

## STRATEGI PEMASARAN UMKM ASAL BATIK

Prihatiningsih<sup>1)</sup>, Ida Savitri Kusmargiani<sup>2)</sup>,  
Nina Woelan Soebroto<sup>3)</sup>, Aris Sunindyo<sup>4)</sup>, Moch Abdul Kodir<sup>5)</sup>, Utami Tri  
Sulistiyorini<sup>6)</sup>, Dina Yeni Martia<sup>7)</sup>, Nyata Nugraha<sup>8)</sup>, Rola Nurul Fajria<sup>9)</sup>

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang, Jl. Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang,  
Semarang, 50275

E-mail: [atin3r@gmail.com](mailto:atin3r@gmail.com)

### Abstract

a product's arrangement The location of a property might also influence buyer interest. Partners' issues include "Asal Batik" packaging, which is still simple in the form of plastic and less appealing, hanging racks (gawangan), which are still made of paralon and are less appealing and incompatible with batik cloth, and the resulting products, which have artistic and aesthetic value. The presence of a more attractive product display employing a carving rod with cultural values in harmony with the batik products on show, as well as goodie bags as supplementary packaging for batik cloth, is the output of this service activity.

**Keywords:** *Batik Cipratan, Packaging, Display, Marketing*

### Abstrak

Kemasan sebuah produk merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi banyaknya penjualan atau minatnya konsumen terhadap produk tersebut. Jika beberapa produk dengan fungsi yang sama dipajang di tempat yang berdekatan orang akan cenderung memilih produk yang memiliki kemasan yang menarik, begitu juga dengan display atau penataan produk dalam sebuah tempat juga dapat mempengaruhi minat pembeli. Permasalahan yang dihadapi oleh Mitra yaitu Kemasan "Asal Batik" yang masih sederhana berupa plastik dan kurang menarik, Rak gantung (gawangan) yang masih menggunakan paralon sehingga kurang menarik dan tidak selaras dengan kain batik, produk yang dihasilkan yang mengandung nilai seni dan estetika. Luaran yang dicapai dari kegiatan Pengabdian ini adalah adanya display produk lebih menarik dengan menggunakan gawangan ukir memiliki nilai etnik serasi dengan produk batik yang dipajang, *goodie bag* sebagai kemasan tambahan kain batik.

**Keyword:** *Batik Cipratan, kemasan, Display, Pemasaran*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Batik merupakan karya seni asli Indonesia yang memiliki nilai-nilai luhur. Batik dapat diaplikasikan ke dalam berbagai karya dengan berbagai media, biasanya membatik menggunakan media kayu untuk membuat topeng atau wayang, media kulit

menjadi wayang kulit dan tas dan media kain. Media kain menjadi media yang paling banyak dipakai oleh pengrajin untuk mengaplikasikan batik. Membatik diatas kain dapat menghasilkan produk yang dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari. Kain batik dapat dimanfaatkan untuk membuat kemeja, blouse, kerudung, slayer, taplak meja, korden, tas, sandal, sepatu dan lain-lain.

Ibu Choirun Nisa merupakan salah satu pengrajin batik, yang berlokasi di Perum Graha Mulia Asri 3 blok D N0.27 RT 04/XXIX Kel. Meteseh Kec. Tembalang – Semarang yang mulai beroperasi tahun 2017, namun usaha batik ini sebenarnya sudah dilakukan sejak tahun 2012 di Sayung demak Kota Kelahiran Beliau. Ibu Chairun Nisa ini merupakan pencipta batik cipratan. Batik Cipratan ini diciptakan pada tahun 2010 yang dilatarbelakangi oleh keterbatasan anak-anak berkebutuhan khusus (ABK) yang merupakan anak-anak didik beliau di sebuah SLB Kota Semarang. Anak-anak berkebutuhan khusus ini mengalami kesulitan dalam membatik menggunakan teknik canting, sehingga Beliau harus berpikir keras untuk mampu menciptakan metode membatik yang dapat diikuti oleh Anak Berkebutuhan Khusus tersebut, maka terciptalah ide batik cipratan ini.

Hasil produksi Ibu Choirun Nisa baru terbatas pada kain batik dengan panjang 2,15 meter dan lebar 1,25 meter dengan merek “Asal Batik” dan pada umumnya digunakan untuk membuat blouse atau kemeja. Motif batik cipratan kombinasi tulis dijual dengan harga Rp 175.000 dan batik tulis dijual Rp 235.000. Batik cipratan ini dapat dikombinasikan dengan batik tulis. Ada beberapa motif yang produksi “Asal Batik” baik motif abstrak, motif bunga, motif warak, dinosaurus dan motif-motif lainnya. Kemasan Produk menggunakan plastik dan merek Asal Batik di sembar kertas yang dimasukkan ke dalam kemasan plastik, dan dibungkus dengan tas. Pengemasan belum menggunakan box yang eksklusif dengan alasan untuk menekan ongkos produksi. Merek Asal Batik ini juga belum didaftarkan hak ciptanya.

Media Promosi yang dilakukan oleh “Asal Batik” adalah dengan *word of mouth* atau *gethok tular* berdasarkan informasi dari mulut ke mulut, selain itu juga melakukan promosi menggunakan media sosial Facebook, instagram, dan whatsapp . Untuk Akun Facebook dan WhatsApp masih menggunakan akun pribadi chairun Nisa dan akun instagram menggunakan “Asal Batik”. *Content* dari sosial media tersebut belum sepenuhnya berisi tentang batik akan tetapi masih bercampur dengan kegiatan pribadi pemiliknya. “Asal Batik” belum memiliki Website sendiri dan belum bermitra dengan *marketplace* yang ada, misalnya Lazada, Shopee, JD.id dan lain-lain.

Penjualan secara langsung dilakukan di rumah dengan memanfaatkan ruang tamu

sebagai *show room* dengan menggunakan display seadanya, dimana kain-kain batik ditata pada rak gantung (gawangan) yang terbuat dari paralon, dan yang lainnya dibiarkan tergeletak di lantai, tidak ada alat peraga untuk memajang hasil karya yang berupa produk yang sudah jadi.

Pembukuan belum dilakukan secara sistematis hanya dilakukan pencatatan secara sederhana terkait dengan pembelian bahan baku dan penjualan kain batik. Keuangan pribadi dan kegiatan usaha masih menjadi satu, yang penting pada saat bahan baku habis masih ada dana yang tersedia untuk pengadaan bahan baku tersebut. Dalam satu bulan penjualan "Asal Batik" rata-rata Rp 5.000.000.

### **Permasalahan Mitra**

Berdasarkan analisis situasi mitra di atas maka yang permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin "Asal Batik" adalah sebagai berikut:

1. Teknik Batik Cipratan belum didaftarkan hak cipta sehingga sangat dimungkinkan untuk dapat diklaim sebagai karya pihak tertentu lainnya
2. Merek dan Logo "Asal Batik" belum memiliki Hak Cipta sehingga sangat dimungkinkan untuk dapat diklaim sebagai karya pihak tertentu lainnya
3. Tempat penjemuran merupakan lahan terbuka yang terkena sinar matahari langsung dan apabila musim hujan mengurangi ruang untuk mengeringkan kain batik, hal ini akan berpengaruh terhadap kualitas batik.
4. Produk yang dihasilkan belum bervariasi masih terbatas pada kain batik dengan ukuran 2,15 m x 1,25 m.
5. Kemasan batik masih menggunakan plastik dengan perekat dan belum menyediakan kemasan tas kain atau goodie bag agar terkesan lebih eksklusif
6. Kegiatan promosi dan penjualan belum memanfaatkan sosial media secara optimal, *Content Social media* masih bercampur dengan kegiatan pribadi yang tidak ada kaitannya dengan bisnis, belum memiliki website, dan belum bekerjasama dengan *marketplace* agar jangkauan pemasaran lebih luas
7. *Show room* dibuat masih seadanya menggunakan rak dari paralon dan belum memiliki alat peraga untuk memajang hasil produksi

Dari hasil pemetaan permasalahan yang dihadapi Mitra maka hal yang menjadi prioritas untuk dibenahi adalah:

## **1. Kemasan batik masih menggunakan plastik dengan perekat**

Kemasan sebuah produk merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi banyaknya penjualan atau minatnya konsumen terhadap produk tersebut. Kebanyakan beberapa pengusaha diluar sana berfikir bahwa kualitas sebuah produk dan cara pemasaran jauh lebih diutamakan untuk meningkatkan penjualan, dibandingkan fokus pada kemasan produk. Padahal beberapa unsur yang mempengaruhi penjualan produk seperti kualitas produk, pelayanan, pemasaran, dan kemasan juga saling mendukung satu sama lain. Jadi, belum tentu juga jika produk dengan kualitas yang bagus maka akan banyak peminatnya, kecuali bila konsumen tersebut benar-benar membutuhkannya. Kemasan suatu produk inilah yang mungkin perlu diperhatikan sebagai bagian dari strategi pemasaran.

Umumnya banyak perusahaan melakukan sebuah riset terlebih dahulu tentang skema warna, desain, maupun jenis pada sebuah kemasan produk yang akan dipasarkannya. Hal ini dilakukan agar tingkat pemasaran produknya jauh lebih luas lagi.

Sebuah kemasan produk juga berperan penting dalam memberikan informasi produk seperti, manfaat, kegunaan, tagline, maupun cara perawatan. Semuanya bisa dicantumkan pada desain kemasan agar konsumen tahu tentang manfaat dari produk tersebut, yang terpenting janganlah menyampaikan semuanya hingga desain menjadi penuh dan malah membuat konsumen menjadi jenuh melihatnya. Produsen bebas mencantumkan informasi apapun yang nantinya bisa mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, akan tetapi jangan terlalu berlebihan dalam menyampaikan seluruh informasi yang dimiliki.

Kemasan juga bisa dijadikan sebagai identitas bagi sebuah produk, misalnya ada beberapa produk A dan B yang ditata rapi pada sebuah toko, produk tersebut secara fungsi sama, namun karena kemasannya berbeda bisa jadi konsumen akan lebih cenderung memilih produk yang memiliki kemasan yang menarik menurutnya.

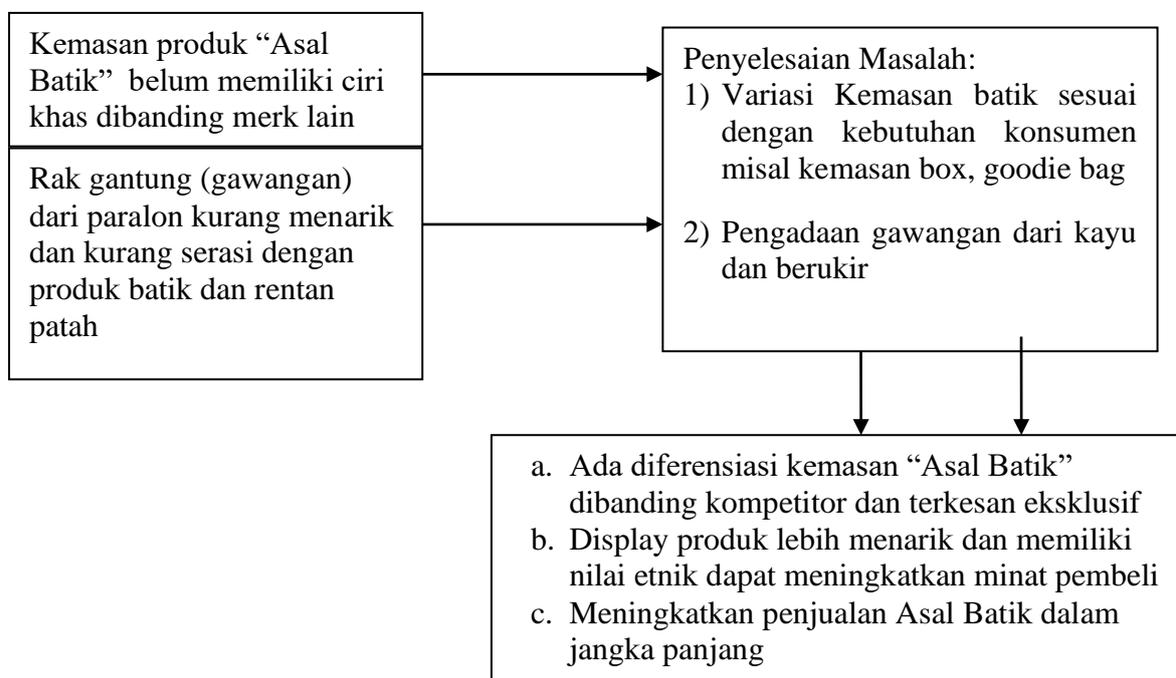
## **2. Display produk dibuat masih seadanya menggunakan rak dari paralon**

Display adalah kegiatan menata produk atau barang dagangan dengan cara dan strategi tertentu sesuai kondisi tertentu. Kondisi disini berhubungan erat dengan jenis produk atau barang dagangan, tempat dan situasi.

Display atau penataan barang dilakukan bukan hanya sekedar barang tersedia didalam toko

atau tempat menjual, namun lebih dari itu, display produk dilakukan agar konsumen dengan mudah bisa melihat dan memilih produk yang ditawarkan, sehingga diharapkan konsumen akan leluasa dan nyaman agar terjadi pembelian produk yang ditawarkan. Penataan kain batik yang dilakukan oleh “Asal Batik” masih sederhana dengan menempati ruang tamu dan ditata pada rak gantung (gawangan) yang terbuat dari paralon, yang memiliki kekuatan yang terbatas.

Berdasarkan analisis situasi dan Pemetaan Masalah yang dihadapi Mitra dapat digambarkan roadmap permasalahan, pemecahan masalah dan manfaat bagi Mitra, sebagai berikut:



Gambar 1. Roadmap Identifikasi, Penyelesaian dan Manfaat bagi Mitra

## METODE PENGABDIAN

Dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini metode yang dilaksanakan adalah sebagai berikut :

1. *Lecturing* yaitu transfer pengetahuan dasar tentang peranan kemasan dan display dalam membangkitkan minat calon pembeli
2. Melakukan diferensiasi kemasan “Asal Batik” sesuai kebutuhan konsumen
3. Pengadaan gawangan yang berbahan baku kayu, berukir agar lebih kokoh dan memiliki nilai etnik sehingga display produk lebih menarik

## Rancangan Evaluasi

Evaluasi yang dilakukan untuk program ini disesuaikan dengan tujuan yang telah ditetapkan ini tercapai maka program kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dinyatakan berhasil. Rancangan evaluasi yang akan dilakukan dapat digambarkan pada Tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1  
Tujuan dan Evaluasi Program

Tujuan	Evaluasi Program
Ada diferensiasi kemasan “Asal Batik” dibanding kompetitor dan terkesan eksklusif	Hasil redesain kemasan “Asal Batik”
Display produk lebih menarik dan memiliki nilai etnik dapat meningkatkan minat pembeli	Pengadaan gawangan kayu, berukir
Meningkatkan penjualan Asal Batik dalam jangka panjang	Adanya tren peningkatan penjualan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Sabtu, 11 September 2021 di UMKM Asal Batik Kel. Meteseh Kec. Tembalang – Semarang. Tim Pengabdi terdiri dari sembilan orang dosen Polines. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat terdiri dari: (1) berdiskusi dan bertukar pikiran dalam rangka pengembangan UMKM Batik di masa pandemi covid-19, khususnya strategi pemasaran yang diterapkan, (2) Penyerahan goodie bag dan gawangan ukir untuk memajang kain batik hasil produksi ASAL Batik. Selama masa pandemi persediaan kain batik tidak terlalu banyak, dan lebih mengutamakan memproduksi kain batik berdasarkan pesanan agar perputaran modal kerjanya semakin pendek.

Hasil yang dicapai setelah kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat sebagai berikut: (1) tersedianya gawangan ukir untuk memajang kain batik hasil produksi Asal batik sehingga memudahkan pelanggan dalam memilih motif batik yang diinginkannya; (2) tersedianya goodie bag sebagai pengganti kantong plastik, lebih ramah lingkungan dan dapat digunakan kembali sekaligus dapat menjadi alat promosi untuk lebih memperkenalkan asal batik ke masyarakat.

## **Dampak Pengabdian Kepada Masyarakat Terhadap Mitra**

Dengan adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini display kain batik ciptaran hasil produksi Asal Batik menjadi lebih menarik, memudahkan pelanggan memilih motif batik yang disukainya, dan pembuatan goodie bag yang memuat identitas Asal Batik sebagai kemasan batik membuat Asal Batik lebih dikenal masyarakat luas, sehingga dalam jangka panjang akan berdampak pada peningkatan penjualan.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan pada rangkaian kegiatan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kepada mitra dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan target yang sudah ditetapkan sebelumnya, di tengah keterbatasan karena epidemi Covid-19
2. Mitra Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat memiliki gawangan batik ukir untuk memajang hasil produksi kain batik yang memudahkan pelanggan memilih motif kain yang disukainya
3. *Goodie bag* sebagai pengganti kantong plastik yang dilengkapi logo Asal Batik merupakan sarana promosi secara tidak langsung agar Asal Batik lebih dikenal di masyarakat.

### **Saran**

Berdasarkan pada pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, maka hal yang dapat disarankan untuk kegiatan pengabdian di masa yang akan datang sebagai berikut:

Berdasarkan analisis situasi masih ada beberapa masalah Mitra yang perlu ditindaklanjuti agar UMKM Asal Batik lebih maju lagi sehingga akan ada lebih banyak Anak Berkebutuhan Khusus yang terserap.