

**LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
*“Konsep Dasar dalam Mengenal Dasar-dasar Pemasaran dalam Bisnis di  
Rumah Batik K’loso Pelalawan”*



**Oleh :**

**Muhammad Rais,S.E., ME** : NIP. 198902142022031002

Muhammad Rizky Efend : NIM:3323109

Syalamun Akbar Prasya : NIM : 3323113

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UIN SYECH DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI**  
**Ganjil 2024/2025**

## **DAFTAR ISI**

DAFTAR ISI	2
KATA PENGANTAR	3
 <b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A    Latar Belakang .....	4
B    Kondisi dan lokasi Kabupaten Solok Selatan .....	4
C    Tujuan (Target Luaran) Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.....	5
 <b>BAB II. PELAKSANAAN KEGIATAN</b>	
A    Metode Pelaksanaan Kegiatan .....	6
B    Sasaran .....	6
C    Output dan Outcome .....	7
D    Deskripsi Proses Kegiatan.....	8
E    Keberlanjutan Program .....	9
F    Rekomendasi Rencana Tindak Lanjut .....	10
 <b>BAB III. PENUTUP</b>	
a    Kesimpulan.....	12
b    Saran.....	12
 <b>LAMPIRAN</b>	

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan kesempatan bagi kami untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul " *Konsep Dasar dalam Mengenal Dasar-dasar Pemasaran dalam Bisnis di Rumah Batik K'loso Pelalawan*". Dengan izin-Nya, kami berhasil menyelesaikan kegiatan ini sebagai upaya nyata dalam memberikan pelatihan tentang pemasaran digital.

Kami ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah turut serta dalam mendukung dan melaksanakan program ini. Terima kasih kepada Rektor UIN Sjceh M Djamil Djambek Bukittinggi atas dukungan dalam proses pelaksanaan PKM ini. Tidak lupa, ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjceh M Djamil Djambek Bukittinggi yang telah memberikan dukungan teknis sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

Tak lupa, terima kasih kami juga disampaikan kepada tim pelaksana, serta seluruh lembaga yang telah berperan aktif dalam menjalankan kegiatan ini di lapangan. Dengan kesadaran bahwa masih banyak ruang untuk perbaikan, kami berharap hasil dari PKM ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan dalam mempromosikan batik lokal, dan dapat menjadi inspirasi untuk kegiatan serupa di masa yang akan datang.

Semoga semua upaya yang telah kami lakukan ini dapat bermanfaat bagi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat, serta menjadi amal ibadah yang diridhoi oleh Allah SWT. Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Bukittinggi, 30 Desember 2024  
Ketua Pelaksana Kegiatan,



**Muhammad Rais S.E., M.E**

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Industri tekstil di Indonesia memainkan peran penting dalam perekonomian nasional, baik dari segi kontribusi terhadap PDB maupun penciptaan lapangan kerja. Kab. Pelalawan, sebagai tempat wisata yang terkenal, memiliki potensi besar dalam mendukung perkembangan industri ini, terutama melalui pelaku UKM seperti batik. Keberadaan wisatawan domestik dan mancanegara memberikan peluang besar bagi batik lokal untuk memperluas pasar. Namun, banyak batik belum mampu memanfaatkan peluang ini secara maksimal akibat keterbatasan dalam memahami kebutuhan pasar dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang relevan. Meski memiliki potensi besar, batik lokal sering kali dihadapkan pada berbagai tantangan dalam hal pemasaran. Salah satu hambatan utama adalah kurangnya pengetahuan tentang perilaku konsumen, baik lokal maupun wisatawan. Tanpa strategi pemasaran yang tepat, sulit bagi batik seperti Batik K'loso Pelalawan untuk bersaing dengan merek-merek besar yang sudah memiliki pasar loyal. Di era digital ini, banyak batik lokal belum memanfaatkan media sosial, marketplace, atau alat pemasaran modern lainnya secara efektif, sehingga jangkauan pasar masih terbatas.

Rumah Batik K'loso Pelalawan Kab. Pelalawan merupakan salah satu contoh UKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Dengan koleksi produk yang unik dan berkualitas, batik ini berpeluang menarik lebih banyak konsumen, tidak hanya dari Kab. Pelalawan tetapi juga dari luar kota. Namun, tanpa penguatan kemampuan pemasaran, potensi ini akan sulit diwujudkan. Kegiatan pelatihan tentang dasar-dasar pemasaran menjadi langkah penting untuk membantu Rumah Batik K'loso Pelalawan ini merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan pasar saat ini. Dalam memberikan pelatihan, pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik Rumah Batik K'loso Pelalawan menjadi sangat penting. Setiap bisnis memiliki karakteristik yang unik, baik dalam hal produk, target pasar, maupun tantangan yang dihadapi. Program ini dirancang untuk memberikan pengetahuan dasar pemasaran yang mudah dipahami dan langsung dapat diterapkan. Pelatihan ini mencakup teknik promosi sederhana, pemanfaatan media sosial, hingga cara menyusun kampanye pemasaran yang menarik bagi konsumen lokal dan wisatawan.

Melalui pelatihan ini, diharapkan Rumah Batik K'loso Pelalawan dapat meningkatkan penjualan produknya secara signifikan. Selain itu, batik juga diharapkan mampu membangun citra merek yang kuat di kalangan konsumen. Dengan pemasaran yang lebih terarah, batik ini dapat memperluas

jangkauan pasar, termasuk ke luar Kab. Pelalawan. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan pendapatan batik tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dengan menciptakan lebih banyak peluang kerja bagi masyarakat sekitar. Selain membantu Batik K'loso Pelalawan, program ini juga diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi komunitas bisnis lokal lainnya. Rumah Batik K'loso Pelalawan dapat menjadi contoh sukses bagi pelaku usaha kecil lainnya dalam memanfaatkan strategi pemasaran modern untuk meningkatkan daya saing. Dengan berkembangnya batik ini, diharapkan akan tercipta kolaborasi antar pelaku usaha lokal yang lebih kuat, yang pada akhirnya akan mendorong perkembangan industri tekstil dan kerajinan di Kab. Pelalawan. Pentingnya pemasaran yang efektif tidak dapat diabaikan dalam dunia bisnis, termasuk untuk batik lokal seperti Rumah Batik K'loso Pelalawan. Melalui program pelatihan ini, kami berkomitmen untuk memberikan solusi praktis dan berkelanjutan yang dapat membantu batik ini mencapai potensi maksimalnya. Dengan pendekatan yang berbasis kebutuhan, program ini tidak hanya mendukung perkembangan bisnis batik tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal Kab. Pelalawan secara keseluruhan.

## **B. Lokasi dan Kondisi Kabupaten Solok Selatan**

Kabupaten Pelalawan adalah sebuah kabupaten yang berada di Provinsi Riau Indonesia. Ibu kota kabupaten Pelalawan berada di Pangkalan Kerinci. Kabupaten ini merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Kampar. Jumlah penduduk kabupaten ini pada pertengahan tahun 2024 sebanyak 434.590 jiwa, dengan luas wilayah 13.067,29 km<sup>2</sup>, dan kepadatan penduduk 33 jiwa/km<sup>2</sup>. Kabupaten Pelalawan berbatasan langsung dengan Kota Pekanbaru.

Kabupaten Pelalawan dengan luas 13.067,29 km<sup>2</sup>, dibelah oleh aliran Sungai Kampar, serta pada kawasan ini menjadi pertemuan dari Sungai Kampar Kanan dan Sungai Kampar Kiri. Kabupaten Pelalawan memiliki beberapa pulau yang relatif besar yaitu: Pulau Mendol, Pulau Serapung dan Pulau Muda serta pulau-pulau yang tergolong kecil seperti: Pulau Tugau, Pulau Labuh, Pulau Baru Pulau Ketam, dan Pulau Untut.

Struktur wilayah merupakan daratan rendah dan bukit-bukit, dataran rendah membentang ke arah timur dengan luas wilayah mencapai 93 % dari total keseluruhan. Secara fisik sebagian wilayah ini merupakan daerah konservasi dengan karakteristik tanah pada bagian tertentu bersifat asam dan merupakan tanah organik, air tanahnya payau, kelembaban dan temperatur udara agak tinggi.

Kabupaten Pelalawan merupakan pemekaran Kabupaten Kampar, yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 53 Tahun 1999. Pada awalnya terdiri atas 4 wilayah kecamatan, yakni: Langgam, Pangkalan Kuras, Bunut, dan Kuala Kampar. Kemudian setelah terbit Surat Dirjen PUOD No.138/1775/PUOD tanggal 21 Juni 1999 tentang pembentukan 9 (sembilan) Kecamatan Pembantu di Provinsi Riau, maka Kabupaten Pelalawan dimekarkan menjadi 9 (sembilan) kecamatan, yang terdiri atas 4 kecamatan induk dan 5 kecamatan

pembantu, tetapi berdasarkan SK Gubernur Provinsi Riau No. 136/TP/1443, Kabupaten Pelalawan dimekarkan kembali menjadi 10 (sepuluh) kecamatan. Namun, setelah terbitnya Peraturan Daerah Kabupaten Pelalawan Nomor 06 Tahun 2005, maka Kabupaten Pelalawan terdiri atas 12 kecamatan.

### **C. Tujuan (Target Luaran) Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Kegiatan Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk:

1. Memberikan pelatihan tentang konsep dasar pemasaran, termasuk perencanaan, promosi, dan strategi penjualan.
2. Membantu Rumah Batik K'loso Pelalawan merancang strategi pemasaran berbasis teknologi.
3. Meningkatkan daya saing produk batik melalui pemasaran yang terarah.

#### **Luaran yang Diharapkan**

1. Peningkatan pemahaman pengelola Rumah Batik K'loso Pelalawan terkait dasar-dasar pemasaran.
2. Adanya rencana pemasaran sederhana yang dapat diimplementasikan.
3. Terbuatnya media promosi, seperti video promosi, akun media sosial atau brosur digital, untuk mendukung kegiatan pemasaran.

## **BAB II**

### **PELAKSANAAN KEGIATAN**

#### **A. Metode Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat di Kab. Pelalawan dilaksanakan pada tanggal 27 Desember 2024 di batik Kloso pelalawan. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi pemberian pelatihan Konsep Dasar dalam Mengenal Dasar-dasar Pemasaran dalam Bisnis di Rumah Batik K'loso Pelalawan.

Kegiatan pelatihan Konsep Dasar dalam Mengenal Dasar-dasar Pemasaran dalam Bisnis di Rumah Batik K'loso Pelalawan sebagai berikut :

**a. Persiapan kegiatan meliputi :**

1. Kegiatan survei tempat pengabdian masyarakat yaitu Kab. Pelalawan Riau
2. Permohonan ijin kegiatan pengabdian masyarakat kepada lembaga LP2M
3. Pengurusan administrasi (surat-menyurat)
4. Persiapan alat dan bahan serta akomodasi
5. Persiapan tempat/kegiatan PKM

**b. Kegiatan PKM pelatihan Konsep Dasar dalam Mengenal Dasar-dasar Pemasaran dalam Bisnis di Rumah Batik K'loso Pelalawan meliputi :**

1. Pembukaan dan pengenalan
2. Pelatihan mengenai pengertian pemasaran digital, jenis-jenis pemasaran digital, tujuan, keutamaan dan fungsi pemasaran digital, dan lainnya yang berhubungan dengan pemasaran digital.
3. Sesi diskusi/tanya jawab.

**c. Penutupan**

1. Foto bersama
2. Berpamitan dengan mustahiq zakat, masyarakat dan kepala BAZNAS
3. Pembuatan laporan kegiatan pengabdian masyarakat

## B. Sasaran

Kegiatan PKM pelatihan Konsep Dasar dalam Mengenal Dasar-dasar Pemasaran dalam Bisnis di Rumah Batik K'loso Pelalawan akan membantu pemilik rumah batik K'loso dapat mempromosikan batik lokal.

## C. *Output dan Outcome*

*Output* yang didapat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diantaranya adalah :

- **Pelatihan Pemasaran Digital:** Peserta diberikan pelatihan mengenai **Konsep Dasar dalam Mengenal Dasar-dasar Pemasaran dalam Bisnis** di Rumah Batik K'loso Pelalawan, yang berfokus pada strategi pemasaran berbasis digital. Pelatihan ini mencakup pemahaman tentang platform digital, pemasaran konten, dan promosi produk melalui media sosial dan marketplace.
- **Diskusi dan Tanya Jawab:** Selama sesi pelatihan, peserta menyampaikan pertanyaan-pertanyaan terkait implementasi pemasaran digital, antara lain:
  - **Bagaimana cara pemasaran digital dapat mendukung perekonomian lokal sebagai alat redistribusi yang efektif? Jawaban:** Dengan memanfaatkan strategi digital, pelaku usaha kecil seperti Rumah Batik K'loso dapat lebih mudah mengakses pasar lokal dan internasional, yang pada akhirnya membantu meningkatkan sirkulasi ekonomi di komunitas lokal.
  - **Bagaimana memastikan bahwa pelatihan ini memberikan manfaat jangka panjang bagi peserta dan masyarakat sekitarnya? Jawaban:** Dengan adanya pelatihan lanjutan, evaluasi berkala, serta dukungan pendampingan, peserta dapat menerapkan ilmu yang didapat secara berkelanjutan dan menularkan pengetahuan tersebut ke komunitasnya.
  - **Bagaimana implementasi pemasaran digital dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat serta berperan dalam pembangunan ekonomi lokal? Jawaban:** Pelatihan ini memperkuat kapasitas pelaku usaha dalam memanfaatkan pemasaran digital, sehingga mampu menciptakan nilai tambah bagi produk lokal seperti Batik K'loso. Hal ini berdampak positif pada pembangunan ekonomi daerah melalui peningkatan daya saing dan apresiasi terhadap produk lokal.



### 1. Hasil dan Rekomendasi:

- Peserta memahami dasar-dasar pemasaran dalam bisnis melalui pelatihan di Rumah Batik K'loso Pelalawan.
- Peserta mendapatkan wawasan tentang strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing produk.

### 2. Langkah Lanjutan:

- Menyelenggarakan pelatihan lanjutan untuk meningkatkan keterampilan teknis, seperti fotografi produk, pengelolaan konten media sosial, dan pemasaran berbasis data.
- Membangun jejaring pemasaran digital yang mendukung pemasaran produk batik dengan kolaborasi pemerintah, komunitas, dan platform digital.

**Sedangkan *outcome* yang didapatkan diantaranya adalah :**

- **Transformasi Pengetahuan Pemasaran Digital:** Dengan adanya pelatihan ini, peserta diharapkan mampu menerapkan konsep dasar pemasaran digital untuk mengembangkan usaha mereka, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk Batik K'loso di pasar lokal maupun global.
- **Peningkatan Pemahaman tentang Bisnis Digital:** Peserta memperoleh pemahaman mendalam tentang pentingnya strategi digital, termasuk platform yang relevan, cara mengelola media sosial, dan memanfaatkan marketplace untuk memasarkan produk secara efektif.
- **Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat:** Pelatihan ini memberikan keterampilan praktis kepada peserta untuk memberdayakan diri secara ekonomi melalui pemasaran berbasis digital, sehingga mendorong kemandirian finansial dan keberlanjutan usaha mereka.
- **Peningkatan Kualitas Hidup:** Dengan meningkatnya pendapatan dari pemasaran digital, peserta diharapkan dapat mengakses pendidikan, kesehatan, dan kebutuhan dasar lainnya dengan lebih baik, sehingga kualitas hidup mereka meningkat secara keseluruhan.
- **Pengentasan Kemiskinan:** Melalui pelatihan ini, peserta yang sebelumnya kesulitan memasarkan produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas, mengurangi ketergantungan pada bantuan, dan berkontribusi pada pengentasan kemiskinan di masyarakat sekitar.
- **Pengembangan Ekonomi Lokal:** Penerapan pemasaran digital pada usaha Batik K'loso diharapkan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dengan membuka akses pasar yang lebih besar bagi produk-produk lokal. Hal ini juga dapat menciptakan peluang kerja baru di sektor kreatif.
- **Pembangunan Sosial:** Melalui penerapan pemasaran digital yang inklusif, pelatihan ini mendorong kolaborasi antara komunitas, pemerintah, dan pelaku usaha untuk menciptakan kondisi yang adil serta mendukung pembangunan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

#### **D. Deskripsi Proses Kegiatan**

Tujuan dari proses pendampingan ini adalah untuk memberdayakan peserta pelatihan agar mampu menerapkan konsep pemasaran digital secara efektif dalam mengembangkan usaha mereka, meningkatkan kemandirian ekonomi, dan memperkuat daya saing produk lokal. Berikut adalah langkah-langkah utama dalam proses ini:

- 1. Identifikasi Peserta:**

Tim pelaksana melakukan identifikasi terhadap individu atau kelompok yang berpotensi dan membutuhkan peningkatan kapasitas dalam pemasaran digital. Peserta dipilih berdasarkan kebutuhan dan kesesuaian dengan tujuan program pelatihan ini.

- 2. Penyusunan Program Pelatihan:**

Setelah identifikasi peserta, dilakukan penyusunan program pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta. Program ini meliputi pelatihan dasar pemasaran digital, pengelolaan media sosial, strategi pemasaran konten, serta pemanfaatan marketplace dan platform e-commerce.

- 3. Pelaksanaan Pelatihan dan Bimbingan:**

Peserta menerima pelatihan dan bimbingan intensif tentang teknik pemasaran digital, termasuk pembuatan konten visual, manajemen media sosial, dan analisis pasar. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka.

- 4. Penyediaan Sarana Pendukung:**

Sebagai bagian dari pendampingan, peserta juga diberikan akses kepada alat atau aplikasi yang mendukung pemasaran digital, seperti software desain grafis sederhana atau panduan teknis dalam menggunakan platform online.

- 5. Monitoring dan Evaluasi:**

Proses pendampingan dilengkapi dengan sistem monitoring dan evaluasi untuk menilai kemajuan peserta dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa pelatihan memberikan dampak positif pada perkembangan usaha mereka.

- 6. Transformasi Ekonomi Lokal:**

Peserta didorong untuk memanfaatkan pemasaran digital secara konsisten dalam usaha mereka. Hal ini diharapkan dapat mengubah pola usaha tradisional menjadi lebih modern dan kompetitif, sekaligus memperluas akses pasar bagi produk lokal seperti Batik K'loso.

## **7. Siklus Berkelanjutan:**

Peserta yang berhasil mengembangkan usaha mereka didorong untuk menjadi mentor bagi komunitas lain, menciptakan siklus pelatihan dan pemberdayaan yang berkelanjutan.

Langkah ini bertujuan untuk memperkuat ekonomi lokal secara kolektif melalui kolaborasi dan berbagi pengetahuan.

### **Efek Jangka Panjang:**

Proses pelatihan pemasaran digital di Rumah Batik K'loso Pelalawan dirancang untuk memberikan dampak jangka panjang yang signifikan. Program ini diharapkan dapat meningkatkan kemandirian ekonomi peserta, mengurangi ketergantungan pada metode pemasaran konvensional, serta memperkuat daya saing produk lokal di pasar global.

### **E. Keberlanjutan Program**

Untuk memastikan keberlanjutan program pelatihan pemasaran digital di Rumah Batik K'loso Pelalawan, beberapa strategi berikut dapat dilakukan:

- **Partisipasi Lembaga/Organisasi:**

Melibatkan secara aktif lembaga/organisasi lokal seperti pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan komunitas kreatif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program. Kolaborasi ini akan memberikan dukungan yang berkelanjutan dan memperkuat keberlanjutan program dalam jangka panjang.

- **Penguatan Kapasitas:**

Mengembangkan kapasitas teknis dan manajerial peserta pelatihan melalui pelatihan berkelanjutan. Fokusnya mencakup keterampilan pemasaran digital yang lebih mendalam, seperti analisis data pemasaran, penggunaan iklan berbayar, serta pengelolaan e-commerce untuk mengoptimalkan pendapatan usaha.

- **Diversifikasi Sumber Pendanaan:**

Mengurangi ketergantungan pada satu sumber pendanaan dengan menjalin kemitraan dengan sektor swasta, pemerintah daerah, dan platform e-commerce. Program crowdfunding juga dapat diterapkan untuk mendukung pengembangan infrastruktur digital atau pengadaan alat produksi bagi peserta.

- **Pengelolaan dan Transparansi:**

Memastikan transparansi dalam pengelolaan dana dan program pelatihan dengan

menyediakan laporan berkala kepada stakeholder, termasuk komunitas lokal. Akuntabilitas yang baik akan meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat dalam program.

- **Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan:**

Melakukan monitoring dan evaluasi secara teratur untuk menilai kemajuan peserta dan dampak program terhadap usaha mereka. Evaluasi ini juga membantu mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan memastikan bahwa program tetap relevan dengan kebutuhan pasar.

- **Kolaborasi dan Jaringan:**

Membangun jejaring kerja dengan lembaga pelatihan, universitas, dan organisasi masyarakat sipil untuk memperluas wawasan dan sumber daya. Kolaborasi ini dapat menciptakan peluang baru, seperti pengadaan mentor atau penyelenggaraan lokakarya tambahan.

## **F. Rekomendasi Rencana Tindak Lanjut**

Rekomendasi untuk Rencana Tindak Lanjut dalam Menjaga Keberlanjutan Program Pelatihan Pemasaran Digital di Rumah Batik K'loso Pelalawan

1. **Penguatan Kolaborasi Institusional:**

Meningkatkan kerja sama dengan berbagai pihak seperti pemerintah daerah, komunitas kreatif, universitas, platform e-commerce, dan organisasi non-pemerintah. Kolaborasi ini bertujuan untuk memperluas akses ke sumber daya, pengetahuan, dan jaringan yang dapat mendukung keberlanjutan program pelatihan.

2. **Program Pelatihan Lanjutan:**

Melanjutkan program pelatihan dengan topik lanjutan seperti strategi pemasaran digital tingkat lanjut, pemanfaatan data analitik, iklan berbayar di media sosial, dan optimalisasi e-commerce. Hal ini bertujuan untuk memperkuat kemampuan peserta dalam menghadapi dinamika pasar digital.

3. **Diversifikasi Sumber Pendanaan:**

Mengidentifikasi dan memanfaatkan berbagai sumber pendanaan alternatif seperti kemitraan dengan sektor swasta, donasi dari komunitas, atau hibah dari organisasi internasional. Langkah ini akan mengurangi ketergantungan pada satu sumber pendanaan dan memastikan stabilitas program.

**4. Monitoring dan Evaluasi Berkala:**

Melakukan monitoring dan evaluasi secara teratur terhadap hasil dan dampak program, baik pada individu peserta maupun komunitas. Evaluasi ini penting untuk menyesuaikan strategi pelatihan, mengatasi hambatan, dan memastikan program tetap relevan dengan kebutuhan lokal.

**5. Peningkatan Transparansi dan Akuntabilitas:**

Menyediakan laporan yang jelas dan terbuka terkait penggunaan dana dan progres program kepada semua pemangku kepentingan. Transparansi ini akan membangun kepercayaan dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mendukung program.

**6. Pengembangan Model Bisnis Berkelanjutan:**

Mendorong peserta untuk mengembangkan model bisnis berkelanjutan yang memanfaatkan pemasaran digital sebagai inti strategi mereka. Dengan model ini, usaha dapat terus beroperasi secara mandiri dan memberikan kontribusi positif bagi ekonomi lokal.

**7. Edukasi dan Kesadaran Masyarakat:**

Menedukasi masyarakat tentang pentingnya pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal seperti Batik K'loso. Kesadaran ini akan mendorong lebih banyak pelaku usaha untuk bergabung dalam program serupa.

## **BAB III PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Program pelatihan pemasaran digital di Rumah Batik K'loso Pelalawan memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya saing usaha lokal melalui pemanfaatan teknologi digital. Pelatihan ini tidak hanya membantu peserta memahami konsep pemasaran modern tetapi juga memberikan keterampilan praktis yang relevan untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan adanya program ini, peserta diharapkan dapat mengelola usaha mereka secara lebih mandiri dan profesional, sehingga mendukung pengembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Namun, untuk mencapai hasil yang maksimal, diperlukan dukungan berkelanjutan dalam bentuk kolaborasi, pelatihan lanjutan, monitoring yang konsisten, dan diversifikasi sumber daya. Strategi ini penting untuk memastikan bahwa program dapat terus memberikan manfaat yang signifikan bagi peserta dan masyarakat luas.

### **Saran**

1. **Pengembangan Pelatihan Lanjutan:** Mengadakan pelatihan tingkat lanjut yang fokus pada topik pemasaran digital seperti manajemen iklan berbayar, pemanfaatan big data untuk analitik pemasaran, dan pengembangan strategi konten kreatif.
2. **Kolaborasi dengan Pihak Eksternal:** Meningkatkan kerja sama dengan lembaga pendidikan, sektor swasta, dan platform digital untuk menyediakan akses teknologi, mentor, dan peluang pasar yang lebih luas bagi peserta.
3. **Penyediaan Infrastruktur Digital:** Mendukung peserta dengan sarana dan prasarana yang mendukung, seperti akses internet yang stabil, perangkat digital, serta pelatihan teknis untuk penggunaan perangkat lunak pendukung.
4. **Monitoring dan Evaluasi Rutin:** Membuat sistem evaluasi berkala untuk menilai kemajuan peserta dalam menerapkan ilmu yang telah didapatkan. Hasil evaluasi dapat digunakan sebagai dasar untuk menyesuaikan metode pelatihan berikutnya.
5. **Peningkatan Kesadaran Masyarakat:** Mengedukasi lebih banyak masyarakat tentang manfaat pemasaran digital sehingga dapat menjangkau lebih banyak pelaku usaha yang ingin bergabung dalam program serupa.

6.

## Lampiran 1. Jadwal Kegiatan

### Jadwal Kegiatan Pengabdian Masyarakat

<b>No</b>	<b>HARI / TANGGAL</b>	<b>JAM</b>	<b>KEGIATAN</b>
1	Kamis, 26 Desember 2024	07.30 – 16.30	keberangkatan menuju Kab. Pelalawan Riau
2	Jumat, 27 Desember 2024	07.30 – selesai	Kegiatan pelatihan
3	Sabtu, 28 Desember 2024	07.30 -17.00	kepulangan menuju UIN Bukittinggi

## Lampiran 2. Dokumentasi Kegiatan







27/12/2024 14:06





