

Pelatihan Pemanfaatan *E-Commerce* Pasar Grosir Setono Pekalongan

Sarono Widodo¹, Taufiq Yulianto², Eddy Triyono³, Eni D. Wardihani⁴, Muhammad Anif⁵,
Sri Anggraeni Kadiran⁶, Subuh Pramono⁷, Endro Wasito⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Teknik Elektro, Politeknik Negeri Semarang, Jl. Prof. Sudarto, S.H. Tembalang, Semarang, 50275
E-mail: sarwede@gmail.com

Abstrak — Pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh tim pengabdian adalah untuk memberikan bantuan teknis kepada Koperasi Pengusaha Batik Setono dalam pengelolaan memperluas pemasaran Pasar Grosir Setono yang berlokasi di Jl. Dr. Sutomo, kota Pekalongan. Selama ini pemasaran dari batik Setono masih bersifat tradisional melalui jasa penjualan di lokasi grosir. Dalam upaya meningkatkan penjualan diperlukan pemasaran yang lebih luas melalui sebuah media pemasaran yaitu website. Website yang dikelola berupa website e-commerce untuk memperkenalkan dan menjual hasil produk batik. Transaksi produk, pelayanan nasabah, fitur lain dapat dilakukan melalui website tersebut. Dengan pemanfaatan e-commerce diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan sekaligus memperluas pasar batik Setono ke dunia internasional.

Kata Kunci: Batik, Setono, E-commerce, pelatihan

I. PENDAHULUAN

UNESCO secara resmi mengukuhkan Batik Indonesia menjadi warisan budaya dunia pada tahun 2009 [1, 2] yang selanjutnya mulai tahun 2010 pemerintah mencanangkan hari Batik Nasional [3]. Pengakuan ini menyadarkan masyarakat untuk mengenakan produk batik sehingga berdampak positif pada perkembangan batik di Indonesia dengan ditandainya Industri Kecil Menengah (IKM) batik dan nilai ekspor yang terus tumbuh [4].

Salah satu pusat batik di Indonesia adalah Pekalongan. Ekspor batik pekalongan ke pasar internasional mengalami kendala pasang surut yang dikarenakan masih ada sejumlah kendala bagi pelaku usaha batik dalam sistem pemasaran yang masih tradisional.[5] Kendala ini dapat diatasi dengan memanfaatkan teknologi informasi dan telekomunikasi [6]. Teknologi informasi akan sangat membantu untuk mempopulerkan batik ke luar negeri terutama dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dan pasar bebas.

Produk batik Pekalongan mempunyai ciri berupa corak batik yang lebih berani dalam warna dengan istilah corak pesisir [7]. Pola manajemen yang diterapkan oleh pengusaha batik Pekalongan masih bersifat sederhana/kekeluargaan. Misal dalam pencatatan bahan baku, biaya produksi, gaji karyawan, hasil penjualan dan sebagainya. Dalam pemasaran yang bersifat tradisional, dimana masih mengandalkan pengunjung mendatangi toko dan pesanan. Promosi dan pemasaran khususnya keluar negeri masih menggunakan pihak ke tiga yang tentunya dapat berdampak pada keuntungan yang diperoleh. Pemasaran langsung (*online*) belum begitu diminati karena kekhawatiran corak batik akan ditiru

oleh pihak lain.

Pengusaha batik Pekalongan rata-rata berpendidikan SMA dan usaha batik secara turun-temurun dalam keluarga. Karyawan yang bekerja dalam setiap usaha batik antara 10-20 orang dengan pendidikan SD sampai SMA, yang bekerja dalam pembuatan batik dan pemasaran/penjualan di outlet-outlet batik di Pekalongan.

Mitra dalam pengabdian masyarakat ini adalah Koperasi Pengusaha Batik Setono adalah koperasi pengelola Pasar Grosir Setono dengan anggota sebanyak 291 pengusaha batik. Pasar grosir ini berlokasi di jalan Dr. Sutomo Pekalongan.



Gambar 1. Pasar Grosir Setono Pekalongan

II. SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Pusat Grosir Setono berupa pembuatan website e-commerce [6] dan pelatihan pemanfaatan guna meningkatkan penjualan batik. Luaran kegiatan pengabdian masyarakat berupa website Koperasi Pengusaha Batik Setono dan keterampilan tenaga pengelola website.

III. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat di mulai dari survei lapangan sampai pada pelaksanaan pendampingan dalam penggunaan website e-commerce.

A. Survei Lapangan

Dalam tahapan ini, tim pelaksana melakukan peninjauan secara langsung ke lokasi, melakukan wawancara dengan pengelola Koperasi batik Setono, dan mendapatkan data-data yang diperlukan guna membangun website e-commerce.

B. Analisis Kebutuhan

Dari hasil survei lapangan dan wawancara terhadap pengelola Koperasi Batik Setono, selanjutnya dibuat rancangan awal website e-commerce yang meliputi fitur-fitur, pendalaman tentang proses bisnis [8,9] serta penetapan target pemasaran (domestik dan manca negara). Selain rancangan website e-commerce, juga merancang kebutuhan perangkat untuk kebutuhan dan pengembangan aplikasi e-commerce.

C. Desain Aplikasi dan Pembuatan E-Commerce

Tahapan ini adalah mendesain sistem secara keseluruhan untuk aplikasi e-commerce. Desain dibuat mulai dari rancangan database, form, dan alur aplikasi yang akan digunakan. Desain yang dihasilkan dilanjutkan dengan pembuatan website e-commerce. Alamat website: www.batik-setono.com

D. Testing dan Evaluasi

Dalam tahapan ini dilakukan uji fungsi fitur-fitur website. Uji fungsi ini dilakukan untuk mengetahui seluruh fitur dan memastikan semuanya berfungsi dengan baik dan memenuhi kebutuhan konsumen.

E. Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Website E-Commerce

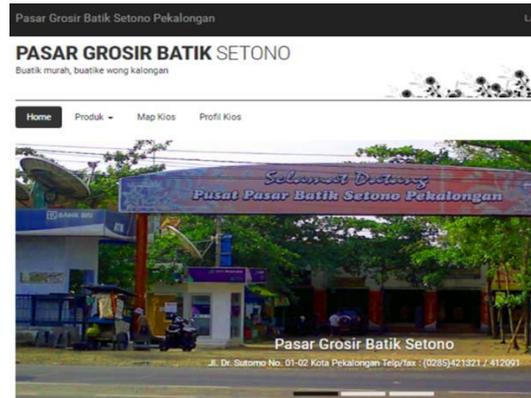
Tahapan pelaksanaan ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan kepada anggota dan pengelola Koperasi Pusat Grosir Setono.

IV. PELAKSANAAN PELATIHAN

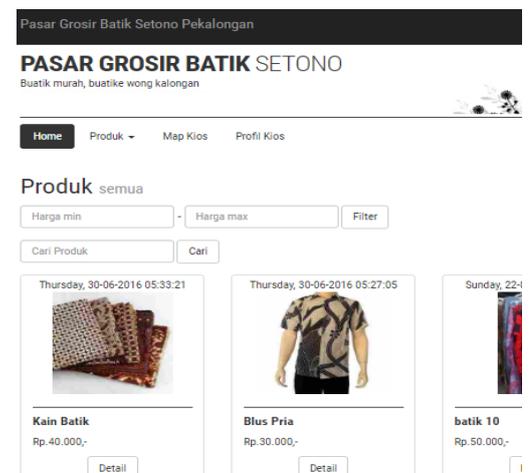
Pelatihan dan pendampingan pemanfaatan website e-commerce dilaksanakan di kantor Koperasi Pusat Grosir Setono Pekalongan. Sejumlah anggota dan pengelola koperasi dilatih dan diberikan pendampingan bagaimana menggunakan dan mengelola website. Sejumlah fitur-fitur diperkenalkan dan langsung dicoba untuk memperkenalkan produk-produk batik. Selain itu peserta pelatihan juga diberikan pendampingan bagaimana memanfaatkan telepon seluler untuk dapat mengakses website e-commerce.

Website tersebut dapat dimanfaatkan bagi pengusaha batik di pasar grosir Setono untuk

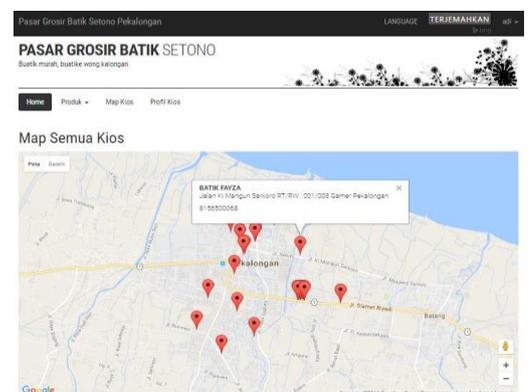
mengunggah setiap produknya sehingga pembeli dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai produk batik yang dijual. Manfaat yang diperoleh dari hasil pengabdian (website dan pelatihan) bagi pengusaha batik adalah mempermudah mempromosikan kios/outlet, mempermudah pemasaran produk, dapat diakses di mana saja, memudahkan pembeli untuk menemukan alamat produsen batik di Pasar Grosir Setono, dan memudahkan transaksi jual beli yang langsung menggunakan website e-commerce.



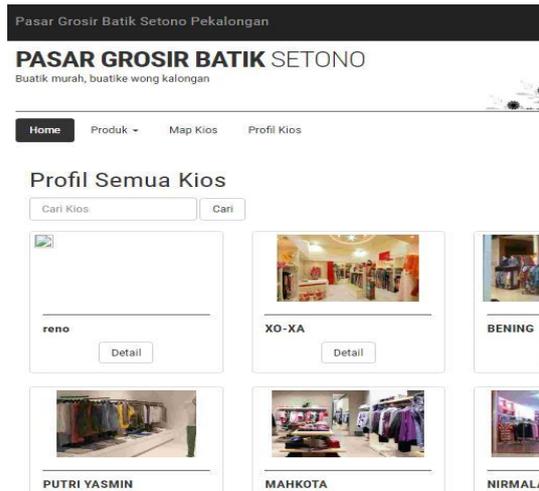
Gambar 2. Tampilan Home dari website e-commerce



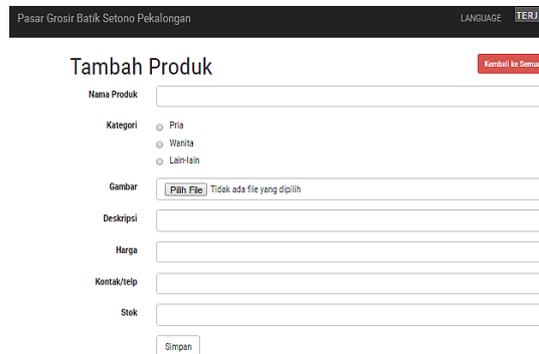
Gambar 3. Tampilan produk



Gambar 4. Tampilan Map Kios di Pusat Grosir



Gambar 5. Tampilan Profil Semua Kios



Gambar 6. Tampilan Fitur Penambahan Produk



Gambar 7. Pelaksanaan Pelatihan



Gambar 8. Pendampingan penggunaan website e-commerce

V. KESIMPULAN

Pembuatan dan pelatihan website e-commerce di Pusat Grosir Setono Pekalongan telah memberikan manfaat dan kemudahan para pengusaha batik untuk memasarkan produk-produknya sehingga pembeli dengan mudah dapat memperoleh informasi produk yang dijual. Website e-commerce juga memberikan kemudahan kepada pembeli dan pengusaha untuk melakukan transaksi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami berterima kasih kepada Koperasi Pasar Grosir Setono Pekalongan atas peran sertanya dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat. Pengabdian masyarakat ini sebagai bagian dalam membantu pengembangan pemasaran produk batik di Pekalongan secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ulum, I. 2009, Batik dan Kontribusinya Terhadap Perekonomian Nasional, Jurnal Bestari 42: 21-32 <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/bestari/article/view/91>
- [2] the Global Review. 2009, http://www.theglobal-review.com/content_detail.php?lang=id&id=728&type=9#_WMfOCTi3rE8
- [3] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/6827/Dunia-Makin-Mencintai-Batik>
- [4] Giatno, 2015, Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Batik di Batik Putra Laweyan, naskah publikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jan. 2015. <http://eprints.ums.ac.id/35642/9/010.%20Naskah%20Publikasi.pdf>
- [5] Tribun Bisnis. 2014. <http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/04/01/kurang-pemasaran-kesalahan-utama-batik-pekalongan>
- [6] T. Hariyati. 2014. Analisis dan Perancangan E_Commerce Pada Batik Tulis Tengah Sawah Ngadirojo, IJNS- Indonesian Journal on Networking and Security 3(2): 21-25. <http://ijns.org/journal/index.php/ijns/article/view/33>
- [7] M. Yulianti, 2006, Kajian Strategi dan Bauran Pemasaran Batik Garutan, laporan akhir, Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor., <https://core.ac.uk/download/pdf/32345157.pdf>
- [8] <http://batik-tulis.com>
- [9] <http://onobatik.com>