

# Branding Desa Paseseh sebagai Desa Eduwisata Melalui Pengembangan Web dan Galeri Batik sebagai Pusat Informasi Online dan Offline

Ernaning Widiaswanti<sup>1</sup>, Retno Indriartiningtias<sup>1\*</sup>, Arik Kurniawati<sup>2</sup>, Ahmad Jauhari<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Trunojoyo Madura, Jalan Raya Kamal, PO. BOX 2, Kamal, Bangkalan, Madura, Jawa Timur.

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Trunojoyo Madura, Jalan Raya Kamal, PO. BOX 2, Kamal, Bangkalan, Madura, Jawa Timur.

Article Info	Abstract
<i>Article history:</i>	This community service activity is part of the Bima Program Community Service Grant in the form of KKNT organized by DIKTI. This KKNT was held in Paseseh Village, Tanjungbumi, Bangkalan, Madura. There are several objectives and outcomes to be achieved in this KKNT, but this article focuses on the main issue related to branding Paseseh Village as a Batik Educational Tourism Village. Branding is carried out by designing a website and improving the mini batik gallery, which functions not only as a marketing center for batik products, but also as an information center for everything related to batik, information about Paseseh Village, and the tourism potential there. With this online and offline branding, it is hoped that more Indonesians will recognize Paseseh Village as an Educational Tourism Village.
Received 29 September , 2025	
Accepted 11 Oktober , 2025	
<i>Keywords:</i> <i>Batik, Edutourism, Paseseh Vilage, Galery Batik, Website</i>	

## 1. PENDAHULUAN

Matematika adalah disiplin ilmu fundamental yang memegang peranan krusial dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam ranah akademik maupun aplikasi praktis. Aritmetika, sebagai cabang utamanya, menjadi fondasi pembelajaran matematika dari tingkat dasar hingga menengah. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak siswa menghadapi tantangan signifikan dalam memahami konsep aritmetika, terutama terkait pengenalan pola bilangan dan pengembangan kreativitas berhitung. Kurangnya metode pengajaran yang inovatif serta minimnya integrasi teknologi dalam proses pembelajaran seringkali menjadi faktor utama yang berkontribusi pada rendahnya minat siswa terhadap bidang ini.

Indonesia memiliki kekayaan batik yang luar biasa dengan ragam motif, corak, serta teknik produksi yang berbeda di setiap daerah. Keberagaman ini bukan hanya merupakan warisan budaya, melainkan juga menjadi penggerak penting dalam sektor ekonomi kreatif nasional (Indriartiningtias, *et al.* 2017). Salah satu sentra batik yang masih mempertahankan teknik tulis manual secara turun-temurun adalah Batik Tanjung Bumi yang berkembang di Desa Paseseh, Kabupaten Bangkalan (Pradhana, 2018).

Menurut data Dinas Perindustrian Kabupaten Bangkalan (2021), terdapat 105 sentra batik di Bangkalan, di mana 90 di antaranya berada di Kecamatan Tanjung Bumi dan 16 di Desa Paseseh. Desa ini berkembang sebagai pusat ekonomi kreatif berbasis budaya dengan produk unggulan batik tulis Madura bernilai seni tinggi.

Batik Tanjung Bumi khas Paseseh dikenal dengan motif rumit, penuh filosofi, dan isen-isen halus. Inspirasi coraknya berasal dari alam dan kehidupan pesisir, dengan warna mencolok seperti merah dan biru serta pewarnaan gentong. Motif-motif khas yang terkenal meliputi *'lorju'* (ikan), *'panceng'* (pancing), *'bang kopi'*, *'kumis kucing'*, *'oghet'* (larva nyamuk),

\*Corresponding author. Retno Indriartiningtias  
Email address: [retno.indriartiningtias@trunojoyo.ac.id](mailto:retno.indriartiningtias@trunojoyo.ac.id)

dan *gheje se kerreng* (gajah dan tanaman berduri), yang semuanya merefleksikan kearifan lokal masyarakat (Suminto, 2015; Bahrin, 2022).

Sebagian besar proses membatik dilakukan oleh perempuan di Desa Paseseh. Aktivitas ini tidak hanya diwariskan selama lebih dari 200 tahun, tetapi juga menjadi sumber utama penghidupan keluarga. Dengan demikian, Batik Paseseh berpotensi besar untuk dikembangkan menjadi desa wisata edukatif berbasis batik serta pusat pemberdayaan perempuan dalam sektor ekonomi kreatif (Bahrin, 2022).

Namun demikian, perkembangan Batik Paseseh masih tertinggal bila dibandingkan dengan kampung batik di Surabaya, seperti Batik Kampung Ceria di Kelurahan Gundih dan Batik Okra di Kelurahan Kranggan. Kedua kampung batik ini telah mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah kota berupa fasilitas promosi wisata, mural batik sebagai identitas, serta pelatihan digitalisasi UMKM secara berkelanjutan (Azhar *et al*, 2023; Nisa *et al*, 2022).

Sebaliknya, pengrajin di Paseseh masih menghadapi sejumlah kendala, seperti pemasaran yang masih tradisional, kesulitan menentukan harga pokok produksi, terbatasnya inovasi motif baru, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital. Ditambah lagi, keterbatasan dukungan pemerintah daerah, akses bahan baku yang tidak stabil, serta penurunan daya beli pasca pandemi menjadi tantangan serius (Kamil & Dewi, 2022). Meski menghasilkan produk berkualitas tinggi, mereka masih menghadapi hambatan utama: rendahnya pemahaman tentang bisnis dan branding, absennya pusat informasi digital maupun galeri mini, serta lemahnya jaringan pemasaran (Kamil & Dewi, 2022).

Oleh karena itu, program pengabdian ini bertujuan memberdayakan komunitas batik wanita di Desa Paseseh melalui penguatan branding serta pengembangan wisata edukatif berbasis batik. Penguatan branding salah satunya dengan pembangunan pusat informasi online berupa website dan berbentuk offline berupa logo, packaging dan galeri mini batik sebagai sarana promosi, edukasi, dan identitas budaya lokal. Program ini mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) 5, 8, dan 9 (kesetaraan gender; pertumbuhan ekonomi; industri, inovasi, dan infrastruktur), IKU perguruan tinggi, serta *Asta Cita* dan RIRN pada bidang ekonomi kreatif. Dengan pendekatan kolaboratif dan dukungan akademik, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing batik Paseseh, memperkuat pemberdayaan perempuan, serta melestarikan budaya lokal melalui pengembangan desa wisata edukatif yang berkelanjutan.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Penguatan branding dilaksanakan dengan program KKNT yang terdiri dari beberapa tahap, antara lain:

1. Tahap wawancara. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan melakukan wawancara pada beberapa pihak terkait untuk memperkuat bukti problematika yang dihadapi oleh Desa Paseseh. Wawancara dilakukan pada beberapa pihak berikut:

a. Wawancara kepada penduduk desa Paseseh khususnya Pengrajin Batik Desa Paseseh.

Wawancara yang dilakukan kepada Pengrajin Batik Desa Paseseh terkait permasalahan utama Desa Paseseh, potensi Desa dan Fasilitas yang dimiliki oleh desa. Pada tahap ini dilakukan wawancara pada 2 perwakilan pengrajin batik Desa Paseseh.

b. Wawancara kepada Kepala Desa Paseseh

Wawancara dilakukan kepada Kepala Desa Paseseh yaitu mengenai permasalahan di Desa Paseseh serta potensi Desa Paseseh sebagai Desa Wisata sekaligus Desa Edukasi Batik.

2. Pengamatan langsung Desa Paseseh terkait kondisi Desa, potensi wisata yang ada maupun UMKM Batik yang ada di desa tersebut. Pengamatan disertai dengan pengambilan dokumen berupa foto maupun video sebagai dasar untuk melakukan langkah lanjutan.
3. Perencanaan desain website, logo, packaging dan juga galeri batik. Tahap ini dilakukan dengan merancang desain branding online maupun offline yang sesuai dengan kondisi Desa.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Masyarakat pada desa Paseseh ini merupakan bagian dari hibah pengabdian Bima oleh Dikti. Pada program kali ini tim pengabdian terdiri dari 4 orang dosen dan dibantu oleh 4 mahasiswa KKNT yang berasal dari Teknik Industri dan Teknik Informatika. Para dosen yang terlibat antara lain yaitu Ibu Ernaning Widiaswanti sebagai Ketua, Ibu Retno Indriartiningtias, Ibu Arik Kurniawati dan Bapak Ahmad Jauhari sebagai anggota. Pengabdian kalo ini terdiri dari beberapa tahapan yang telah dilaksanakan antara lain sebagai berikut:

#### 3.1 Tahap wawancara

Tim dosen dan mahasiswa telah melakukan wawancara awal kepada mitra dengan melakukan kunjungan langsung pada bulan Agustus 2025. Diskusi dan wawancara ini membahas tentang program dan tujuan yang direncanakan pada pengabdian ini. Dari pihak UMKM dihadiri oleh perwakilan 2 pemilik UMKM yaitu Ibu Toyyinah dan Ibu Mesnari.



**Gambar 1.**

Wawancara dengan Pengrajin Batik

Berdasarkan wawancara dan diskusi dengan perwakilan pengrajin batik diperoleh hasil bahwa salah satu masalah utama banyak masyarakat yang belum mengenal Desa Paseseh dan juga potensinya. Masyarakat telah mengenal batik Madura khususnya Tanjungbumi, namun belum banyak yang mengenal Desa Paseseh sebagai salah satu desa penghasil batik Madura. Selain itu ternyata Desa Paseseh memiliki potensi wisata lainnya berupa pantai dan juga museum kapal.



**Gambar 2.**  
Wawancara dengan Kepala Desa

Wawancara selanjutnya dilakukan oleh mahasiswa peserta KKNT kepada Kepala Desa. Wawancara ini bertujuan untuk silaturahmi sekaligus menjelaskan rencana serta program KKNT berupa branding Desa Paseseh sebagai Eduwisata Batik.

### 3.2 Tahap Perencanaan Design Branding

Tahap selanjutnya adalah perencanaan design branding. Pada tahap ini melakukan identifikasi desain branding apa saja yang dapat dilakukan. Terdapat beberapa alternatif antara lain:

1. Branding online berupa perancangan website sebagai pusat informasi Desa Paseseh sekaligus sebagai sarana perjualan produk dari Desa Paseseh.
2. Branding offline berupa mendesain logo, packaging dan pengembangan galeri mini sebagai pusat informasi terkait Desa Paseseh, pusat penjualan, maupun display produk batik.

#### 3.2.1 Diskusi tim secara online

Setelah identifikasi alternatif design branding, tahap selanjutnya adalah diskusi design yang akan dipilih. Diskusi dilakukan secara online melalui media zoom yang dihadiri oleh dosen dan juga peserta KKNT.



**Gambar 3.**  
Diskusi online terkait alternatif design branding

Berdasarkan diskusi online, disepakati bahwa kedua alternatif dilakukan secara paralel. Design website dikerjakan oleh 2 mahasiswa Teknik Informatika, sedangkan branding offline dalam bentuk pengembangan galeri mini sebagai pusat informasi terkait Desa Paseseh diekerjakan bersama-sama dengan bantuan ahli. Berdasarkan diskusi disepakati bahwa pada tahap awal, proses branding offline dilakukan dengan memberikan

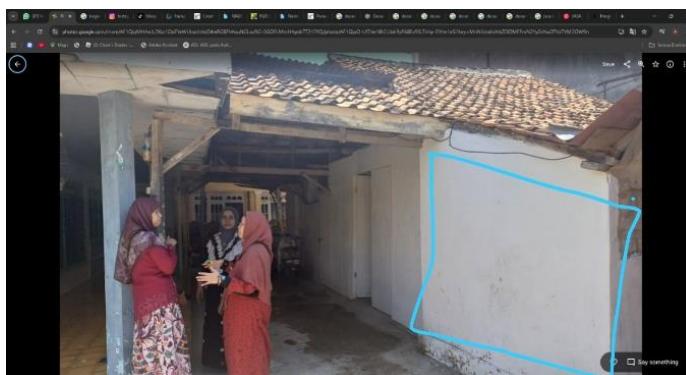
identitas bagi Desa Paseseh berupa mural di salah satu galeri umkm. Beberapa alternatif bagian yang akan di Mural dapat dilihat pada Gambar 4 hingga Gambar 6.



**Gambar 4.**

Alternatif Mural 1

Alternatif mural pertama ada di gang masuk desa. Salah satu tembok akan dimural dengan design yang menunjukkan identitas batik, wisata pantai dan juga museum kapal.



**Gambar 5.**

Alternatif Mural 2

Alternatif kedua bagian yang dimural adalah tembok luar tempat produksi batik sekaligus tembok gallery mini batik.



**Gambar 6.**

Alternatif Mural 2

Alternatif ketiga bagian yang dimural adalah tembok di sekitar pintu masuk gallery mini batik.

### 3.3 Tahap Perijinan

Tahap selanjutnya adalah proses meminta ijin pada yang berwenang. Berdasarkan proses perijinan, semua alternatif lokasi mural disetujui oleh pihak terkait (Kapolsek dan Kepala Desa).

### 3.4 Tahap Design

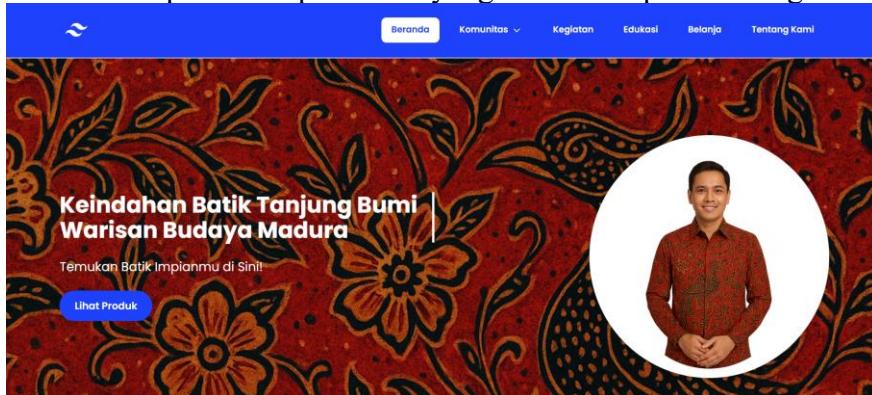
Tahap terakhir adalah mendesain website dan juga motif mural yang akan diimplementasikan.

#### 3.4.1 Design branding secara online

Design branding secara online berupa design website. Design website dilakukan oleh mahasiswa Teknik Informatika peserta KKNT sebanyak 2 orang. Design website terdiri dari beberapa bagian, antara lain:

##### 1. Halaman Beranda

Halaman beranda adalah halaman pertama yang akan dilihat oleh user/pengguna ketika mengunjungi website Kampung Batik Paseseh. Didalam halaman beranda sendiri terdapat beberapa konten yang akan ditampilkan sebagai berikut:



**Gambar 7.**  
Halaman Beranda

##### 2. Halaman Komunitas

Halaman komunitas dibagi menjadi 3 sub menu diantaranya yaitu: menu perjalanan, menu penghargaan, dan menu wisata.

##### a. Menu Perjalanan



**Gambar 8.**  
Menu perjalanan

Gambar 8 merupakan tampilan halaman komunitas untuk bagian menu perjalanan. Pada halaman ini, user/pengguna dapat melihat perjalanan serta capaian kegiatan dari komunitas Kampung Batik Paseseh dari tahun ke tahun. Ketika menampilkan tahun maka akan terdapat beberapa kegiatan yang telah dilakukan selama beberapa tahun.

b. Menu Penghargaan



**Gambar 9.**

Menu Penghargaan

Gambar 9 adalah tampilan halaman komunitas untuk bagian menu penghargaan. Pada halaman ini, user/pengguna dapat melihat video singkat mengenai pencapaian komunitas Kampung Batik Paseseh serta penghargaan-penghargaan yang diperoleh.

c. Menu Wisata

Gambar 10 merupakan tampilan halaman komunitas bagian menu wisata. Pada halaman ini, disajikan informasi singkat mengenai wisata-wisata yang terdapat di Desa Tanjung Bumi dengan tujuan untuk memperkenalkan wisata yang ada kepada user/pengguna, diantaranya yaitu: wisata batik tulis, makam pangeran azimat, dan pantai putih tiangoh.



**Gambar 10.**

Menu Wisata

### 3. Halaman Kegiatan



**Gambar 11.**  
Menu Kegiatan

Gambar 11 adalah tampilan halaman kegiatan, pada halaman ini, user/pengguna dapat mengetahui informasi mengenai event dan promo terbaru yang ada di website komunitas Kampung Batik Paseseh. Ketika user/pengguna menekan tombol lihat detail, maka nantinya akan ditampilkan detail dari event atau promo yang akan dilihat.

### 4. Halaman Edukasi



**Gambar 12.**  
Menu Edukasi

Halaman edukasi merupakan halaman yang digunakan untuk menampilkan beberapa paket edukasi membatik yang disediakan oleh komunitas Kampung Batik Paseseh. Dengan adanya paket edukasi ini, user/pengguna dapat mendaftar dan merasakan pengalaman membatik secara langsung dengan didampingi oleh instruktur batik yang handal.

Gambar 12 merupakan halaman edukasi, dalam halaman tersebut terdapat informasi mengenai maksud dari kegiatan edukasi. Terdapat 3 paket yang disediakan oleh komunitas. Didalam paket tersebut terdapat pemateri yang berkompeten didalamnya dan sudah ahli pada bidangnya. Serta terdapat juga testimoni mengenai peserta yang sudah pernah mengikuti kelas pelatihan komunitas. Jika user ingin mengikuti kelas bisa langsung menghubungi pihak komunitas melalui WhatsApp.

## 5. Halaman Belanja

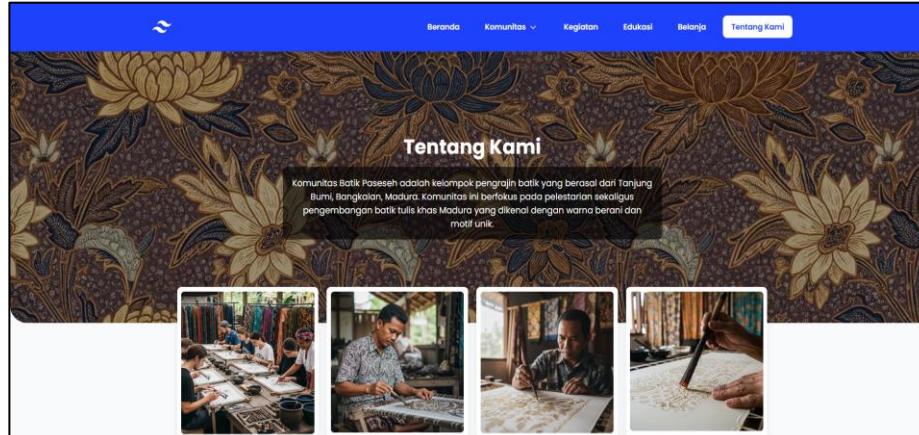


**Gambar 13.**

Menu Belanja

Gambar 13 merupakan tampilan halaman belanja, pada halaman ini user/pengguna dapat melihat semua produk batik yang tersedia di dalam website komunitas Kampung Batik Paseseh. Di halaman tersebut terdapat beberapa fitur, yaitu yang pertama adalah fitur pencarian. User dapat mencari produk batik dengan memasukkan kueri pencarian kedalam search bar. Fitur yang kedua adalah filter, dimana user/pengguna dapat memfilter produk batik yang ditampilkan berdasarkan kriteria yang dipilih, yaitu berdasarkan harga atau motif batiknya.

## 6. Halaman Tentang Kami



**Gambar 14.**

Menu Tentang Kami

Gambar 14 menjelaskan mengenai foto kegiatan komunitas batik tanjung bumi yang telah dilaksanakan. Terdapat 4 foto kegiatan yang dilakukan oleh komunitas dan di gambar pertama bagian background batik menjelaskan deskripsi komunitas.

### 3.4.2 Design Branding Offline

Beberapa branding offline yang akan dilakukan, antara lain :

1. Design branding offline dilakukan melalui perbaikan gallery mini batik dengan menonjolkan identitas desa dan potensi lokal. Tahap awal difokuskan pada eksterior berupa mural yang dikerjakan tenaga profesional dengan dukungan mahasiswa KKNT.

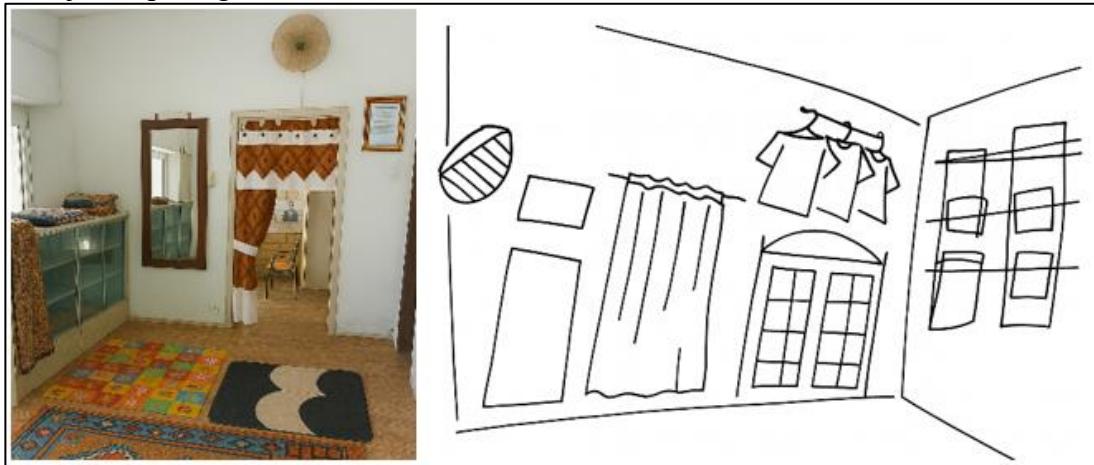
Pendekatan ini menghasilkan tampilan lebih artistik sekaligus memperkuat citra desa sebagai Desa Eduwisata Batik (lihat Gambar 15).



**Gambar 15.**

Desain gambar yang akan diimplementasikan dalam bentuk mural

2. Branding offline lainnya adalah tata layout ruangan sebagai mini Galery, yang ditunjukkan pada gambar 16



**Gambar 16.**

Desain tata layout dalam ruangan

3. Branding kemasan produk dilakukan dengan menerapkan pembuatan logo, katalog digital, dan narasi produk yang menggambarkan filosofi batik lokal seperti yang ditunjukkan pada Gambar 17.



**Gambar 17.**  
Desain katalog produk, logo dan kemasan

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat ini telah berhasil merumuskan berbagai solusi strategis untuk menjawab permasalahan utama yang dihadapi komunitas batik wanita di Desa Paseseh, Tanjung Bumi. Melalui kegiatan berupa perancangan media branding telah menghasilkan luaran awal dalam bentuk rancangan galeri mini batik. Walaupun sebagian besar kegiatan masih berada pada tahap rancangan, capaian ini menjadi pondasi penting menuju implementasi nyata. Program ini menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan melalui penguatan branding, dan pengembangan wisata edukatif dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM batik, memperkuat posisi perempuan dalam ekonomi kreatif, serta mendorong lahirnya desa wisata edukatif yang berkelanjutan.

Untuk mencapai dampak yang lebih optimal, tahap berikutnya perlu difokuskan pada implementasi nyata dari rancangan yang telah disusun. Galeri mini batik tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai pusat inovasi dan kegiatan kreatif yang berkelanjutan, misalnya dengan menyelenggarakan workshop batik rutin atau paket wisata tematik bagi pengunjung.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami, selaku tim pengabdian masyarakat, menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para pengrajin batik Desa Paseseh, khususnya kepada Ibu Toyinah selaku Ketua Komunitas Kembang Pote. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Bapak Kepala Desa Paseseh yang telah berkenan memberikan kesempatan diskusi, Kapolsek atas perizinan yang diberikan, serta seluruh warga Desa Paseseh atas dukungan dan partisipasinya dalam kegiatan ini. Kegiatan ini terlaksana melalui Program Pengabdian

kepada Masyarakat Tahun 2025 dengan Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat, yang didanai oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, KEMDIKTISAINTEK berdasarkan Kontrak Nomor 116/C3/DT.05.00/PM/2025 (B/062/UN46.1/PT.01.03/BIMA/PM /2025).

## 6. DAFTAR PUSTAKA

1. Azhar, R. M., Rosyanti, D. M., Evanthy, A., Hardi, I., & Zahra, S. A. A. (2023). Wisata budaya berbasis ekonomi kreatif melalui sustainable tourism di Kampung Batik Okra Surabaya. *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 182–188. <https://pakisjournal.com/index.php/mestaka/article/view/783>
2. Bahrin, D. R., & Wisnu. (2022). Perkembangan motif batik tulis Tanjung Bumi di Desa Paseseh Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan tahun 1990–2010. *AVATARA, e-Journal Pendidikan Sejarah*, 12(3), 1–12. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/45313>
3. Dinas Perindustrian Kabupaten Bangkalan. (2021). *Data sentra industri batik di Kecamatan Tanjung Bumi 2021*.
4. Indriartiningtias, R., Subagyo, S., & Hartono, B. (2017). Knowledge creation pada industri kecil dan menengah: Dalam tinjauan kajian pustaka secara sistematis. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 16(2), 142–149. <https://doi.org/10.23917/jiti.v16i2.4882>
5. Kamil, A., & Dewi, C. (2022). Strategi pengembangan usaha mikro batik Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan. *Journal of Economic Well Being (JOEW)*, 1(1), 11–19. <https://jurnal.trunojoyo.ac.id/JOEW/article/view/13955>
6. Nisa, F. L., Utami, N. T., & Marseto. (2022). Pengembangan wisata berkelanjutan Kampung Batik TIN berbasis pemberdayaan masyarakat wilayah Kelurahan Gundih Kota Surabaya. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 59–64. [https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya\\_jpm/index](https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index)
7. Pradhana, D. P. (2018). *Analisa persebaran pusat industri batik Tanjungbumi menggunakan sistem informasi geografis di Kabupaten Bangkalan* [Skripsi, Universitas Negeri Surabaya].
8. Suminto, R. A. S. (2015). Batik Madura: Menilik ciri khas dan makna filosofinya. *Corak: Jurnal Seni Kriya*, 4(1), 1–12. <https://repository.isi.ac.id/handle/123456789/2356>