif dengan meminta segera diurus Hakinya.



4. Koordinasi tim PPPUD dalam pendampingan penguatan kelompok usaha bersama.

Koordinasi ini dilakukan untuk merumuskan strategi dalam menguatkan kelompok usaha bersama batik podhek dalam hal manajemen organisasi, produksi dan terutama dalam hal pemasaran. Dalam hal pemasaran diperlukan suatu pemasaran baik offline maupun online.

5. Penguatan kelompok usaha batik podhek khususnya dalam hal pemasaran.

Omzet penjualan batik podhek memang fluktuatif, hal ini bisa dirasakan oleh semua pedagang batik. Namun untuk menjaga konsistensi harga omzet penjualan batik perlu adanya strategi pemasaran yang tidak biasa. Pemasaran ini dapat dilakukan dengan offline maupun online. Dari segi offline diperlukan pemasaran harian seperti penjualan di rumah, penjualan mingguan seperti di pasar bulanan seperti pameran. Dari segi online, ini bisa dilakukan harian bisa dari rumah maupun di luar rumah. Pemasaran online ini juga dapat dilakukan dengan membentuk grup reseller baik di WA, Facebook, Instagram, dan website.

Untuk memamerkan batik podhek diperlukan suatu stand yang mudah diakses dan banyak dikunjungi pelanggan. Pasar 17 Agustus Pamekasan merupakan pasar batik di Pamekasan. Dengan demikian batik podhek harus dipamerkan di pasar ini. Pelanggan dari madura maupun dari luar madura membeli batik dipasar ini, baik yang dipakai sendiri maupun yang dijual kembali.



6. Pameran batik dalam memperluas pelanggan

Pameran ini dilakukan dengan tujuan memperluas pelanggan dikalangan menengah keatas. Pameran ini sebagai ajang promosi dan pengenalan batik podhek dikalangan masyarakat menengah keatas. Dari pameran ini mitra mendapatkan pelanggan baru dari kalangan masyarakat menengah keatas. Masyarakat pecinta batik dalam membeli batik tidak menawar seperti kebiasaan orang tawar menawar. Mereka langsung membayar dengan alasan menghargai hasil sebuah karya tangan dari pengrajinnya. Mereka mengetahui dan yakin bahwa proses dan bahannya tidak mudah.

7. Rintisan pembentukan sentra batik podhek

Pada tahapan ini tim PPPUD memberikan arahan kepada kelompok pengrajin untuk membuat sentra batik podhek bekerjasama dengan kepala desa, dinas perindustrian dan pemerintah daerah. Tujuan dibentuknya sentra batik podhek ini untuk menarik minat

masyarakat dalam mengenal dan mencintai batik podhek sehingga omset pengrajin bisa meningkat.



8. Peningkatan pengetahuan pengrajin mengenai pentingnya sebuah paten

Pengrajin perlu tahu pentingnya paten dari hasil karya dan merk usahanya. Maka dari itu tim PPPUD mengikutsertakan mitra dalam dalam kegiatan sosialisasi pentingnya merek bersama Kemenentrian hokum dan hak asasi manusia (Kemenkumham) yang bekerjasama dengan sentra KI Universitas Wisnuwardhana Malang. Dari hasil sosialisasi ini, mitra menyadari bahwa merk, hak cipta dari hasil suatu karya itu penting agar tidakdiklaim pihak lain dan juga bisa menghasilkan suatu royalti. Dengan demikian mereka berminat untuk mematenkan produk hasil karyanya.



9. Seminar nasional pengabdian kepada masyarakat

Seminar ini dilakukan untuk mempublikasikan kemajuan program PPPE pada tahun ketiga. Dengan publikasi ini harapannya masyarakat utamanya pembaca bisa mengenal dan batik podhek dan bisa menerapkan model pendampingannya ditempat lain. Seminar ini kerjasama antara Flipmas Indonesia, PKBL Pertamina dan STIE Malang Kucecwara.



10. Pembuatan webstore batik Podhek

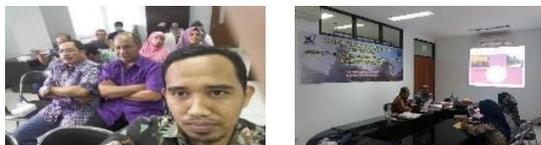
Webstore khusus pemasaran batik podhek belum tersedia. Pengabdi membuat webstore batikpodhek.com dengan tujuan memperluas pemasaran batik podhek baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan adanya webstore ini pelanggan bisa melihat motif batik yang sesuai dengan selera dengan harga yang sudah tertera pada gambar batik. Webstore mengarahkan pelanggan batik pada transaksi dengan memanfaatkan what sapp sehingga respon dari admin lebih cepat. Pengiriman barang pada pelanggan dilakukan melalui kerjasama dengan Pos Indonesia, JNE, JNT, Wahana, dll. System transaksinya pelanggan memilih barang yang diinginkan kemudian pembayaran dilakukan di awal kemudian barang dikirim. Selain webstore batikpodhek.com pemasaran batik online dipasarkan di tokopedia, bukalapak, shopee, facebook, whatsapp, dan Instagram.

11. Publikasi pada media massa info kampus dan Malang Post

Publikasi pada media massa bertujuan untuk mengenalkan dan mempopulerkan batik podhek. Dengan publikasi ini harapannya masyarakat mengenali, mencintai dan ikut melestarikan pengembangan batik podhek.

12. Monev Eksternal di Universitas Brawijaya

Monev eksternal dilaksanakan di Universitas Brawijaya Malang. Monev dilakukan dengan tujuan memonitor dan mengevaluasi program yang sudah dilaksanakan.



13. Penguatan pengrajin dalam desain motif dan pemasaran batik podhek

Pengrajin perlu diberi penguatan untuk selalu berinovasi dalam desain motif dan pemasaran batik podhek. Hal ini dikarenakan pada setiap daerah sudah memiliki batik khas daerah masing-masing. Jika pengrajin tidak berinovasi maka akan tersisih dari pasaran. Dalam pemasaran pun demikian, harus berinovasi dengan memanfaatkan teknologi sehingga pemasaran lebih cepat dan luas.



14. Koordinasi pengembangan pemasaran batik podhek bersama mitra PPPUD Ouner Nilam Sembagi dari Australia di Hotel Tugu Malang

Koordinasi dilakukan dengan tujuan mencari informasi mengenai pasar batik di luar negeri khususnya di Australia. Selain itu berdiskusi mengenai strategi apa yang harus dilakukan untuk bisa tembus di pasar ekspor khususnya Australia. Informasi yang diperoleh dari hasil diskusi yaitu, 1) masyarakat Australia belum sepenuhnya paham antara batik tulis dan batik printing. 2) masyarakat di luar negeri lebih tertarik dengan batik jadi, dengan kata lain sudah dalam bentuk pakaian jadi, 3) mereka lebih suka batik dengan bahan kain yang lentur atau tidak kaku. 4) warna yang disukai warna yang cerah misalnya warna pink. 5) harga batik tulis Indonesia lebih mahal daripada harga batik printing. Strategi pemasaran bisa dilakukakan dengan berkerjasama dengan dinas perdagangan atau kamar dagang Indonesia.



15. Pendampingan kunjungan ibu bupati Pamekasan bersama Turis dari Australia dalam rangka promosi dan edukasi batik podhek

Bentuk dukungan dari bupati Pamekasan terhadap pengembangan batik podhek berupa kunjungan ke pengrajin batik podhek dan pengenalan batik podhek oleh Ibu bupati pada tamu dari Australia. Dengan kunjungan ini masyarakat semakin termotivasi untuk memajukan batik podhek dan batik podhek semakin dikenal di luar negeri, khususnya Australia.



PEMBAHASAN

Pelaksanaan program produk unggulan daerah pada tahun ke 3 ini diawali dengan evaluasi dari program kegiatan pada tahun ke 1 dan ke 2. Permasalahan mendasar dari pengrajin batik podhek yaitu dari segi pemasaran. Untuk memasarkan batik podhek secara luas, tim PPPUD mengikuti pameran batik di kegiatan seminar nasional sentra kekayaan intelektual Unidha dengan Kemenkumham. Dari pameran ini mendapatkan respon positif dari kalangan akademisi dan kemnkumham. Ini dibuktikan banyaknya kalangan akademisi yang berminat membeli batik podhek. Dan pihak kemenkumham meminta segera dipatenkan.

Penguatan pemasaran batik podhek juga dilakukan dengan memberikan penguatan bagi kelompok usaha bersama dalam pemasaran batik podhek. Dengan penguatan ini persaingan antar pengrajin batik podhek berkurang, kerjasama antar pengrajin mulai terjalin, sehingga harga batik podhek bisa stabil dan bisa bertahan. Pengrajin mulai sadar akan manfaat dari berkerjasama.

Pemasaran juga dilakukan dengan mengikuti pameran di pusat perbelanjaan seperti Malang Olympic Garden (MOG). Dengan mengikuti pameran pada even-event besar ini bisa menarik pelanggan baru. Biasanya yang membeli batik pada pameran ini dari kalangan menengah keatas. Dari pameran ini juga pengrajin bisa bertukar pengalaman dalam hal pemasaran batik dengan pengrajin batik dari daerah lain. Pengrajin juga bisa mengetahui motif batik yang diminati pasar.

Rintisan pembentukan sentra batik dilakukan dengan tujuan batik podhek semakin dikenal di kalangan masyarakat pamekasan dan dari luar pamekasan. Dengan rintisan sentra batik masyarakat dan pemerintah daerah semakin menyadari dan mencintai batik podhek sebagai produk unggulan daerah mereka. Harapan kedepannya dengan adanya sentra batik podhek ini menjadi wisata edukasi memabtik bagi masyarakat pamekasan dan dari luar pamekasan, baik dari dalam maupun dari luar negeri.

Batik podhek semakin dikenal oleh masyarakat pamekasan dan dari luar pamekasan. Untuk menjaga hak kekayaan daerah ini maka pengajin perlu di edukasi dalam hal mematenkan produk mereka dengan mengikutsertkan pengrajin dalam kegiatan sosialisasi pentingnya paten dari kemenkumham yang bekerjasama dengan Universitas Wisnuwardhana Malang. Dengan sosialisasi pentingnya paten ini, pengrajin bisa menyadari akan pentingnya paten agar tidak diklaim oleh pihak lain.

Untuk mempublikasikan batik podhek dikalangan akademis dan masyarakat luas, tim PPPUD mempublikasikan karya ilmiah mengenai batik podhek pada seminar nasional. Dengan mengikuti seminar ini batik podhek akan lebih dikenal di masyarakat luas. Dari seminar ini juga banyak mendapatkan masukan dalam pengemangan batik podhek pada masa yang akan datang. Selain seminar internasional batik podhek juga dipublikasikan di media massa Malang Post, Info Kampus, dan Radar Malang.

Pemasaran terus dikembangkan dengan cara online. Pemasaran online dilakukan dengan membuat ebstore batik podhek. Webstore ini bernama batikpodhek.com dengan webstore ini jangkauan pemasaran bisa diperluas baik didalam negeri maupaun di luar negeri. Dengan webstore ini pelanggan semakin percaya bahwa batik podhek dipasarkan secara profesional. Pelanggan juga bisa dengan mudah memilih motif batik yang sesuai dengan selera mereka dengan harga dan gambar batik sudah disediakan. Pengiriman dari penjualan online ini dikirim melalui jasa pengiriman barang seperti Pos

Indonesia, JNE, JNT, Wahana, Feedex dan jasa pengiriman lainnya. Selain webstore batikpodhek.com pemasaran online juga dipasarkan di online shop seperti bukalapak, shopee, belibeli, facebook, Whatsapp, dan Instagram.

Untuk mempertahankan pasar batik podhek, konsistensi dan inovasi batik motif batik podhek terus dikembangkan dengan memberikan referensi batik-batik lawasan sampai batik kontemporer. Penrajin terus berinovasi dalam desain motif batik podhek. Ini dibuktikan dengan bervariasinya motif batik podhek dari harga yang murah sampai dengan harga yang mahal.

Pemasaran batik keluar negeri perlu dukungan dari para pelaku usaha batik diluar negeri dan pemerintah daerah. Hal ini diwujudkan dengan bekerjasama dengan pengusaha batik di luarnegeri seperti Australia dan didukung oleh pemerintah daerah dengan memotivasi para pengrajin untuk terus melestarikan budaya memabatik dan membukakan jalan dalam pemasran baik didalam maupun diluar negeri dengan mempromosikan batik podhek baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

KESIMPULAN

Program yang sudah dilaksanakan pada tahun ke tiga ini yaitu, 1) Pembentukan Sentra kampung batik podhek. Program ini bertujuan menjadikan dusun podhek nantinya akan menjadi tujuan pecinta batik dalam menemukan batik berkualitas tinggi. Dari sentra kampung batik ini masyarakat luas bisa belajar membatik dengan kualitas tinggi dan belajar mencintai produk budaya asli Indonesia. 2) Pembentukan show room batik pada setiap rumah pengrajin dengan batik khas masing-masing pengrajin dengan batik ciri khas Dusun Podhek. 3) Pengoptimalan program kerja dari kelompok usaha bersama batik podhek dalam produksi, pemasaran, kerjasama dan edukasi batik di masyarakat luas. 4) Perbaikan pengemasan hasil produk batik podhek untuk meningkatkan nilai jual, 5) Pameran batik sebagai bentuk promosi, perluasan pemasaran, edukasi dan pengenalan hasil produk budaya asli Indonesia, 6) pemasaran Offline dan Online dengan memanfaatkan webstore, facebook, Whatshap, Instagram, Google Plus, dan Telegram. 7) Mematenkan produk batik podhek untuk melindungi karya seni pengrajin batik podhek.

8) penguatan kelompok usaha bersama dalam hal pemasaran. 9) mengikutsertakan pengrajin dalam sosialisasi pentingnya suatu paten, 10) publikasi karya ilmiah pada seminar nasional pengabdian masyarakat, 11) pemasaran online batik podhek melalui webstore batikpodhek.com, bukalapak, shopee, belibeli, whatsapp, facebook, dan Instagram. 12) publikasi ilmiah di media massa Malang Post, Info Kampus, dan radar malang, 13) penguatan pengrajin dalam hal desain motif batik, 14) kerjasama dengan pengusaha batik diluar negeri, dan 15) pendampingan pada saat kunjungan ibu bupati dan tamu dari luar negeri dalam mempromosikan batik podhek.

Pengrajin batik podhek sudah tidak mengalami masalah dalam hal produksi dan desain motif batik podhek. Yang perlu diperhatikan dalam hal pemasaran. Mereka perlu dari dukungan dari semua pihak baik dari para pengrajin sendiri, pengusaha dan pemerintah daerah. Mengingat setiap daerah sudah memiliki batik khas daerah masing-masing. Mereka harus terus berinovasi. Pengrajin batik perlu di edukasi pentingnya kerjasama antar pengrajin antar pengusaha dan pemerintah dalam pemasaran batik podhek agar harga bisa stabil sehingga pasar juga bisa stabil. Dengan pasar stabil pengrajin semakain sejahtera, pengusaha semakin maju dan pemerintah semakin

berhasil dalam meningkatkan perekonomian masyarakat pengrajin batik. Pengiriman keluar negeri perlu adanya dukungan dari pemerintah dalam hal pemasaran di luar negeri dan pengiriman barang keluar negeri difasilitasi atau dipermudah sehingga ekspor batik bisa ditingkatkan secara maksimal. Dengan demikian Ekonomi Indonesia semakin meningkat khususnya dalam pemasaran batik

DAFTAR PUSTAKA

- Baidawi, M., Rahayu, Y., & Harmadji, D. (2017). PENGEMBANGAN PRODUK EKSPOR BATIK PODHEK DI KABUPATEN PAMEKASAN PROVINSI JAWA TIMUR. JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat), 2(2), 130-138.
<https://doi.org/10.21067/jpm.v2i2.2057>.
- M. Baidawi, Y. Rahayu, (2016) IbPE INDUSTRI BATIK PODHEK DI KABUPATEN PAMEKASAN PROVINSI JAWA TIMUR TAHUN I. PROSIDING (Seminar Nasional dan Gelar Produk). Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
<http://research-report.umm.ac.id/index.php/research-report/article/view/802/1004>
-, 2013. Profil Kabupaten Pamekasan (Pamekasan Regency Profil). Kabupaten Pamekasan: Badan Perencanaan Pembangunan Daerah II. Kabupaten Pamekasan.