



ISSN 2685-483X

Volume 4, Issue 2, Juli-Desember 2022

Halaman 106-118



Upaya Industri Kecil Batik dalam Meningkatkan Pendapatan Melalui Pemasaran Online di Desa Gemeksekti Kebumen

Putri Indah Laras Ati, Atika Wijaya
Universitas Negeri Semarang

Kata Kunci	Abstrak
Pemasaran <i>Online</i> Pendapatan Industri Kecil Batik	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang upaya industri kecil batik di sentra batik Desa Gemeksekti Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen dalam meningkatkan pendapatan mereka melalui pemasaran berbasis online. Persaingan dunia usaha yang sangat kompetitif menuntut pelaku usaha untuk mencoba berbagai metode yang sebelumnya asing bagi mereka yaitu pemasaran online melalui media sosial. Terlebih ketika pendapatan industri batik semakin menurun karena perubahan perilaku belanja konsumen yang lebih nyaman berbelanja dari jauh. Penelitian ini dilakukan di Dukuh Tanuraksan Desa Gemeksekti Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang komprehensif. Adapun teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dengan pelaku usaha batik, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif pelaku usaha kecil batik beralih ke pemasaran online dilakukan untuk meningkatkan produksi dan penjualan produk, serta memperkenalkan batik Kebumen ke pasar yang lebih luas, selain juga mengikuti perkembangan teknologi informasi. Dengan metode pemasaran online ini terdapat peningkatan pendapatan sekitar 50% dari sebelumnya. Keuntungan penjualan digunakan untuk modal kembali, selain untuk memenuhi kebutuhan primer serta investasi masa depan. Penelitian ini berkontribusi pada informasi bagi pelaku usaha kecil yang masih mengandalkan pemasaran offline agar dapat mempertimbangkan pemasaran online yang lebih mengikuti perkembangan pasar masa kini.</p>
Naskah Awal	14 Juli 2022
Review Pertama	12 Agustus 2022
Revisi Akhir	28 September 2022
Diterima	1 November 2022
Publish	31 Desember 2022



ISSN 2685-483X

Volume 4, Issue 2, July-December 2022

Pages 106-118



The Efforts of Desa Gemeksekti, Kebumen's Batik Small Industry to Increase Income Through Online Marketing

Putri Indah Laras Ati, Atika Wijaya
Universitas Negeri Semarang

Keywords	Abstract
Online Marketing Income Batik Small Business	<p>This study aims to describe the efforts of small batik industry in the batik center of Gemeksekti Village, Kebumen District, Kebumen Regency in increasing their income through online-based marketing. The highly competitive business world requires business actors to try various methods that were previously foreign to them, namely online marketing through social media. Especially when the income of the batik business is decreasing due to changes in consumer shopping behavior who are more comfortable shopping from afar. This research was conducted in Tanuraksan Hamlet, Gemeksekti Village, Kebumen District, Kebumen Regency. A qualitative approach was used to obtain comprehensive data. The data collection techniques are interviews with batik business actors, observation and documentation. The results showed that the motives of small batik entrepreneurs turning to online marketing were to increase product production and sales, as well as introduce Kebumen batik to a wider market, as well as following developments in information technology. With this online marketing method there is an increase in revenue of about 50% from before. Profits from sales are used for reinvestment, in addition to meeting primary needs and future investments. This research contributes to information for small business actors who still rely on offline marketing so that they can consider online marketing that is more in line with today's market demand.</p>
Submission	July 14, 2022
Initial Review	August 12, 2022
Final Revision	September 28, 2022
Accepted	November 1, 2022
Publish	December 31, 2022

Pendahuluan

Sektor industri bagi perekonomian Indonesia merupakan sektor yang sangat penting. Hal ini dikarenakan sektor industri diduga dapat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satunya melalui pembangunan ekonomi yaitu sektor industri berupa usaha kecil menengah (UKM) yang oleh pemerintah sangat didorong untuk berkembang (Glori & Purwohandoyo, 2016). Perkembangan UKM di berbagai daerah diharapkan dapat menyerap tenaga kerja yang kemudian berimbas pada peningkatan ekonomi dan menurunnya angka kemiskinan di Indonesia.

Sektor industri mempunyai peranan yang penting dalam kondisi perekonomian di Indonesia. Kedudukan industri atau usaha kecil di tengah-tengah kehidupan telah memberikan peran dalam mengurangi pengangguran dengan banyak menyerap tenaga kerja, ikut melancarkan peredaran perekonomian negara dan mampu hidup berdampingan dengan perusahaan-perusahaan besar (Fitri & Setiyono, 2013). Kegiatan industri saat ini tidak hanya terjadi di perkotaan saja, tetapi juga terjadi di pedesaan. Saat ini banyak masyarakat pedesaan yang memilih untuk bekerja pada sektor industri. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Sari dkk (2015) pada penelitiannya bahwa adanya industri sumpit di Desa Rowolaku membawa dampak positif untuk masyarakat saat ini yaitu mereka mendapatkan pekerjaan sehingga dapat memperoleh penghasilan khususnya bagi masyarakat miskin yang tidak dapat memperoleh pendidikan tinggi. Banyak masyarakat baik di perkotaan maupun di pedesaan yang telah membuka usaha-usaha kecil dalam berbagai bidang.

Salah satu daerah yang masyarakatnya banyak membuka industri kecil adalah Kabupaten Kebumen. Di Kabupaten Kebumen terdapat desa yang cukup terkenal di masyarakat dengan hasil produk industri kecil yang berkualitas, yaitu Desa Gemeksekti. Di desa Gemeksekti terdapat banyak industri kecil para pengrajin batik yang memproduksi berbagai macam motif batik dengan teknik tulis, cap maupun *printing*. Pengrajin batik di Desa Gemeksekti tidak hanya kaum laki-laki, tetapi kaum perempuan juga banyak yang bekerja sebagai pengrajin batik. Banyak perempuan di Desa Gemeksekti yang memanfaatkan adanya industri batik Desa Gemeksekti sebagai peluang untuk bekerja agar dapat membantu memenuhi kebutuhan keluarga mereka. Pengrajin batik perempuan banyak yang melakukan pekerjaan membatik di rumah masing-masing agar tetap dapat melakukan pekerjaan rumah mereka. Aرسال dkk (2017) juga mengungkapkan bahwa perempuan cenderung menggunakan waktu mereka untuk mencari nafkah dengan bekerja untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Banyaknya jumlah para pengrajin batik di Desa Gemeksekti menjadikan desa ini sebagai kampung batik Kebumen dan menjadi salah satu sentra batik di Kabupaten Kebumen yang sudah dikenal oleh banyak masyarakat khususnya masyarakat Kabupaten Kebumen.

Namun, keberlangsungan industri kecil batik di Desa Gemeksekti terancam karena beberapa kondisi yang terjadi di masyarakat. Meskipun industri kecil batik di Desa Gemeksekti sudah berlangsung sejak lama, akan tetapi industri batik di Desa Gemeksekti belum berkembang dengan pesat. Menurut Khoirunnisa (2012), menurunnya jumlah para pengrajin batik di Desa Gemeksekti dari tahun ke tahun dikarenakan faktor usia dan sulitnya mencari generasi penerus batik, dan ketidakseimbangan antara biaya produksi batik (dilihat dari waktu, tenaga dan biaya) dengan hasil yang diperoleh menyebabkan pengrajin batik beralih profesi

ke pekerjaan yang dirasa lebih menguntungkan. Hal ini merupakan berbagai kondisi yang dapat menghambat keberlangsungan industri kecil batik Gemeksekti kedepannya. Selain itu, penjualan produk batik yang hanya dilakukan di toko juga menjadi pemasalahan bagi pelaku usaha batik.

Selain semakin berkurangnya jumlah para pengrajin batik di Desa Gemeksekti, banyaknya persaingan dari para pengrajin batik baik dari Kabupaten Kebumen maupun dari daerah lain, menuntut para pelaku usaha pengrajin batik di Desa Gemeksekti untuk melakukan sesuatu agar produk batik dari Desa Gemeksekti terus mengalami peningkatan produksi dan penjualan sehingga produksi batik tetap berjalan dan jumlah pengrajin batik di Desa Gemeksekti tidak terus mengalami penurunan. Seperti yang disampaikan oleh Arya & Suraj (2015) bahwa industri kecil sulit bertahan dikarenakan persaingan yang ketat. Hal ini menuntut para pelaku usaha untuk melakukan berbagai strategi yang tepat untuk terus mengembangkan usaha.

Saat ini perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat memberikan upaya alternatif bagi para pengrajin batik untuk melakukan proses pemasaran melalui sistem *online* guna meningkatkan produksi dan penjualan sehingga usaha batik dapat terus berjalan. Pada umumnya pelaku industri memanfaatkan dengan baik teknologi informasi dan komunikasi melalui media sosial. Pelaku usaha kemudian mengaplikasikan media sosial ke dalam produk yang telah dirintis dan digunakan sebagai media pemasaran produk (Rahmanita & Susilowati, 2016). Adanya pemasaran melalui sistem *online* dapat membantu para pelaku usaha untuk mempromosikan produk-produknya ke masyarakat luas. Sebagaimana diungkapkan oleh Siregar (2018), Hastanti dkk (2015), Listianto dkk (2017), Mursyida & Abdullah (2018) bahwa sistem teknologi *online* yang dibuat untuk sistem pemasaran produk dapat memperluas ruang lingkup promosi dan memberikan kemudahan konsumen dalam melakukan pemesanan dan pemilihan produk.

Pemasaran produk secara *online* akan memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dan para konsumen untuk melakukan transaksi jual beli. Pelaku usaha mendapatkan keuntungan yang besar karena produk yang dipasarkannya diketahui oleh banyak orang dari berbagai wilayah. Para konsumen juga mendapatkan keuntungan karena tidak harus datang ke tempat produk yang ingin dipesan atau dibeli sehingga dapat menghemat waktu. Pradiani (2017) mengatakan bahwa terjadi peningkatan pemesanan dan penjualan produk setelah adanya media sosial yang digunakan dalam pemasaran. Penggunaan teknologi pemasaran *online* juga digunakan oleh para pengrajin batik di Desa Gemeksekti, mereka mengunggah berbagai motif produk batik di media sosial. Produk-produk batik di Desa Gemeksekti dengan berbagai motif batik khas Kebumen semakin dikenal masyarakat luas terutama masyarakat di luar Kabupaten Kebumen dengan adanya pemasaran *online*. Pemasaran produk batik yang dilakukan melalui sistem *online* dapat membantu para pengrajin batik di Desa Gemeksekti dalam meningkatkan produksi dan penjualan. Peningkatan jumlah produksi dan penjualan para pengrajin batik di Desa Gemeksekti juga dapat memberikan pengaruh kepada tingkat pendapatan para pengrajin, sehingga pendapatan para pengrajin batik dapat terus meningkat. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang upaya usaha kecil batik di sentra batik Desa Gemeksekti Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen dalam meningkatkan pendapatan mereka melalui pemasaran berbasis *online*.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian ini dilakukan di usaha kecil batik yang terletak di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen. Lokasi tersebut dipilih karena di Desa Gemeksekti terdapat banyak usaha kecil batik yang menjadikan Desa Gemeksekti menjadi salah satu sentra batik yang ada di Kabupaten Kebumen dan dijadikan sebagai kampung batik Kabupaten Kebumen. Penelitian dilakukan pada usaha batik Pawitah dan batik Zahra di Desa Gemeksekti yang sudah menggunakan pemasaran secara *online* dalam memasarkan produk batik miliknya.

Fokus penelitian ini berkenaan dengan upaya industri kecil batik dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha melalui pemasaran *online* di Desa Gemeksekti Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen. Subjek penelitian ini adalah pelaku usaha industri kecil batik yang menggunakan pemasaran *online* di Desa Gemeksekti. Terdapat sembilan orang informan dalam penelitian ini, yang diantaranya enam informan utama dan tiga informan pendukung. Informan utama adalah pelaku usaha batik dan karyawan industri batik yang sudah menggunakan pemasaran *online*. Sedangkan informan pendukung adalah Kepala Desa Gemeksekti dan pelaku usaha batik yang belum menggunakan pemasaran *online*. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi pada periode bulan April hingga November 2019. Uji validitas data menggunakan teknik triangulasi data. Teknik analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Profil Industri Kecil Batik Desa Gemeksekti

Desa Gemeksekti merupakan salah satu desa yang secara administratif masuk ke dalam Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen. Di Desa Gemeksekti terdapat dua dusun yang menjadi sentra para pengrajin batik yakni Dusun Tanuraksan dan Dusun Watubarut. Di desa ini terdapat banyak industri kecil para pengrajin batik yang memproduksi berbagai macam motif batik dengan teknik tulis, cap maupun *printing*. Banyaknya jumlah para pengrajin batik di Desa Gemeksekti menjadikan desa ini sebagai kampung batik Kebumen dan menjadi salah satu sentra batik di Kabupaten Kebumen yang sudah dikenal oleh banyak masyarakat. Dari banyaknya industri kecil batik yang ada di Desa Gemeksekti, terdapat tiga diantaranya yang merupakan industri batik terbesar yang ada di Desa Gemeksekti yaitu industri kecil batik tersebut adalah industri batik Zahra, batik Pawitah, dan batik Sekar Jagad. Ketiga industri kecil batik tersebut dapat dikatakan sebagai industri batik terbesar yang ada di Desa Gemeksekti dikarenakan ketiga industri tersebut memproduksi sendiri batik Kebumen di rumah produksi batik milik mereka, dan mereka juga mempunyai galeri atau toko batik.

Industri kecil batik Zahra dan batik Pawitah memulai usaha batik secara turun temurun dari orangtua. Industri batik Zahra dan batik Pawitah mempunyai rumah produksi yang digunakan untuk proses pembuatan batik. Mereka mempunyai 5-6 karyawan yang bekerja untuk memproduksi batik setiap hari. Pada awalnya, pelaku usaha batik Zahra dan batik Pawitah memasarkan produk batik dengan cara

berkeliling dari rumah ke rumah, kantor ke kantor dan juga dititipkan di pasar-pasar Kabupaten Kebumen. Para pengrajin juga sering mengikuti adanya pameran-pameran yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah Kabupaten Kebumen untuk mempromosikan batik-batik Gemeksekti agar dapat meningkatkan penjualan. Kemudian, setelah usaha batik semakin berkembang dan batik Gemeksekti semakin dikenal oleh masyarakat luas, beberapa pengrajin batik di Desa Gemeksekti membuka toko batik di Desa Gemeksekti untuk menjual produk-produk batik yang dihasilkan seperti toko batik Pawitah, batik Zahra dan Batik Sekar Jagat yang sekarang ini merupakan industri paling besar di Desa Gemeksekti.

Proses pemasaran produk batik Desa Gemeksekti terus mengalami peningkatan. Saat ini para pelaku usaha industri kecil batik di Desa Gemeksekti yang telah memulai usaha lebih dari 10 tahun tersebut sudah mulai menggunakan pemasaran *online* dalam memasarkan produk batiknya. Para pelaku usaha industri kecil batik menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan dan menjual produk-produk batik dari Desa Gemeksekti. Akan tetapi, dalam menjalankan sistem pemasaran *online* para pelaku usaha masih mengelola sendiri tanpa adanya admin khusus yang mengelola akun media sosial tersebut.

Saat ini pemerintah daerah Kabupaten Kebumen juga telah banyak memberikan dukungan untuk usaha batik di Desa Gemeksekti. Banyaknya pengrajin batik di Desa Gemeksekti menjadikan desa ini sebagai kampung batik di Kabupaten Kebumen. Pemerintah daerah memberikan perhatian lebih dengan dibuatkannya gapura kampung batik di Desa Gemeksekti tepatnya di Dusun Tanuraksan. Pemerintah daerah Kabupaten Kebumen telah mengeluarkan peraturan baru yaitu penggunaan seragam batik lokal Kebumen bagi para pegawai di Kabupaten Kebumen. Peraturan ini tentu memberikan dampak yang positif bagi para pengrajin batik untuk terus mengembangkan produksi batik. Selain mengeluarkan peraturan baru mengenai penggunaan seragam batik lokal Kabupaten Kebumen bagi para pegawai, pemerintah daerah Kabupaten Kebumen juga sering mengadakan berbagai macam pameran yang dapat diikuti oleh para pengrajin batik dari Desa Gemeksekti.

Alasan Pelaku Industri Batik Menggunakan Pemasaran *Online*

Kemajuan teknologi yang ada saat ini menuntut pelaku usaha industri kecil batik untuk mengikuti perubahan yang ada. Pelaku usaha batik di Desa Gemeksekti berusaha untuk mengembangkan dan meningkatkan produksi batik dengan menggunakan pemasaran *online*. Kemajuan teknologi memberikan kemudahan bagi pelaku usaha industri kecil batik dalam penggunaan pemasaran *online* melalui media sosial seperti Instagram, Facebook dan juga *website*.

Setiap pelaku usaha memiliki motif atau alasan tertentu dalam melakukan suatu tindakan bagi usahanya. Motif-motif tersebut tentunya dilakukan untuk memperoleh keuntungan. Pelaku usaha industri kecil batik Pawitah dan industri kecil Zahra di Desa Gemeksekti menggunakan pemasaran *online* dalam memasarkan produk batiknya sejak tahun 2014. Untuk melihat motif-motif pelaku usaha batik dalam menggunakan pemasaran *online* akan dianalisis dengan menggunakan teori tindakan sosial dari Max Weber. Teori tindakan sosial dimaknai Weber sebagai tindakan rasional karena melibatkan pemikiran individu. Tindakan sosial merupakan suatu tindakan individu sepanjang tindakan itu mempunyai makna atau arti subjektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain (Weber dalam Ritzer 2012). Seseorang melakukan tindakan berdasarkan tujuan yang

mereka inginkan. Pelaku usaha industri kecil batik Pawitah dan batik Zahra menggunakan pemasaran *online* dilatarbelakangi oleh adanya motif-motif tertentu. Terdapat beberapa alasan pelaku usaha industri kecil batik beralih ke pemasaran *online*.

Pertama, untuk meningkatkan produksi dan penjualan batik. Motif utama bagi para pelaku usaha dalam menggunakan pemasaran *online* adalah untuk meningkatkan produksi dan penjualan produk batik. Pelaku usaha batik mengalami pasang surut dalam mengelola industri kecil batik. Terdapat kondisi dimana proses produksi dan penjualan mengalami penurunan, akan tetapi terdapat juga kondisi dimana produksi dan penjualan batik mengalami peningkatan. Produksi dan penjualan batik mengalami penurunan saat tidak ada pesanan pembuatan batik, dan produksi batik mengalami peningkatan saat pelaku usaha menerima banyak pesanan. Saat tidak ada pesanan dari pelanggan, pelaku usaha batik mensiasati dengan memproduksi batik dengan motif-motif baru dan dijual dengan harga yang lebih terjangkau.

Penggunaan sistem pemasaran *online* dipilih oleh pelaku usaha batik di Desa Gemeksekti agar tidak terjadi penurunan produksi batik secara terus menerus. Pelaku usaha menginginkan adanya peningkatan produksi dan penjualan produk batik, sehingga penjualan produk batik tidak hanya mengandalkan pelanggan yang datang ke toko batik, melainkan juga pelanggan dari sistem pemasaran *online*. Adanya pemasaran *online* yang digunakan dalam proses pemasaran produk batik memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mempromosikan batik ke masyarakat luas. Pemasaran *online* juga memberikan kemudahan kepada pelanggan dari berbagai daerah untuk dapat dengan mudah memesan atau membeli produk batik Desa Gemeksekti tanpa harus datang ke Desa Gemeksekti sehingga dapat menghemat waktu dan biaya.

Dikenalnya produk batik Desa Gemeksekti oleh masyarakat luas tentu saja memberikan pengaruh yang positif bagi pelaku usaha. Seperti yang disampaikan oleh salah satu pelaku usaha batik Zahra sebagai berikut:

Iya meningkat, bisa Alhamdulillah bisa mbak, banyak yang memesan lewat online, dan juga langsung ke toko. Jadi sekarang ini pendapatan kita meningkat tidak hanya dari toko saja, tetapi juga dari online marketing. (Wawancara tanggal 12 April 2019).

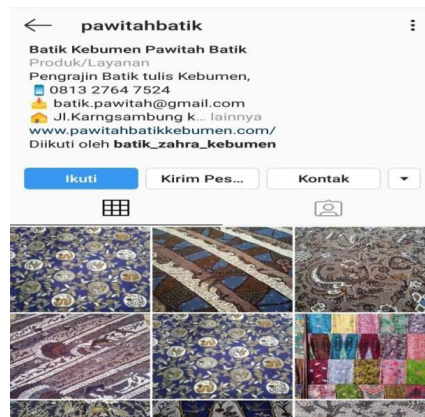
Pelaku usaha dapat meningkatkan produksi batik dan penjualan dengan banyaknya pesanan dari pelanggan yang tidak hanya berasal dari daerah Kebumen saja, melainkan juga dari kota-kota lain. Meningkatnya produksi dan penjualan batik tentu saja meningkatkan pendapatan bagi para pelaku usaha dan para pengrajin.

Kedua, media untuk memperkenalkan batik Kebumen. Motif kedua para pelaku usaha industri kecil batik di Desa Gemeksekti dalam menggunakan pemasaran *online* adalah untuk memperkenalkan produk-produk batik dari Desa Gemeksekti kepada masyarakat luas seperti masyarakat di luar Kabupaten Kebumen. Pelaku usaha industri kecil batik menginginkan produk batik Desa Gemeksekti dikenal oleh banyak orang, tidak hanya dikenal oleh masyarakat Kebumen saja. Pada awalnya, batik dari Kabupaten Kebumen belum dikenal oleh masyarakat luas seperti batik dari daerah lain, sehingga para pelaku usaha batik di Desa Gemeksekti ingin agar batik Kebumen bisa terkenal seperti batik-batik dari daerah lain seperti batik Pekalongan dan batik Yogyakarta. Hal ini dikarenakan batik Kebumen tidak kalah

dalam segi kualitas dan motif-motif yang khas. Batik Kebumen berbeda dengan batik dari daerah lain, dimana motif batik yang diproduksi adalah motif batik klasik.

Motif batik Kebumen banyak didominasi oleh corak pepohonan (daun-daun yang lebar), hewan seperti burung merak, dan pemandangan alam. Batik Kebumen yang berorientasi pada alam menggambarkan masyarakat Kabupaten Kebumen yang bersahaja dan sangat menghormati kehidupan yang diberikan oleh alam. Motif batik yang diproduksi terinspirasi dari budaya Kebumen sehingga muncul kekhasan warna dan corak yang membedakan batik Kebumen dengan batik dari daerah lain. Batik Kebumen mempunyai ciri khas tersendiri untuk motif dan warnanya. Motif khas dari batik Kebumen antara lain adalah sekar jagad, sirikit, pring sedapur, gabah wutah, kawung jenggot, plataran, ukelan, dan kopi pecah. Warna batik Kebumen juga mempunyai warna-warna yang membedakan batik Kebumen dengan batik dari daerah lain yaitu warna yang digunakan adalah warna-warna gelap seperti coklat, biru, kuning, ungu, hijau dan hitam.

Para pelaku usaha industri kecil batik Desa Gemeksekti memperkenalkan batik Kebumen dengan menggunakan sistem pemasaran *online* di media sosial seperti instagram dan facebook (Gambar 1).



Gambar 1. Laman Display Batik Pawitah

Sumber: Akun Instagram Batik Pawitah

Gambar tersebut merupakan salah satu akun media sosial yaitu Instagram milik industri kecil batik Pawitah yang digunakan untuk mengenalkan batik Kebumen dan juga untuk memasarkan produk batik kepada masyarakat. Pelaku usaha batik akan selalu mengunggah berbagai macam motif batik yang sudah diproduksi untuk dikenalkan kepada masyarakat. Pada akun Instagram batik Pawitah tersebut diberikan informasi mengenai alamat industri kecil batik Pawitah yang terletak di Jalan Karangsembung Tanuraksan Kabupaten Kebumen. selain itu, pada akun media sosial tersebut juga diberikan nomor telepon dan alamat *email* yang dapat dihubungi oleh masyarakat apabila akan memesan atau ingin menanyakan lebih lanjut tentang batik Kebumen kepada pelaku usaha batik Pawitah. Pelaku usaha batik Pawitah dalam mengunggah foto kain batik di instagram juga memberikan keterangan mengenai nama motif batik dan ukuran kain batik yang diunggah.

Ketiga, mengikuti perkembangan teknologi informasi. Perkembangan teknologi yang ada juga menjadi motif pelaku usaha dalam menggunakan pemasaran *online* dalam mempromosikan produk batik Desa Gemeksekti. Perkembangan teknologi yang semakin canggih mengakibatkan pelaku usaha batik di Desa Gemeksekti ingin

mengikuti perubahan yang ada. Pelaku usaha mengetahui adanya perkembangan teknologi dari masyarakat, sehingga mereka memutuskan untuk menggunakan sistem *online* dalam usaha mereka. Di sini masyarakat Desa Gemeksekti yang merupakan kelompok sosial menjadi pelaku dalam perubahan dan perkembangan teknologi yang terjadi di Desa Gemeksekti yang mempengaruhi proses pemasaran batik.

Pelaku usaha batik mendapatkan berbagai saran dari pihak luar untuk menggunakan pemasaran *online*. Penggunaan media sosial di kalangan masyarakat saat ini menjadikan pelaku usaha batik tertarik untuk menggunakan media sosial dalam mempromosikan produk batik. Perkembangan teknologi saat ini yang serba *online* mendorong pelaku usaha batik untuk mengimbangi permintaan konsumen dengan beralih menggunakan pemasaran *online*. Pelaku usaha industri kecil batik menggunakan media sosial untuk mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Setelah itu, mereka memanfaatkan peluang yang ada dengan memasarkan produk-produk batik melalui media sosial tersebut karena sistem *online* dirasa terus berkembang dan akan membantu mereka dalam proses pemasaran produk batik. Pemasaran *online* yang digunakan dapat memberikan berbagai kemudahan kepada para pelanggan. Melalui pemasaran *online* yang ada para pelanggan dapat menghemat waktu dan tenaga mereka untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan tanpa harus datang ke toko secara langsung. Pelanggan dapat dengan mudah memilih produk yang mereka inginkan melalui sistem *online* yang ada dan dapat melakukan pembayaran melalui proses transfer.

Motif-motif di atas merupakan alasan yang melatarbelakangi para pelaku usaha batik melakukan tindakan untuk menggunakan pemasaran secara *online*. Pelaku usaha batik menggunakan pemasaran secara *online* bukanlah tanpa sebab. Seseorang melakukan tindakan berdasarkan tujuan yang mereka inginkan. Menurut Weber, tindakan sosial merupakan tindakan individu sepanjang individu itu mempunyai makna atau arti subjektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain. Tindakan sosial tipe rasionalitas alat-tujuan merupakan tindakan yang ditentukan oleh pengharapan-pengharapan mengenai perilaku objek-objek di dalam lingkungan dan perilaku manusia lainnya. Pengharapan-pengharapan itu digunakan sebagai kondisi atau alat-alat untuk mencapai tujuan yang dikejar dan diperhitungkan secara rasional.

Pilihan pelaku usaha batik menggunakan pemasaran secara *online* dalam situasi tersebut merupakan tindakan sosial rasionalitas alat-tujuan sesuai dengan teori tindakan sosial dari Weber. Pelaku usaha mencari cara untuk dapat mengatasi masalah dalam proses produksi dan penjualan batik di Desa Gemeksekti yaitu dengan pemasaran *online*. Pemasaran melalui *online* merupakan tindakan sosial paling rasional yang dilakukan oleh para pelaku usaha batik di Desa Gemeksekti. Hal ini juga sesuai dengan penelitian Luthfi dan Toyibah (2019) bahwa dalam wirausaha diperlukan inovasi dan kreativitas agar tetap bertahan dalam dunia usaha yang kompetitif. Pemasaran melalui sistem *online* dilakukan oleh pelaku usaha dengan tujuan agar tetap bisa mempertahankan usaha mereka dan untuk memperoleh keuntungan sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan.

Peningkatan Pendapatan Setelah Menggunakan Pemasaran *Online*

Pelaku usaha industri kecil batik Pawitah memulai usahanya pada tahun 2009, sedangkan pelaku usaha batik Zahra pada tahun 2006. Mereka membuka usaha

batik secara turun temurun dari orangtua. Pelaku usaha batik Pawitah maupun batik Zahra memulai usahanya di rumah pribadi mereka dan memasarkan produk batik secara keliling dari kantor ke kantor, rumah ke rumah, hingga dititipkan pada toko maupun pasar di Kabupaten Kebumen. Selain memasarkan secara keliling, para pelaku usaha industri kecil batik juga sering mengikuti ajang pameran yang diadakan pemerintah Kabupaten Kebumen untuk mempromosikan batik Desa Gemeksekti.

Setelah industri kecil batik yang ada mulai berkembang dan cukup populer di masyarakat Kebumen, pelaku usaha batik membuka toko di Desa Gemeksekti untuk menjual produk-produk batik yang dihasilkan. Penjualan dan pendapatan pelaku usaha industri kecil batik hanya mengandalkan penjualan yang didapatkan dari toko batik dan adanya pesanan dari pelanggan, sehingga pendapatan yang didapatkan pelaku usaha hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari dan menggaji para karyawan. Penjualan produk batik yang dilakukan di toko dirasa kurang menguntungkan karena hanya mengandalkan penjualan yang didapatkan dari pelanggan yang datang ke toko. Pendapatan yang diterima hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari sehingga para pelaku usaha batik melakukan strategi lain untuk meningkatkan penjualan batik yaitu dengan menggunakan pemasaran *online*. Mereka menggunakan sistem *online* dalam proses pemasaran melalui website, media sosial seperti Facebook dan Instagram.

Adanya pemasaran *online* membantu para pelaku usaha batik untuk memasarkan produk batiknya ke masyarakat luas, tidak hanya masyarakat Kabupaten Kebumen. Setelah menggunakan pemasaran *online*, para pelaku usaha industri kecil batik Pawitah dan batik Zahra mendapatkan pelanggan dari berbagai daerah. Banyak pelanggan dari kota-kota besar seperti Jakarta, Palembang, dan Bali yang membeli dan memesan produk batik Desa Gemeksekti Kabupaten Kebumen dengan berbagai motif.

Adanya pemasaran *online* yang digunakan dalam memasarkan produk batik memberikan peningkatan dalam jumlah produksi dan penjualan. Penghasilan yang terus meningkat dengan banyaknya penjualan dan pesanan produk batik memberikan peningkatan pendapatan bagi para pelaku usaha maupun bagi para karyawan. Pelaku usaha dapat mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari dan menggaji para karyawan, selain itu mereka juga bisa memenuhi kebutuhan yang lain seperti pergi berlibur, dan membeli kendaraan pribadi. Pendapatan pelaku usaha dan para pengrajin batik dapat meningkat dengan adanya pemasaran melalui *online*. Peningkatan pendapatan pelaku usaha dan pengrajin dapat dibuktikan dengan adanya peningkatan penjualan produk batik yang mencapai 50 persen setelah menggunakan pemasaran *online*. sebagaimana yang disampaikan oleh salah satu karyawan industri kecil batik Zaha berikut:

Kalau untuk peningkatan dari sebelum kita pakai online terus kita udah pakai online sih ya ada peningkatan 50 persen buat penjualan lah mbak (Wawancara tanggal 14 Agustus 2019).

Pelaku usaha dan pengrajin batik dapat mencukupi kebutuhan pokok hidup mereka dan kebutuhan hidup lainnya seperti menabung dan pergi berlibur. Peningkatan pendapatan pelaku usaha juga terlihat dengan kondisi perumahan serta fasilitas yang dimiliki dalam rumah tangga. Pelaku usaha mempunyai kendaraan pribadi yang mereka beli dengan menggunakan hasil pendapatan mereka setelah

menggunakan pemasaran *online*.

Akan tetapi, belum semua pelaku usaha batik di Desa Gemeksekti menggunakan pemasaran *online*. Seperti di industri kecil batik Azel dan industri batik Slamet yang masih menjual produk batik di toko batik milik mereka. Industri batik Azel dan batik Slamet belum menggunakan pemasaran secara *online* sehingga hanya mengandalkan penjualan produk batik dari toko yang ada di Desa Gemeksekti. Pendapatan batik Azel dan batik Slamet diperoleh apabila ada pelanggan yang datang ke toko dan jika mereka mendapatkan pesanan produk batik dari pelanggan. Pendapatan yang mereka dapatkan tentu saja kurang maksimal apabila dibandingkan dengan pendapatan yang diperoleh industri batik Pawitah dan batik Zahra yang sudah menggunakan pemasaran *online* dan juga tetap melakukan penjualan di toko batik milik mereka.

Penggunaan pemasaran *online* yang dilakukan oleh pelaku usaha batik di Desa Gemeksekti dikarenakan adanya pengaruh dari pihak luar seperti pelanggan maupun masyarakat Desa Gemeksekti yang menginginkan agar pelaku usaha batik menggunakan pemasaran secara *online* mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Pelaku usaha batik Pawitah dan batik Zahra menggunakan pemasaran *online* sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan dan juga untuk memperkenalkan batik kebumen. Akan tetapi, penggunaan pemasaran *online* tidaklah diikuti oleh semua pelaku usaha batik, hal ini dikarenakan perlunya pengetahuan dalam menggunakan pemasaran *online*. Belum semua masyarakat di Desa Gemeksekti mengetahui cara menggunakan media sosial untuk memasarkan produk batik mereka.

Meskipun para pelaku usaha mendapatkan banyak kemudahan dan keuntungan dengan menggunakan sistem *online* dalam memasarkan produk batik mereka, akan tetapi para pelaku usaha juga mengalami berbagai hambatan dalam penggunaan pemasaran *online*. Pelaku usaha batik Desa Gemeksekti kurang menguasai dalam penggunaan sistem pemasaran *online*, dan mereka masih memegang sendiri akun-akun *online* tersebut karena belum terdapat adanya admin khusus yang menanganinya.

Simpulan

Pelaku usaha batik di Desa Gemeksekti Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen menggunakan pemasaran secara *online* bukanlah tanpa sebab. Pemasaran melalui *online* dilakukan pelaku usaha untuk meningkatkan produksi batik, memperkenalkan batik Kebumen dan juga untuk mengikuti perkembangan teknologi. Selain itu, pemasaran secara *online* dipilih oleh para pelaku usaha untuk mengatasi permasalahan seperti menurunnya jumlah pengrajin batik di Desa Gemeksekti. Melalui pemasaran *online*, batik Kebumen dapat dikenal masyarakat luas. Penggunaan strategi *online* dalam pemasaran batik Desa Gemeksekti secara tidak langsung memberikan peningkatan pendapatan bagi pelaku usaha. Peningkatan pendapatan terjadi dengan semakin banyaknya pelanggan dari berbagai daerah yang memesan dan membeli produk batik dari industri kecil Pawitah maupun industri kecil Zahra. Pendapatan yang semakin meningkat tersebut tidak hanya mereka gunakan untuk mencukupi modal, tetapi juga mereka gunakan untuk hal lain seperti membeli kendaraan pribadi, pergi berlibur, menabung, dan juga membuka cabang untuk produksi batik.

Saran yang dapat penulis rekomendasikan ialah, bagi pelaku usaha industri kecil batik diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan kualitas produk batik, juga diharapkan dapat memberikan penjelasan mengenai motif batik yang diunggah pada media sosial. Bagi pemerintah diharapkan dapat memberikan dukungan pengembangan industri batik kepada para pelaku usaha dalam menggunakan sistem *online* untuk pemasaran produk seperti melakukan berbagai pelatihan yang berkaitan dengan online marketing.

Daftar Pustaka

- Arsal, T., Basri, M., & Tono, S. (2017). Bakul: Contribution of Rural Women to Family Economy through Informal Sector Activities. *Jurnal Komunitas*, 9(1), 136–142. <https://doi.org/10.15294/komunitas.v9i1.8906>
- Arya, A. K., & Suraj, C. (2015). Assessing The Application of Kaizen Principles In Indian Small-Scale Industry. *International Journal of Lean Six Sigma*, 6(4), 369–396. <http://dx.doi.org/10.1108/IJLSS-11-2014-0033>
- Fitri, F., & Setiyono, I. (2013). Perbedaan Pendapatan Masyarakat Sebelum dan Sesudah Adanya Industri Kecil Rambak di Desa Kauman Kecamatan Bangsal Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1(3), 1–15. <https://doi.org/10.26740/jupe.v1n3.p%25p>
- Glori, G., & Purwohandoyo, J. (2016). Pengaruh Industri Gula Aren terhadap Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Pemilik Industri di Kecamatan Sobang, Kabupaten Lebak. *Jurnal Bumi Indonesia*, 5(4).
- Hastanti, R. P., Bambang, E. P., & Indah, U. W. (2015). Sistem Penjualan Berbasis Web (E- Commerce) pada Tata Distro Kabupaten Pacitan. *Jurnal Bianglala Informatika*, 3(2), 1–9.
- Khoirunnisa, R. (2012). *Upaya Pengembangan Sentra Industri Batik di Desa Gemeksekti Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen* [Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta]. <http://eprints.uny.ac.id/8718/1/1%20-%2008405241025.pdf>
- Listianto, F., Fauzi, Irviani, R., & Kasmi. (2017). Aplikasi E-Commerce Berbasis Web Mobile pada Industri Konveksi Seragam Drumband di Pekon Klaten Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 8(2), 146–152. <https://doi.org/10.54892/jurnal%20tam.v8i2.543>
- Luthfi, A. & Toyibah. (2019). Pembentukan Perilaku Kewirausahaan Tunanetra melalui Come_Unity Sahabat Mata di Kota Semarang. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 1(1), 45-59.
- Mursyida, S., & Abdullah. (2018). Aplikasi Penjualan Oleh-oleh Khas Indragiri Hilir Berbasis Web pada Home Industri Yanti Acai. *Jurnal SISTEMASI*, 7(1), 15–21. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v7i1.243>
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap

Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *JIBEKA*, 11(2), 46–53.
<https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>

Rahmanita, G., & Susilowati, N. (2016). Media Online bagi Pengembangan Industri Kreatif Bidang Kerajinan di Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara. *Prosiding Konferensi Nasional Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik FISIP UMSU*.

Ritzer, George. (2012). *Teori Sosiologi Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sari, D. T., Arsal, T., & Kismini, E. (2015). Keterlekatan Buruh terhadap Industri Sumpit (Kasus di Desa Rowolaku Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan). *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, 4(2), 131–144.

Siregar, V. M. M. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Penjualan Produk. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 9(1), 15–21.
<https://doi.org/10.54892/jurnal%20tam.v9i1.594>