

PENERAPAN TEKNOLOGI PEMASARAN ONLINE DAN BATIK CAP KUB BATIK SEKAR CANTRIK TEMANGGUNG

Sandi Supaya^{1)*}, Mardinawati²⁾, Bagus Yuniyanto Wibowo¹⁾

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang
Jln. Prof. Soedarto Semarang

²Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang
Jln. Prof. Soedarto Semarang

*Email: sandi552017@gmail.com

Abstract

The Sekar Cantrik Batik Business Group still has limitations on online marketing technology, but the general public is used to doing online shopping. The purpose of this community service program is to improve the ability of partner members in implementing online marketing, updating the display of data on online marketing blogs. Partner problems are that products are still marketed in the surrounding environment, marketing is still through exhibitions and friends, not yet doing online marketing. From these problems the solution given is the practice of implementing online marketing. The approach method used is the practice of applying and updating online marketing data, business assistance and monitoring. The results of this activity are content updates in the form of profiles, product photos, descriptions of batik products in the online marketing system. The conclusion of this community service activity is to increase the partner's ability to manage business and online marketing. Suggestions given for the development and continued service programs are to increase service partners from SMEs or Joint Business Groups to SMI (Small and Medium Industries).

Keywords: *Batik, SME, Online Marketing, Product Cost*

Abstrak

Kelompok Usaha Batik Sekar Cantrik masih masih mempunyai keterbatasan teknologi pemasaran online, namun masyarakat umum telah biasa melakukan belanja online. Tujuan dari program pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan kemampuan anggota mitra dalam mengimplementasikan pemasaran online, mengupdate tampilan data pada blog pemasaran online, Permasalahan mitra adalah produk masih dipasarkan pada lingkungan sekitar, pemasaran masih melalui pameran dan teman, belum melakukan pemasaran online. Dari permasalahan tersebut solusi yang diberikan adalah praktek implementasi pemasaran online. Metode pendekatan yang digunakan adalah praktek mengaplikasikan dan mengupdate data pemasaran online, pendampingan usaha dan monitoring. Hasil kegiatan ini adalah update isi yang berupa profil, foto produk, keterangan dari produk batik pada sistem pemasaran online. Kesimpulan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola usaha dan pemasaran online. Saran diberikan untuk pengembangan dan program pengabdian lanjutan adalah peningkatan mitra pengabdian dari UKM atau Kelompok Usaha Bersama menjadi IKM (Industri Kecil Menengah).

Kata Kunci: *Batik, UKM, Pemasaran Pnline, Harga Pokok Produk*

PENDAHULUAN

Selama ini hasil kain batik dipasarkan melalui kenalan, pameran yang diadakan oleh pemerintah kota Temanggung. Produksi atau penjualan dilaksanakan berdasarkan

pesanan, yang mengikuti permintaan atau pesanan pembeli. Warna dan motif batik dibuat sesuai keinginan atau permintaan pembeli. Sebelum pandemic covid 19, kegiatan pameran yang rutin diikuti setiap tahun adalah pada tahun 2019 adalah pameran Festival Kopi di Kota Temanggung sebanyak 2 kali. Dalam setiap acara pameran, penyelenggara tidak hanya menampilkan produk tertentu saja, namun disediakan stand untuk UKM lainnya, seperti UKM batik. Pada masa pandemic Covid 19 kegiatan pameran rutin ditiadakan. Pemasaran batik dilaksanakan melalui teman, kenalan yang berada di sekitar kota Temanggung. Hasil produk batik dari kelompok ini belum banyak dikenal ke masyarakat luas, mengingat kota Temanggung bukan kota penghasil batik. Upaya promosi dilakukan dalam ajang kegiatan pameran, namun hanya menjangkau di kalangan pengunjung, belum menjangkau masyarakat luas.

Dalam memproduksi batik cap, KUB Sekar Cantrik menggunakan peralatan berupa wajan dan kompor cap, serta meja cap. Sedangkan alat cap yang digunakan selama ini, adalah alat batik cap yang terbuat dari karton dan kayu. Alat batik cap ini hanya dapat digunakan maksimal sampai 30 lembar kain, kemudian harus diganti membuat alat cap yang baru. Kelemahan menggunakan alat cap dari bahan karton dan kayu ini adalah bahwa produk batik cap mempunyai desain yang kurang detail, sehingga kualitas batik cap kurang maksimal. Jika banyak pesanan batik cap, maka KUB Sekar Cantrik harus meminjam alat cap bahan dari tembaga, pada kelompok lain, jika kelompok lain sedang tidak menggunakan alat cap tersebut. Tujuannya batik cap yang dihasilkan lebih rapi.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan kemampuan anggota KUB Sekar Cantrik dalam mengimplementasikan pemasaran online, mengupdate data tampilan pada blog pemasaran online.

METODE PELAKSANAAN

Mitra dalam program pengabdian kepada masyarakat ini adalah kelompok pengrajin batik Desa Gesing Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung. Kelompok batik ini diberi nama KUB Sekar Cantrik, dibentuk pada tahun 2017, dengan diketuai oleh Ibu Rifai. Jumlah anggota sebanyak 9 orang ibu rumah tangga. Keterlibatan mitra dalam kegiatan ini terdapat pada koordinasi pelaksanaan, perencanaan dan pengorganisasian peserta, tempat, fasilitas, waktu, dan penyediaan data yang diperlukan dalam praktek menyusun pemasaran online.

Untuk memperluas penjualan produk batik, dilakukan dengan mengikuti perkembangan teknologi informasi khususnya pada kegiatan pemasaran, yaitu melalui sebuah website toko online dimana pembeli bisa berasal dari banyak daerah (Susanto.2019). Sedangkan Menurut Kasmi (2017) dalam hasil penelitiannya bahwa aplikasi E-Commerce memberikan dampak yang sangat baik terhadap penjualan produk.

Metode pendekatan yang akan digunakan adalah pelatihan internet dan Praktek menyusun pemasaran online.. Metode pendekatan yang lain adalah pendampingan usaha dan monitoring. Tim membuat desain pemasaran online produk batik Sekar Cantrik. Hasil desain pemasaran online digunakan untuk praktek para anggota KUB Sekar Cantrik. Pendampingan dan monitoring diberikan pada saat KUB Sekar Cantrik mengelola pemasaran melalui web pemasaran online. Proses perencanaan dan metode yang digunakan terdapat pada gambar *flowcart* berikut ini.



Gambar 1. Flowchart Proses Perencanaan dan Metode Pelaksanaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kunjungan Tim yang pertama ini dilakukan pada tanggal 15 Agustus 2021. Hasilnya telah dilakukan pengumpulan data dan informasi tentang hasil produk batik dari kelompok Batik Sekar Cantrik. Informasi berupa jenis, nama motif batik dan harga. Informasi tersebut digunakan sebagai dasar penyusunan desain pemasaran online. Persiapan yang dilakukan oleh oleh Tim adalah membuat panduan dalam bentuk modul sederhana yang dapat digunakan oleh peserta pada saat pelatihan dan praktek pemasaran online. Tim menyiapkan desain pemasaran online menggunakan bahan informasi produk yang telah dikumpulkan pada saat kunjungan pertama.

Pelaksanaan kegiatan tahap dua dilaksanakan pada tanggal 11 September 2021. Kegiatan yang pertama adalah pelatihan dan praktek tentang pengetahuan internet secara umum. Setelah peserta sudah memahami internet secara umum, dilanjutkan pelatihan dan pratek menambahkan dan mengupdate data dan informasi produk pada desain pemasaran online yang telah disiapkan oleh Tim.

Pemasaran online ini yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan KUB Sekar Cantrik. Produk batik Sekar Cantrik ditargetkan dikenal dan dijual diberbagai kota. KUB Sekar Cantrik yang masih berskala kecil dan masih minim teknologi sehingga dipilih bentuk pemasaran yang sesuai yaitu blogspot. Desain pada blogspot ini dirancang sesuai dengan kebutuhan KUB Sekar Cantrik dan sesuai dengan pilihan penggunaan aplikasi masyarakat pada umumnya. Dengan demikian KUB Sekar Cantrik mudah menggunakan aplikasi pemasaran online tersebut.



Gambar 2. Pelatihan Pemasaran Online



Gambar 3. Hasil Produk Kain Batik Cap

Desain pemasaran online dibuat menggunakan aplikasi OS Commerce yaitu suatu program *e-commerce* yang digunakan untuk mengelola perbelanjaan online berbasis web. OS Commerce ini dapat digunakan di berbagai web server yang sudah terinstall PHP dan

database MySQL. *MySQL* merupakan *software* RDBMS (atau *server database*) yang dapat mengelola *database* dengan sangat cepat, dapat menampung data dalam jumlah besar, dapat diakses oleh banyak *user* (*multi-user*), dan dapat melakukan suatu proses secara sinkron atau berbarengan (*multi-threaded*).

Hasil dari praktek pemasaran online adalah kemampuan mitra dalam mengupdate isi atau kontens yang berupa profil, foto produk serta informasi harga dan keterangan dari produk batik pada sistem pemasaran online meningkat, dan memiliki blog pemasaran online dengan alamat lynk address:

<https://batiksekarcantriktemanggungjawatengah.blogspot.com>.

Setelah kelompok pengrajin batik mempunyai sistem pemasaran online dengan alamat tersebut di atas, maka produk batik KUB Sekar Cantrik ini semakin dikenal secara luas, sampai keluar daerah, yang sebelumnya hanya dikenal di lingkungan sekitar kota Temanggung, teman atau kenalan, sekarang bisa dikenal lebih luas. Setelah diadakan kegiatan ini, KUB Sekar Cantrik sudah mulai mendapatkan pesanan, dan sudah mendapatkan kepercayaan dari pelanggan yang akhirnya sampai kepada pemesanan kain batik. Hal ini seperti pada hasil penelitian bahwa variabel kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam transaksi e-commerce (Raharjanti; 2020). Adapun tampilan sistem pemasaran online terdapat pada gambar-gambar berikut.



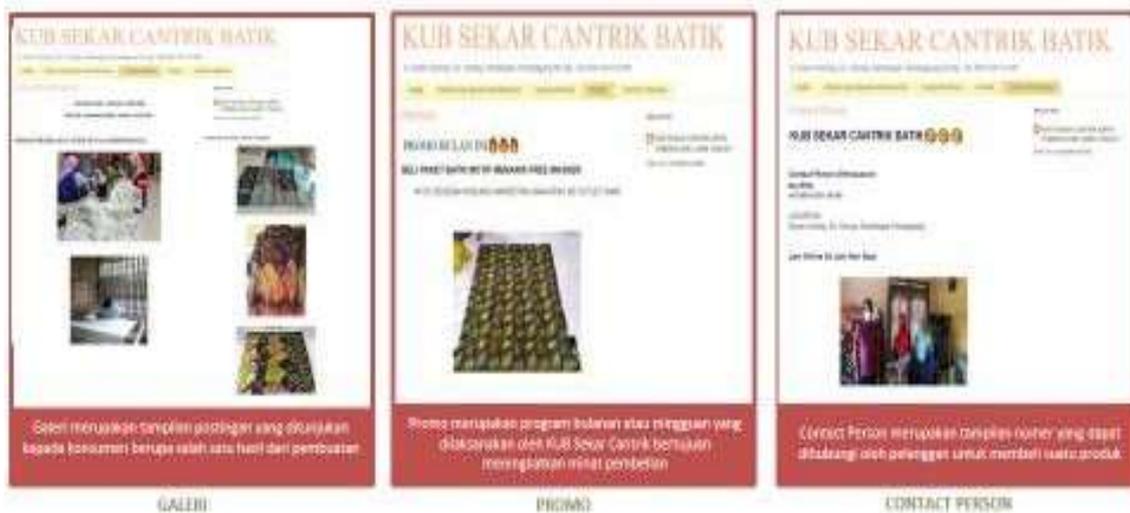
Gambar 4. Laman Blog Pemasaran Online Sekar Cantrik

TAMPILAN PEMASARAN ONLINE



Gambar 5. Tampilan Laman Blog Pemasaran Online Sekar Cantrik

TAMPILAN PEMASARAN ONLINE



Gambar 6. Tampilan Blog Pemasaran Online Sekar Cantrik

SIMPULAN

Kegiatan program pengabdian ini sangat bermanfaat bagi mitra dalam mengelola usaha batik untuk memperluas jangkauan pemasaran. Peserta KUB Sekar Cantrik mampu mendesain serta mengimplementasikan pemasaran online. Melalui sistem pemasaran

online, maka produk batik dari KUB Sekar Cantrik semakin dikenal sampai luar daerah. Kegiatan ini mampu, meningkatkan produksi/penjualan sebesar sepuluh persen, Saran diberikan untuk pengembangan dan program pengabdian lanjutan adalah peningkatan mitra pengabdian dari UKM atau KUB menjadi IKM (Industri Kecil Menengah).

DAFTAR PUSTAKA

Helianthusonfri, Jefferly. 2012. *Membangun Toko Online dengan Blogger*. Jakarta: PT. Gramedia.

Kasmi , Adi Nurdian Candra. 2017. **Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu**. Lampung: *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*. Vol. 15. No. 02. Hal. 109-111.

Raharjanti Rani. 2020. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Transaksi E-Commerce. *Manajerial*. Vol. 19 No. 01.

Susanto, Wahyu Eko; Siti Makrifatul Arifah. 2019. Rancang Bangun E-Commerce Batik Tulis Berbasis Website Dengan Metode Rapid Application Development. *Jogyakarta: Bianglala Informatika*. Vol. 07 No. 01. Hal. 85-91