

PENDAMPINGAN SISTEM PEMASARAN BERBASIS *ONLINE* PADA PRODUK BATIK BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) MULYA ABADI DI DUSUN TIRTA MULYA KABUPATEN BUNGO

Krisna Suryanti¹, Latifah Aisyah², Putri Rizky Ramadhani³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

E-mail: krisnasuryanti@uinjambi.ac.id¹, latifah.tifah1819@gmail.com²,
putririzkyramadhani581@gmail.com³

Abstract

The Mulya Abadi Village-Owned Enterprise (BUMDes) which is engaged in batik marking business activities known as Batik Tirta Mulya is a business activity that has prospects from a social and economic perspective. However, so far BUMDes Mulya Abadi products are still marketed or sold only to local residents, even though by utilizing technological developments, the sales system can be carried out online as a promotional medium, with the hope that the marketing segment will not only be local, but can reach the national level. and even international. The aim of this community service is to provide knowledge and skills to BUMDes management staff through the use of e-commerce technology to expand product sales marketing. The results obtained from this service are in the form of an e-commerce website, which can reach wider marketing and it is hoped that product sales will increase. Apart from that, consumers can also save time, costs and energy and make it easier to make transactions or get to know Batik Tirta Mulya even though they don't come to Dusun Tirta Mulya.

Keywords: Marketing, BUMDes, E-commerce, Batik.

Abstrak

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Mulya Abadi yang bergerak dalam kegiatan usaha penandaan batik yang dikenal dengan nama Batik Tirta Mulya merupakan kegiatan usaha yang mempunyai prospek dari segi sosial maupun ekonomi. Namun, selama ini produk-produk BUMDes Mulya Abadi masih dipasarkan atau dijual hanya kepada warga sekitar, padahal dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, sistem penjualan dapat dilakukan berbasis online sebagai media promosinya, yang diharapkan segmen pemasarannya tidak hanya bersifat lokal, namun dapat menjangkau hingga tingkat nasional dan bahkan internasional. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada perangkat pengelola BUMDes melalui pemanfaatan teknologi e-commerce untuk memperluas pemasaran penjualan produk. Hasil yang diperoleh dari pengabdian

ini berupa *website e-commerce*, yang dapat menjangkau pemasaran menjadi lebih luas dan diharapkan penjualan produk semakin meningkat. Selain itu, konsumen juga dapat menghemat waktu, biaya, dan tenaga serta memudahkan dalam bertransaksi atau mengenal Batik Tirta Mulya meskipun tidak datang ke Dusun Tirta Mulya.

Kata Kunci: Pemasaran, BUMDes, E-commerce, Batik.

PENDAHULUAN

Batik adalah kain Indonesia Bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu yang memiliki kekhasan.¹ Keberadaan batik di nusantara merupakan sebuah fakta historis dan dapat dibuktikan keberadaannya serta mewakili historis tersebut di Indonesia saat ini.² Sebagai keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait, oleh UNESCO telah ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) sejak 2 Oktober 2009³, sehingga sejak saat itu 2 Oktober ditetapkan sebagai Hari Batik Nasional. Menurut Evawarni (2015), batik tidak pernah berhenti berkembang, justru sebaliknya batik selalu bergerak mengikuti perkembangan zaman dan kebudayaan masyarakat yang membuatnya.⁴ Perkembangan zaman dan kebudayaan tidak terlepas dari teknologi informasi dan komunikasi, yang mana teknologi dapat dimanfaatkan dalam berbagai segi kehidupan, termasuk dalam kegiatan usaha batik.

Menurut Pratiwi (2021) model pemasaran batik berbasis digital marketing dinyatakan *goodness of fit model* berdasarkan nilai CFA dan penerapan *marketing digital*, mampu menunjukkan hasil signifikan dalam penjualan batik di masa *new normal* pandemic covid 19 di Rafida Bating Pilang Masaran Sragen.⁵ Menurut Hendriyani *et. al* (2020) penjualan menggunakan *WhatsApp Business* mengalami peningkatan sebesar 43% dari tahun 2018 ke Januari 2019.⁶ Menurut Indika (2017) media sosial Instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen memiliki nilai

¹ Kamus Bahasa Indonesia Daring Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. Diarsipkan dari versi asli tanggal 29 Maret 2016. Diakses tanggal 1 September 2022.

² Adcharina Pratiwi dan Suranto, *Model Pemasaran batik Berbasis Digital Marketing Era New Normal Covid 19 (Rafida Batik Sentra industri Pilang Masaran Sragen)*, SNTIKI 13 Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, E-ISSN: 2579-5406, 2021, hlm. 192.

³ UNESCO: Indonesian Batik

⁴ <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbkepri/keanekaragaman-motif-batik-jambi/>

⁵ Adcharina Pratiwi dan Suranto, *Model Pemasaran...*, hlm. 198

⁶ Chandra Hendriyani, dkk., *Analysis of WhatsApp Business Usage in Encouraging Sales and Customer Engagement at PT Saung Angklung Udjo*. Jurnal AdBispreneur 5 (2), (2020), hal.198.

korelasi sebesar 70.9% antara media sosial Instagram dengan minat beli, artinya semakin efektif media sosial Instagram, maka semakin tinggi minat beli konsumen.⁷

Di Dusun Tirta Mulya (Unit 7) Kecamatan Pelepat Ilir Kabupaten Bungo Provinsi Jambi terdapat BUMDes yang lebih rekat dikenal dengan BUMDus Mulya Abadi yang bergerak dalam kegiatan usaha pembuatan batik. BUMDus Mulya Abadi didirikan berdasarkan Peraturan Dusun Tirta Mulya nomor 8 Tahun 2017 tentang Badan Usaha Mulya Abadi yang beralamatkan di Jalan Merak. Kegiatan usaha ini memiliki prospek yang sangat bagus, baik ditinjau dari segi sosial maupun segi ekonomi. Dilihat dari segi sosial, dengan adanya kegiatan usaha tersebut akan membantu masyarakat Dusun Tirta Mulya maupun desa-desa lain lebih dekat untuk mendapatkan bahan (baju batik) yang selama ini belum terpenuhi oleh pasar, dan berujung pada peningkatan ekonomi desa dan masyarakat dimana belum terdapat pesaing di wilayah Kecamatan Pelepat Ilir yang meliputi 17 desa.⁸

Meski batik BUMDus Mulya Abadi atau lebih dikenal dengan Batik Tirta Mulya telah terkenal di Kecamatan Pelepat Ilir bahkan di Kabupaten Bungo, akan tetapi untuk sistem pemasarannya masih berbasis sederhana seperti pemesanan yang datang langsung ke rumah batik BUMDus Mulya Abadi ataupun melalui telepon saja. Serta batik ini hampir memenangkan kejuaraan di Tingkat nasional, namun karena dalam hal pemasaran belum menggunakan teknologi sehingga belum bisa memenangkan kejuaraan dalam bidang pengembangan ekonomi desa. Berdasarkan hal tersebut maka dikembangkanlah sistem pemasaran batik berbasis teknologi yang lebih sesuai dengan perkembangan IPTEK seperti pemasaran berbasis *website* yang memuat *WhatsApp Business*, *Shopee*, dan juga *Instagram*. Luasnya jangkauan dari teknologi *WhatsApp Business*, *Shopee* dan juga *Instagram* diharapkan dapat membuat Batik Tirta Mulya dikenal lebih luas lagi dan jumlah pesanan menjadi lebih banyak sehingga semakin meningkatkan ekonomi masyarakat Dusun Tirta Mulya.

METODE

Adapun metode pelaksanaan dalam kegiatan pendampingan ini adalah: 1) penjelasan model pemasaran dengan menyampaikan materi mengenai *e-commerce* yang akan digunakan; 2) penjelasan manfaat media internet sebagai sarana penjualan batik dengan mengadakan pelatihan mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi dalam mendukung usaha setempat; 3) penerapan *e-commerce* (penyuluhan dan pelatihan pekerja batik dalam mengelola web dengan mengenalkan kepada masyarakat mengenai *e-commerce* yang dibuat dalam melakukan penjualan batik secara online.

⁷ Deru R. Indika dan Cindy Jovita, *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*, Jurnal Bisnis Terapan 1 (1), 2017, hlm. 29-30.

⁸ *Rencana Pengembangan Usaha (Business Plan) Usaha Pengelolaan Batik Badan Usaha Milik Desa "Mulya abadi"*, Desa/Dusun Tirta Mulya Kecamatan Pelepat Ilir Kabupaten Bungo, 2020

Kegiatan pengembangan sistem pemasaran batik merupakan perwujudan dari program kerja kolaborasi dosen dan mahasiswa UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang merupakan bentuk kegiatan dalam mengabdikan kepada masyarakat, dengan pendekatan lintas keilmuan dan sektoral selama kurun waktu tertentu dan berlangsung di daerah tertentu⁹, dalam hal ini dilaksanakan di Dusun Tirta Mulya (Unit 7) Kecamatan Pelepat Ilir Kabupaten Bungo Provinsi Jambi terhitung dari tanggal 05 Juli – 03 Agustus 2023.

HASIL DAN DISKUSI

Pengembangan sistem pemasaran batik ini diawali dengan proses sebagai berikut: a) pemetaan sosial; b) penentuan solusi masalah; c) pembuatan *website* termasuk di dalamnya *WhatsApp Business*, *Shopee* dan juga *Instagram*; d) menjalankan metode pelaksanaan seperti yang telah disebutkan sebelumnya.

Pemetaan sosial merupakan kegiatan mengidentifikasi masalah, potensi, dan peluang di sebuah desa.¹⁰ Pemetaan sosial dalam hal ini dilakukan melalui observasi wilayah untuk mengetahui adanya kegiatan-kegiatan usaha, setelah ditemukan adanya BUMDus Mulya Abadi dilakukan wawancara terhadap pengelola BUMDus tersebut untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi, salah satu yang ditemukan tersebut adalah adanya keterbatasan dalam sistem pemasaran. Pemasaran adalah bagian yang tergolong penting bagi sebuah usaha maupun seorang pengusaha, oleh karena itu pengusaha atau pemilik kegiatan usaha harus memahami dan memiliki strategi pemasaran dalam memasarkan barang atau produk secara lebih baik dan lebih luas dibandingkan pesaing.¹¹

Berdasarkan masalah tersebut ditentukanlah solusi yakni dengan mengembangkan sistem pemasaran batik berbasis teknologi seperti *website* yang didalamnya terdapat *WhatsApp Business*, *Shopee* dan juga *Instagram* untuk proses pemesanan dan juga pencarian informasi mengenai Batik Tirta Mulya. Selanjutnya dibuatlah *website* dan akun *WhatsApp Business*, *Shopee* dan juga *Instagram*. Adapun *website* dari pemasaran Batik Tirta Mulya dapat diakses melalui: <https://batiktirtamulya.blogspot.com/2022/07/blog-post.html?m=1>, atau dapat dengan men-*scan barcode* pada gambar 1.

⁹ <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/ProsidingKNPP/article/download/1669/1287>

¹⁰ <https://chub.fisipol.ugm.ac.id/2022/02/22/pemetaan-sosial-memetakan-permasalahan-dan-penyelesaian/>

¹¹ Rodhiah, dkk., *Entrepreneurship: Strategi Pemasaran dan Pengembangan Produk usaha Rumah Batik Setu di Tangerang Selatan*, Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia 3 (2), (2020), hal. 522



Gambar 1: Barcode situs web Batik Tirta Mulya

Adapun tampilan awal dari *website* dapat dilihat pada gambar 2, yang mana terdapat *link* shopee, *WhatsApp Business* dan Instagram yang ditunjukkan oleh panah, kemudian juga terdapat model baju batik yang jika digulir akan terdapat banyak model baju batik, dan pada bagian bawah terdapat gambar lembaran batik yang bila di klik akan menunjukkan deskripsi tentang Batik Tirta Mulya dan beberapa jenis motif kain batik seperti pada gambar 3 dan 4. Untuk Shopee dapat diakses melalui: https://shopee.co.id/batik_tirta_mulya_shop atau dengan mengunjungi toko **Batik Tirta Mulya** di aplikasi Shopee yang mana menunjukkan beberapa produk baju batik dan motif kain batik beserta dengan harga seperti pada gambar 5. Shopee sendiri merupakan salah satu aplikasi *marketplace* yang dapat diakses secara *online* melalui *smartphone*, dimana pada aplikasi tersebut menawarkan berbagai produk kebutuhan sehari-hari¹², termasuk batik.



Gambar 2: Tampilan depan *website* Batik Tirta Mulya

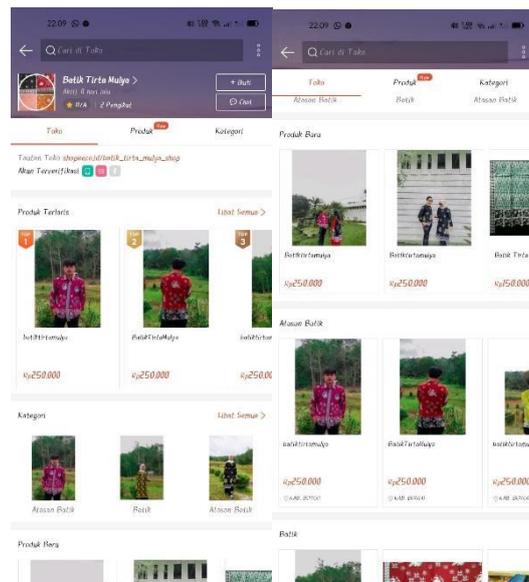
¹² Yoga Endhi Pratama, dkk., *Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee di Surakarta Ditinjau dari Kualitas Layanan, Online Customer Review dan Kepercayaan*, Jurnal Edunomika 3 (2), (2019), hal. 445



Gambar 3: Tampilan bawah Website Batik Tirta Mulya



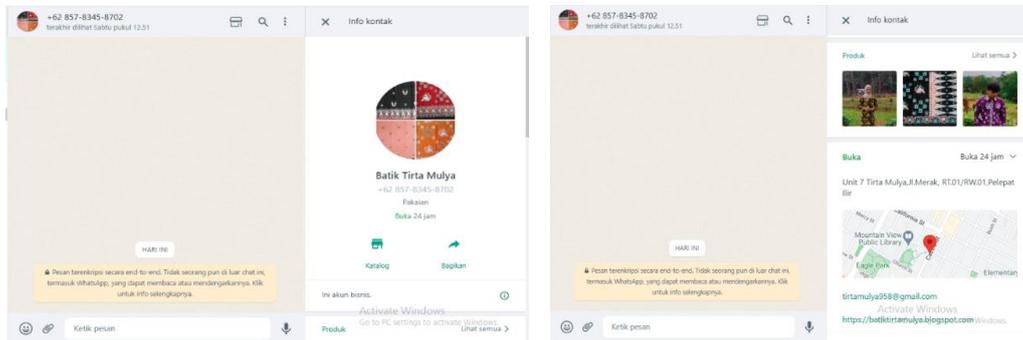
Gambar 4: Tampilan yang muncul jika mengklik gambar kain batik di bagian bawah



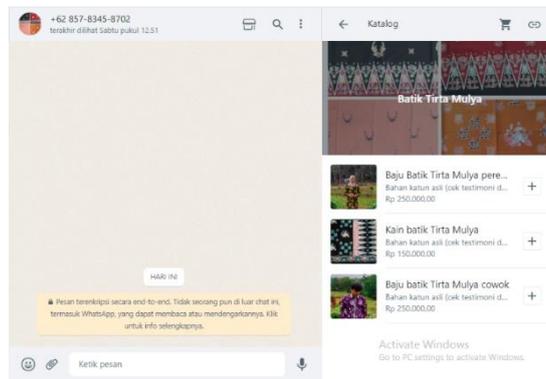
Gambar 5: Toko Batik Tirta Mulya pada situs Shopee dan beberapa produk yang ditawarkan

Untuk pemesanan ataupun informasi lebih lanjut mengenai Batik Tirta Mulya dapat menghubungi nomor *WhatsApp Business* berikut: **0857-8345-8702**, yang mana

profilnya terdapat pada gambar 6. Pada bagian katalog jika diklik akan menampilkan beberapa kelompok produk, mulai dari baju batik pria, baju batik wanita dan lembaran kain batik seperti gambar 7.

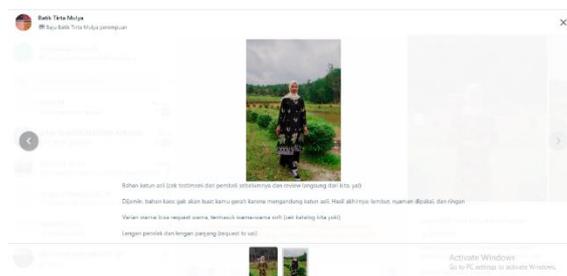


Gambar 6: Profil WhatsApp Business Batik Tirta Mulya

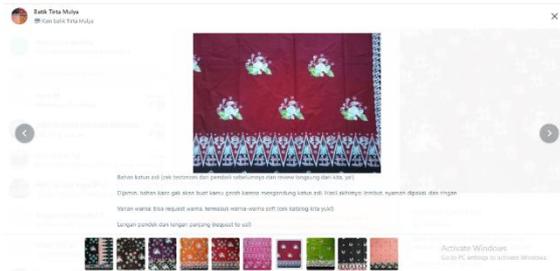


Gambar 7: Tampilan Katalog

Gambar 8, 9 dan 10 adalah tampilan produk jika mengklik salah satu kelompok produk di bagian katalog, juga terdapat deskripsi tentang batik dan juga beberapa model/motif yang berbeda dari setiap gambarnya. *WhatsApp Business* sendiri merupakan aplikasi khusus dari *WhatsApp* yang memungkinkan pelaku bisnis mengirimkan pesan kepada pelanggan secara efisien, aplikasi ini dilengkapi fitur berbagi lokasi, berbagi dokumen, daftar kontak, dan penggunaan *websites*. Adapun fitur tambahan yang tersedia untuk pelaku bisnis adalah *profile business*, *label chat*, pesan otomatis dan statistik pesanan.



Gambar 8: Produk baju batik wanita



Gambar 9: Produk kain batik



Gambar 10: Produk baju batik pria

Untuk Instagram dapat digunakan untuk promosi dan dapat diakses melalui https://www.instagram.com/invites/contact/?i=8dagnv47q6rb&utm_content=p18l2me atau mengunjungi **@batik_tirtamulya** dengan profil seperti gambar 11.



Gambar 11: Profil Instagram Batik Tirta Mulya

Selanjutnya, setelah seluruh akun selesai, diadakan penjelasan model pemasaran, dijelaskan manfaat media internet sebagai sarana penjualan batik, dan diadakan

pelatihan penggunaan *e-commerce* (penyuluhan dan pelatihan pekerja batik dalam mengelola website) terhadap pekerja Batik BUMDus Mulya Abadi terkait penggunaan akun, pemostingian produk dan pengecekan pesanan hingga persiapan pengiriman produk.



Gambar 12: Pelatihan penggunaan website terhadap pekerja batik

KESIMPULAN

Pemasaran adalah bagian yang tergolong penting bagi sebuah usaha, sehingga perlu memiliki strategi pemasaran dalam memasarkan produk secara lebih baik, lebih luas dan lebih mengikuti zaman, salah satunya dengan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) seperti penggunaan *website*, *marketplace* seperti Shopee, dan aplikasi *WhatsApp Business*, hingga pemanfaatan Instagram sebagai media promosi. Dengan adanya media promosi ini dapat meningkatkan penghasilan masyarakat dan produksi masyarakat dapat dikenal kota lain maupun provinsi lain yang nantinya dapat merambah di kanca internasional.

DAFTAR RUJUKAN

- Arman, D. 2015. *Keanekaragaman Motif Batik jambi*. <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbkepri/keanekaragaman-motif-batik-jambi/> diakses tanggal 31 Agustus 2022.
- Badan Usaha Milik Desa/Dusun Tirta Mulya. 2020. *Rencana Pengembangan Usaha (Business Plan) Usaha Pengelolaan Batik Badan Usaha Milik Desa "Mulya abadi"*. Bungo: Artikel tidak diterbitkan.
- Hendriyani, C. dkk. 2020. *Analysis of WhatsApp Business Usage in Encouraging Sales and Costumer Engagement at PT Saung Angklung Udjo*. *Jurnal AdBispreneur* 5 (2): hal. 193 – 200.

- Indika, DR dan Cindy Jovita. 2017. *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*, Jurnal Bisnis Terapan 1 (1): hlm. 25-32.
- Kamus Bahasa Indonesia Daring Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. Diarsipkan dari versi asli tanggal 29 Maret 2016. Diakses tanggal 1 September 2022.
- Pratama, EP. dkk. 2019. *Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee di Surakarta Ditinjau dari Kualitas Layanan, Online Customer Review dan Kepercayaan*, Jurnal Edunomika 3 (2): hal. 445 – 453.
- Pratiwi, A dan Suranto. 2021. *Model Pemasaran batik Berbasis Digital Marketing Era New Normal Covid 19 (Rafida Batik Sentra Industri Pilang Masaran Sragen)*, SNTIKI 13 Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, E-ISSN: 2579-5406, hlm. 192 – 198.
- Raditya, D. 2022. *Pemetaan Sosial: Memetakan Permasalahan dan Penyelesaian*. <https://chub.fisipol.ugm.ac.id/2022/02/22/pemetaan-sosial-memetakan-permasalahan-dan-penyelesaian/> diakses tanggal 31 Agustus 2022
- Rodhiah. dkk. 2020. *Entrepreneurship: Strategi Pemasaran dan Pengembangan Produk usaha Rumah Batik Setu di Tangerang Selatan*, Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia 3 (2): hal. 521 – 528.
- UNESCO. *Indonesian Batik*. <https://ich.unesco.org/en/RL/indonesian-batik-00170> diakses tanggal 1 September 2022
- Universitas Buana Perjuangan Karawang. 2021. Karawang: Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-1 E-ISSN: 2798-2580 <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/ProsidingKNPP/article/download/1669/1287> diakses tanggal 31 Agustus 2022.