

## IBM KELOMPOK USAHA PENGRAJIN BATIK

Basuki Widodo<sup>1</sup>, Susi Budi Astuti<sup>2</sup>, Tri Rahayuningsih<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Matematika FMIPA-ITS

<sup>2</sup>Desain Produk FTSP-ITS

<sup>3</sup>Teknologi Industri Pertanian UWKS

e-mail: b\_widodo@matematika.its.ac.id

### *Abstract*

*If during the two partners just sell fabrics, it should be developed to sell in some form of hand made products. It is made from batik, all of which can be categorized as a souvenir. Batik in the form of souvenirs still has its own market share, that is the purpose of domestic tourists, foreign tourists as well as for celebrations such as weddings. The next obstacle is related to the production of a narrow space. Ideally batik production has space sized sufficiently broad and flexible to produce it. But in both partners, it is very narrow production space. Production stages are still allows for optimized drying stages using a drying design of effective and efficient, so it can be argued that the drying apparatus in accordance with the terms intensive. However, the increasing production to be followed without by having the expansion of space / area. In addition, to design those things need to be considered in making the selection of material drying apparatus. Because when using the metal material will result corrosion process. The next obstacle was until recently run marketing is conventional marketing that relied on information 'word of mouth' is through the information passed from neighbor to relatives or friends, or just by using the card. Consumers are loyal employees, teachers and the general public who want batik for uniforms purposes. The resulting agreement between the partners and the proposer of activities in an attempt to overcome the problems that arise in the partner. The activities are doing the training and mentoring the design and manufacture of souvenirs made from batik, as well as the drying equipmemt needed to support the improvement of the production process. And also training on consolidation marketing theory and application of on-line marketing.*

**Keywords:** *souvenir, online marketing, diversification and intensification*

## 1. PENDAHULUAN

Batik adalah produk warisan bangsa Indonesia yang keberadaannya harus tetap dilestarikan. Batik Indonesia memiliki keragaman motif, corak dan warna, antara satu daerah dengan daerah yang lain memiliki kekhasan yang tidak sama (Sa'du, A.A., 2011). Salah satu daerah yang memiliki banyak pengrajin batik adalah Kabupaten Sidoarjo. Antara satu pengrajin dengan pengrajin yang lain, motif yang dikembangkan berlainan pula.

Pengrajin batik yang akan menjadi mitra ada dua, yang satu adalah pengrajin batik Kluku Jimat dari Surabaya serta satu lagi dari Wonorejo Rungkut Surabaya yaitu pengrajin batik Alsier. Kedua mitra ini memiliki potensi untuk dikembangkan. Keberadaan kelompok pengrajin batik sangat berkaitan dengan tingkat kesejahteraan masyarakatnya. Apabila kelompok pengrajin mampu mempekerjakan tenaga kerja dalam jumlah yang lebih banyak maka

selanjutnya akan mampu pula memberikan dampak yang positif pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kelompok pengrajin tersebut sampai saat ini masih konsisten sebagai produsen batik tulis dan telah berbadan hukum. Masing-masing mitra memiliki 8 tenaga kerja yang bertugas membantu proses produksi. Sebagian besar tenaga kerja yang tersebut berpendidikan SMA. Usaha pemasaran belum banyak dilakukan, selama ini yang telah ditempuh adalah memasang produk di *show room* yang mengambil tempat di ruang bagian depan di rumah mitra dengan luasan yang minim untuk bisa dikatakan sebagai *show room*.

Batik yang dihasilkan oleh kedua mitra adalah batik tulis dan sesekali memproduksi batik cap. Batik tulis yang dihasilkan rata-rata hanya 30 potong setiap minggu dan bisa mencapai 50 potong apabila ada pesanan yang harus dikerjakan secara lembur. Tingkat produksi kedua mitra dalam keadaan stagnan. Oleh karena itu perlu dicarikan beberapa terobosan untuk mengatasi hal tersebut di atas. Beberapa upaya yang akan dilakukan untuk meningkatkan produksi adalah dengan melakukan usaha diversifikasi produk, penggunaan peralatan penjemuran yang lebih optimum untuk intensifikasi ruang produksi, serta pemasaran on line.

Diversifikasi ialah usaha memperluas macam barang yang akan dijual dan merupakan sebuah strategi untuk menaikkan penetrasi pasar. Langkah melakukan upaya diversifikasi memungkinkan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar, karena akan dihasilkan sejumlah jenis barang yang dibutuhkan konsumen, kerugian menjual barang yang satu dapat ditutup dengan keuntungan menjual barang yang lain (Ardianlauren, 2012).

Kalau selama ini kedua mitra hanya menjual kain, maka perlu menjual dalam beberapa bentuk produk *hand made* berbahan baku batik yang kesemuanya itu bisa dikategorikan sebagai *souvenir*. Sebagai contoh adalah sandal batik, tas batik, tempat tisu batik, dompet batik dan sebagainya. Seperti sandal batik selanjutnya bisa dijual ke hotel yang menyediakan sandal untuk tamu di setiap kamar, atau dijual di tempat-tempat wisata sebagai souvenir. Bahkan souvenir-souvenir batik bisa dijual untuk pemenuhan kebutuhan souvenir pada acara-acara pernikahan atau perayaan lainnya. Kreasi produk batik dalam bentuk souvenir masih memiliki pangsa pasar tersendiri yaitu keperluan turis domestik, turis manca negara maupun untuk keperluan perayaan seperti pernikahan.

Kendala selanjutnya adalah terkait dengan ruang produksi yang sempit. Idealnya ruang produksi batik berukuran cukup luas dan leluasa untuk memproduksinya. Namun di kedua mitra ruang produksi sangat sempit. Tahapan produksi yang masih memungkinkan untuk dioptimumkan adalah tahapan penjemuran dengan menggunakan design penjemuran yang efektif dan efisien, sehingga bisa dikatakan penggunaan alat penjemuran tersebut sejalan dengan istilah intensifikasi. Peningkatan produksi tanpa harus diikuti dengan perluasan ruang/area. Selain desain, hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan alat penjemuran adalah pemilihan bahannya, karena apabila menggunakan logam akan terjadinya proses korosi.

Kendala berikutnya adalah sampai saat ini pemasaran yang dijalankan adalah pemasaran konvensional yaitu mengandalkan informasi 'dari mulut ke mulut' yaitu melalui informasi yang disampaikan dari tetangga ke saudara atau teman mereka ataupun hanya dengan menggunakan kartu nama. Konsumen setianya adalah pegawai, guru dan masyarakat umum lainnya yang menginginkan batik untuk keperluan seragam.

Menurut Permana L. (2013) banyak keuntungan yang diperoleh para pelaku bisnis membangun web toko online untuk bisnis di Internet, di antaranya adalah:

1. Mampu menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas dalam maupun luar negeri.
2. Dapat menyajikan dan memperbarui (*update*) informasi produk terbaru secara cepat.
3. Merupakan media promosi yang efektif dan efisien
4. Transaksi dapat dilakukan secara *realtime* selama 24 jam.
5. Bagi pelanggan bisa menghemat waktu karena dapat dilakukan di rumah/kantor atau di manapun berada tanpa perlu mengantri.

Kesepakatan yang dihasilkan antara mitra dan pengurus kegiatan dalam upaya untuk mengatasi permasalahan yang muncul di pihak mitra adalah dilakukannya kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan desain dan pembuatan souvenir berbahan batik, termasuk juga

dengan pemberian bantuan alat-alat penjemuran yang diperlukan untuk mendukung peningkatan proses produksi, serta pelatihan mengenai pematapan teori pemasaran dan penerapan pemasaran secara on line.

## 2. METODE

Pada tahap persiapan dilakukan dengan melakukan koordinasi dengan pihak terkait untuk pelaksanaan kegiatan IbM seperti pengurusan perijinan, survey awal dan penyusunan materi pelatihan.

Tahap pelaksanaan kegiatan Ipteks Bagi Masyarakat dilakukan dengan metode diskusi dan tanya jawab. Metode ini yang dipilih karena paling tepat/sesuai dengan kemampuan kelompok mitra yang bisa dikatakan mereka telah memiliki tataran kemampuan yang lebih dalam menghasilkan kain batik. Mereka sangat responsive dalam menerima bimbingan teknis untuk melakukan kegiatan diversifikasi produk yaitu selain menghasilkan kain batik, pengrajin akan dibimbing untuk menghasilkan produk-produk souvenir dengan menggunakan kain batik seperti sepatu batik, sandal batik, tempat tisu batik dan tas batik. Selain itu kelompok mitra akan mendapatkan bimbingan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi.

Tahap pemantauan digunakan untuk mengetahui sejauh mana respon konsumen terhadap permintaan batik baik yang produksi lama (batik tulis dengan pewarna sintetis) maupun batik cap yang dengan menggunakan pewarna alami lewat pemasaran dengan menggunakan internet dengan android.

Pada kegiatan ini, pihak mitra berpartisipasi dalam menyediakan tempat dilaksanakannya bimbingan teknis, meja dan kursi. Selain itu pengrajin menyediakan bahan dasar yang diperlukan dalam membuat batik yaitu beberapa lembar kain batik yang akan digunakan untuk membuat sandal, sepatu, tas dan tempat tisu. Serta mereka berpartisipasi dalam hal memberikan kemudahan terselenggaranya kegiatan pendampingan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Diversifikasi ialah usaha memperluas macam barang yang akan dijual dan merupakan sebuah strategi untuk menaikkan penetrasi pasar. Langkah melakukan upaya diversifikasi memungkinkan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar, karena akan dihasilkan sejumlah jenis barang yang dibutuhkan konsumen, kerugian menjual barang yang satu dapat ditutup dengan keuntungan menjual barang yang lain (Ardianlauren, 2012).

Mitra batik kluku jimat maupun batik Alsier telah mampu membuat dan menghasilkan produk hand made berbahan baku batik. Produk-produk yang mereka hasilkan adalah tempat hantaran acara pernikahan, sandal, sepatu maupun tas.

Pembuatan wadah tisu dengan menggunakan kardus (bisa dengan menggunakan kardus bekas) dan dilapisi kain batik membutuhkan alat-alat seperti gunting, penggaris, kuas dan cutter. Sedangkan bahan yang dibutuhkan adalah kardus, kain batik serta lem tembok. Adapun cara pembuatannya adalah sebagai berikut:

1. Pola digambar pada kardus sehingga nantinya bisa dipotong, dilipat dan dilem sehingga terbentuk segiempat sesuai ukuran yang dikehendaki. Sepanjang sisi gambar pola disisihkan kira-kira 2 cm untuk tempat merekatnya lem. Terlebih dahulu dibuat tempat tisu kemudian bagian tutup tisu. Setelah itu dipotong dan dilem.
2. Bagian kedua membuat tutup tempat tisu. Dengan pola yang sama tetapi pada tinggi 3 cm saja. Setelah jadi, dipotong bagian tengah sehingga ada bagian lubang di bagian tengah.
3. Sebelum dijadikan satu maka terlebih dahulu direkatkan kain batik pada permukaan kardus yang ampak.

Produk kreasi diversifikasi kain batik disajikan pada Gambar 1 berikut



Gambar 1. Produk Kreasi Diversifikasi Kain Batik

Seperti sandal batik selanjutnya bisa dijual ke hotel yang menyediakan sandal untuk tamu di setiap kamar, atau dijual di tempat-tempat wisata sebagai souvenir. Bahkan souvenir-souvenir batik bisa dijual untuk pemenuhan kebutuhan souvenir pada acara-acara pernikahan atau perayaan lainnya. Kreasi produk batik dalam bentuk souvenir masih memiliki pangsa pasar tersendiri yaitu keperluan turis domestik, turis manca negara maupun untuk keperluan perayaan seperti pernikahan.

Pada awalnya internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat di tahun 1969 melalui proyek ARPA (Lucky P., 2002). Selanjutnya pada perkembangannya internet (sering disebut *interconnection-networking*) menjadi sebutan sistem global dari seluruh komputer dan jaringan komputer yang saling terhubung untuk melayani kebutuhan informasi dari miliaran pengguna di seluruh dunia.

Dengan menggunakan internet, setiap pengguna dapat saling berkomunikasi satu sama lain secara langsung maupun tidak langsung. Setiap pengguna bisa mengakses berbagai macam informasi secara mudah dan cepat. Bahkan dalam perkembangannya internet bisa dimanfaatkan untuk kepentingan bisnis khususnya dalam hal jual beli barang maupun jasa.

Menurut Permana L. (2013) banyak keuntungan yang diperoleh para pelaku bisnis membangun web toko online untuk bisnis di Internet, di antaranya adalah:

1. Mampu menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas dalam maupun luar negeri.
2. Dapat menyajikan dan memperbarui (*update*) informasi produk terbaru secara cepat.
3. Merupakan media promosi yang efektif dan efisien
4. Transaksi dapat dilakukan secara *realtime* selama 24 jam.
5. Bagi pelanggan bisa menghemat waktu karena dapat dilakukan di rumah/kantor atau di manapun berada tanpa perlu mengantri.

Sejauh ini mitra sudah mulai mencoba memasarkan produk aneka kain batiknya dengan menggunakan internet. Mitra telah memiliki web online sehingga lebih mempermudah pemasaran kain batiknya. Dalam waktu dekat pengrajin batik akan mengalami peningkatan jumlah permintaan karena pelanggan lebih mudah mengakses dan mendapat informasi tentang kain batik. Diversifikasi produk kain batik yang telah dihasilkan mitra seperti tisu, sandal, sepatu, tas dan hantaran berbahan kain batik akan dipasarkan dengan menggunakan internet.

Pemasaran dengan internet yang diupayakan pada kegiatan ini tidak menggunakan hardware komputer / laptop melainkan dengan menggunakan android. Kelebihan transaksi bisa diakses dimana saja dan kapan saja tanpa harus membawa komputer.laptop yang cukup berat.

#### 4. KESIMPULAN

Pengrajin batik memiliki respon yang cukup bagus dalam menerima transfer pengetahuan dan teknologi tentang pengayaan motif batik, pewarnaan alami maupun dalam upaya memasarkan produk dengan kemajuan IT (Information Technology). Pengrajin batik sebagai mitra telah bisa menghasilkan kreasi diversifikasi produk kain batik.

Mitra sudah mulai mencoba memasarkan produk aneka kain batiknya dengan menggunakan internet. Mitra telah memiliki web online dengan alamat [www.batikbarro.zz.mo](http://www.batikbarro.zz.mo) sehingga lebih mempermudah pemasaran kain batiknya.

#### Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada:

1. Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat selaku pemberi dana.
2. Rektor Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
3. Prof. Dr. Drs. R.Y. Perry Burhan, MSc. selaku Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
4. Prof. Dr. Drs. Darminto, MSc selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
5. Pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

#### 5. REFERENSI

- Ardianlauren, 2012. *Melaksanakan Strategi Pemasaran melalui Strategi Diversifikasi Produk dalam Menghadapi Persaingan di Era Globalisasi*. Diakses pada tanggal 3 April 2014 di <http://ardianlauren.wordpress.com/2012/01/15/melaksanakan-strategi-pemasaran-melaluistrategi-diversifikasi-produk-dalam-menghadapi-persaingan-di-era-globalisasi/>
- Kotler, P. dan Gary A., 1997. **Dasar-Dasar Pemasaran**. Prenhallindo. Jakarta
- Permana, L., 2013. **Membangun Web Toko Online Untuk Media Bisnis**. PT Elex Media Komputindo. Jakarta
- Sa'du, A.A., 2011. *Batik Nusantara-Makna Filosofis, Cara Pembuatan, dan Industri Batik*. Andi Publisher. Yogyakarta.

