



DARMABAKTI

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Penggunaan Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Pengrajin Batik Desa Klampar Pamekasan

Evi Malia^{1,*}, Khoiriyah², Ika Oktaviana Dewi¹, Aminullah³

¹ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Madura, Indonesia

² Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Islam Madura, Indonesia

³ Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Madura, Indonesia

Alamat e-mail: evvi.malia@uim.ac.id, hoiriyah.file.uim@gmail.com, ikaoktavianadewi18@gmail.com, aminelza20@gmail.com.

Informasi Artikel

Kata Kunci :

Marketplace
Ekspansi Pasar
Omset
Batik

Keyword :

Marketplace
Market Expansion
Omzet
Batik

Abstrak

Desa Klampar merupakan salah satu Desa penghasil batik terbesar yang ada di Kabupaten Pamekasan. Hanya sebagian kecil masyarakat Klampar yang menjual batiknya secara online, yaitu pengrajin batik yang usianya dibawah 30 tahun dan menggunakan aplikasi Whatsapp, mereka menjualnya melalui story whatsapp kepada koleganya. Hasil penjualan batik setiap harinya berfluktuasi, bisa naik bisa turun bergantung musim. Atas dasar hal tersebut diperlukan adanya sosialisasi untuk memperkenalkan metode pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Maka Universitas Islam Madura berinisiatif untuk memberikan sosialisasi penggunaan marketplace bagi pengrajin batik Desa Klampar melalui beberapa metode diantaranya, study pendahuluan, pemetaan masalah, pelaksanaan kegiatan, Monitoring dan evaluasi. Hasil dari kegiatan ini yaitu para pengrajin batik telah membuat akun di marketplace menggunakan platform shopee, meski penggunaannya belum optimal namun pengrajin batik telah mengenal manfaat dari penjualan batik menggunakan marketplace.

Abstract

Klampar Village is one of the largest batik-producing villages in Pamekasan Regency. Only a small part of the Klampar community sell their batik online, namely batik craftsmen who are under 30 years old and use the Whatsapp application, they sell it via WhatsApp stories to their colleagues. The results of batik sales fluctuate every day, can go up or down depending on the season. On this basis, socialization is needed to introduce more effective and efficient marketing methods. So the Islamic University of Madura took the initiative to provide socialization on the use of the marketplace for batik craftsmen in Klampar Village through several methods including, preliminary studies, problem mapping, implementation of activities, monitoring and evaluation. The result of this activity is that batik craftsmen have created accounts in the marketplace using the shopee platform, although their use is not optimal, batik craftsmen have recognized the benefits of selling batik using the marketplace.

1. Pendahuluan

Desa Klampar merupakan salah satu Desa penghasil batik terbesar yang ada di Kabupaten Pamekasan selain Desa Toket yang juga merupakan desa penghasil batik. Penggiat batik di Desa Klampar tersebut yang pertama adalah pengusaha batik yang membuat sendiri batiknya lalu dijual sendiri pula batik tersebut, yang kedua merupakan pelaku batik yang hanya mengerjakan batik saja, tentu batik tersebut merupakan batik si pengusaha dan mereka bekerja pada pengusaha batik itu. Sedangkan yang ketiga adalah pengusaha batik yang hanya menjual saja batiknya ke pasar tanpa membuat sendiri (distributor). Batik di Indonesia sudah tidak asing lagi, masing masing daerah memiliki ciri khas batik yang berbeda, begitupun batik yang berasal dari Kabupaten Pamekasan. Terdapat kurang lebih 160 jenis batik yang dihasilkan oleh pengrajin batik desa Klampar, diantaranya yaitu Sapu Jagad, Arek Lancor, dll. Dari sebanyak 160 jenis batik yang ada di Desa Klampar tersebut hanya ada sekitar 5% motif yang memiliki Hak Cipta, selebihnya belum terdaftar. Salah satu factor penyebab pengrajin batik di Desa Klampar tidak mendaftarkan hasil karyanya adalah karena ketidakuahannya dan karena faktor umur yang membuat mereka telah cukup puas dengan karya yang dihasilkan. Hal tersebut pula yang menjadi alasan mereka hanya menjual batiknya ke pasar tiap hari Kamis dan Minggu. Hanya sebagian kecil masyarakat Klampar yang menjual batiknya secara online, yaitu pengrajin batik yang usianya dibawah 30 tahun dan menggunakan aplikasi *Whatsapp*, mereka menjualnya melalui *story whatsapp* kepada koleganya. Konsumen yang menjadi sasarannya adalah teman-teman diluar Desa Klampar namun tetap dalam lingkungan Kabupaten Pamekasan, atau saudaranya yang ada di luar kota. Pemasaran dengan cara tersebut tidak dapat menjangkau konsumen nasional secara luas, hanya terbatas pada

kalangan kecil saja, atau mereka hanya akan mempostingnya di beranda *Facebook*. Meski begitu, cara penjualan online demikian belum dianggap efektif dan memuaskan bagi pengrajin batik Desa Klampar, untuk itu dibutuhkan metode penjualan yang menggunakan platform marketplace, sehingga batik tersebut bisa dijangkau oleh konsumen seluruh tanah air.

Pelaku usaha Batik di Desa Klampar terbagi menjadi 3 (tiga) kategori yaitu yang pertama, pengusaha batik yang membuat sendiri batiknya dan menjual sendiri batiknya, yang kedua adalah pengrajin batik yang hanya membuat batik dengan dibayar oleh si pemilik batik tanpa menjual batik, dan yang ketiga adalah pengusaha batik yang ahanya menjual batik tanpa membuat batik. Dari ketiga pelaku usaha batik tersebut ada 2 (dua) pelaku batik yang aktivitasnya menjual batik. Para pengusaha batik tersebut menjual batiknya hanya pada saat hari Kamis dan Minggu yang memang merupakan hari pasaran batik di Pasar 17 Agustus Pamekasan. Selain di Pasar 17 Agustus, mereka menjualnya dirumah atau melalui *online* via *Whatsapp* dengan cara menjadikan batik tersebut sebagai *story*. Hasil penjualan batik setiap harinya berfluktuasi, bisa naik bisa turun bergantung musim. Para pengrajin batik menyiapkan 5 hari dalam seminggu untuk menjual batik dengan mengkreasikan jenis batik yang dikerjakan. Mayoritas pelaku batik tersebut terdiri atas 80% kalangan dewasa yaitu usia > 30 tahun, sedangkan 20% merupakan pembatik yang berusia < 30 tahun. Di Desa Klampar pembatik yang telah berusia > 30 tahun telah memiliki istri atau suami ataupun telah memiliki anak, sehingga keinginan untuk mengembangkan pengetahuan diri mejadi kurang, berbeda dengan yang masih berusia antara 20 - 30 tahun. Mereka yang berusia < dari 20 tahun masih memiliki keinginan untuk mengembangkan dirinya. Sehingga dapat kita

simpulkan bahwasanya dalam memasarkan batik di Desa Klampar belum menggunakan *marketplace*. Fenomena pemasaran konvensional tersebut menjadi masalah bagi pengrajin dalam upaya peningkatan volume penjualan. Pelaku batik harus diberikan pengetahuan mengenai pemasaran online yang sedang berkembang saat ini.

Berdasarkan permasalahan yang diungkapkan diatas, maka dapat dicari suatu solusi atas permasalahan tersebut, yaitu diperlukan adanya sosialisasi untuk memperkenalkan metode pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Adapun metode pemasaran tersebut yang sekiranya tidak memberatkan kepada pengrajin batik. Dalam artian, kami dari pihak Universitas Islam Madura akan memberikan sosialisasi penggunaan *market place*. *Platform* yang digunakan dalam sosialisasi ini yaitu *platform marketplace* dari *Shopee*, alasan menggunakan *Shopee* karena hampir semua masyarakat di Desa Klampar sudah sangat akrab dengan *platform* tersebut dan sebagian besar juga telah menggunakannya untuk berbelanja *online*.

2. Metode Pengabdian

2.1. Waktu dan Tempat Pengabdian

Waktu Pengabdian dilakukan pada Bulan Agustus 2021, sedangkan tempat pengabdiannya dilaksanakan di Pusat Epicentrum batik Klampar Desa Klampar Kecamatan Proppo Kabupaten pamekasan.

2.2. Metode dan Rancangan Pengabdian

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini terbagi dalam beberapa tahapan yaitu:

- a) Study Pendahuluan: study pendahuluan ini dilakukan dengan cara observasi secara random kepada pelaku usaha batik, untuk mendapatkan informasi

teknik pemasaran yang dibutuhkan oleh pengrajin batik.

- b) Memetakan masalah berdasarkan survey yang telah dilakukan sebelumnya kepada pengrajin Batik Klampar.
- c) Melaksanakan kegiatan sosialisasi penggunaan *Marketplace* dengan pengrajin batik maupun keluarga pengrajin.
- d) Pada saat pelaksanaan kegiatan sosialisasi terbagi menjadi 4 tahapan pelaksanaan yaitu:
 - Tahap 1. Pemaparan Materi tentang pentingnya pemasaran online.
 - Tahap 2. Pemaparan materi tentang pengenalan *marketplace*.
 - Tahap 3. Simulasi pembuatan *marketplace* bagi pengrajin Batik Klampar
 - Tahap 4. Evaluasi pelaksanaan kegiatan menggunakan kuesioner.
- e) Monitoring Kegiatan
- f) Evaluasi pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.

2.3. Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik random sampling dengan beberapa kriteria yaitu :

- a) Memiliki *smartphone*
- b) Mengunduh aplikasi *platform marketplace*.
- c) Memiliki produk yang akan dijual

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan sosialisasi *marketplace* ini dilakukan pada bulan Agustus 2021 sebanyak 3 kali pelaksanaan yaitu pada tanggal 28 hingga tanggal 31 Agustus 2021 bertempat di Gedung Sentral Batik Klampar. Berdasarkan survey pendahuluan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian melalui wawancara terstruktur kepada para pengrajin batik Klampar diperoleh hasil bahwasanya sebagian mereka menjual

batiknya secara tradisional di Pasar 17 Agustus pamekasan, sedangkan sebagian lainnya menjual secara *online* melalui media sosial maupun *story whatsapp*.



Gambar 1. Contoh Promosi Batik Para Pengrajin Klampar di Medsos

Atas dasar tersebut, kami tim pengabdian melakukan pemetaan masalah, sehingga diputuskan untuk melaksanakan beberapa kegiatan pengabdian masyarakat yang dikemas dalam bentuk sosialisasi dan workshop marketplace pada. Berikut rincian pelaksanaannya:

a) Pemaparan materi tentang pentingnya pemasaran online, yang disampaikan oleh Evi Malia, M.Ak. pada sesi ini disampaikan beberapa kelebihan

pemasaran online. pada forum ini diikuti oleh 25 pengrajin batik dihasilkan kesepakatan bahwa mereka tertarik melaksanakan pemasaran online menggunakan *marketplace*.



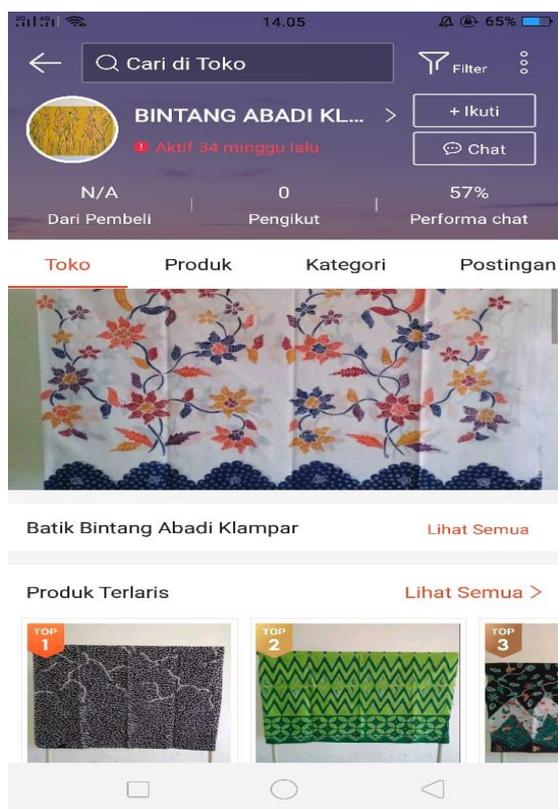
Gambar 2. Pelaksanaan sosialisasi I

b) Pemaparan Materi tentang pengenalan marketplace. Pada sesi ini disampaikan oleh Ika Oktaviana Dewi dan Aminullah, kegiatan ini juga diikuti oleh 25 orang yang tertarik untuk melaksanakan pemasaran online. Pemateri menyampaikannya dengan cara ceramah.



Gambar 3. Pelaksanaan Sosialisai II

c) Kegiatan yang ketiga adalah pembuatan marketplace oleh masing-masing pengrajin, kegiatan ini dipandu oleh Khoiriyah, M.Kom, para peserta langsung membuat marketplace menggunakan Platform Shopee pada Android masing-masing peserta kegiatan,



Gambar 4. Hasil pembuatan marketplace salah satu pengrajin di Shopee

Langkah terakhir yaitu evaluasi kegiatan, dimana evaluasi kegiatan tersebut dilakukan dengan pemantauan pada marketplace yang telah dibuat oleh peserta kegiatan, hasilnya diperoleh bahasanya mereka lebih fasih menggunakan social media daripada marketplace, disebabkan karena social media lebih gampang dioperasikan dan telah ada pangsa pasarnya sendiri.

4. Simpulan dan Saran

Kegiatan sosialisasi marketplace ini telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan, dibuktikan dengan adanya beberapa akun Marketplace yang telah terbuat dan beroperasi. Meski belum optimal, namun para pengrajin telah berusaha untuk mengenal dan mengikuti arus pemasaran online yang berkembang sangat pesat, sehingga diharapkan dapat menambah omset para pengrajin batik setiap hari, tanpa menunggu hari pasaran batik.

5. Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Universitas Islam Madura khususnya LP2M dan Fakultas Ekonomi atas Supportnya baik moral maupun pendanaan kepada tim pengabdian.

6. Daftar Pustaka

- Asmiatun, S. (2022). Pemanfaatan Marketplace Shopee Untuk Keberlangsungan UMKM Batik Kampung Tematik Durenan Indah Semarang. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*,2(1). <https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v2i1.146>
- Azis, M. N. L. (2018). Strategi Pemasaran Batik Melalui Marketplace Untuk Peningkatan Penjualan Menggunakan Swot Analysis. *Senatik*, 1(1).
- Nurfaizal, Y., Anwar, T. (2019). Manajemen Usaha dan Pelatihan Digital Marketing UMKM pada KUB Batik Pringmas Desa Papringan Banyumas. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkarakter*,2(2).
- Sary, Septiyana Luckyta. Dan Prima Utama Wardoyo Putro. (2021). Jajanan Tradisional Go Online: Sosialisasi Market Place Bagi Pelaku Umkm Jajanan Tradisional Di Desa Tempursari Kabupaten Madiun. *Jurnal Berdaya Mandiri Vol. 3 No. 1 Tahun 2021 E-ISSN: 2685-8398*.
- Taryadi, T., Yunianto, E., & Royani, N. I. (2015). Analisis Tingkat Kesiapan Adopsi E-Marketplace Umkm Batik Di Kota Pekalongan. *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*,8. <https://doi.org/10.54911/litbang.v8i0.32>