

Pemanfaat media online dalam penjualan batik dari kelompok Batik Cantik Suropati (BCS) Tembokrejo

Alfa Julia¹, Nunuk Indarti¹

¹Pendidikan Ekonomi, Pascasarjana, Universitas PGRI Wiranegara, Indonesia, alfajulia9@gmail.com*

Abstrak

Di era globalisasi ini teknologi internet banyak dimanfaatkan diberbagai bentuk kegiatan seperti mengajar, berdagang, membeli barang, pekerjaan kantor, dan sebagainya. Masyarakat dituntut untuk dapat beradaptasi dengan teknologi internet sehingga dapat menggunakannya dengan bijak. Salah satu media online yang dapat digunakan secara positif yaitu berbisnis. Media online yang dapat digunakan dalam berbisnis seperti Instagram, Tik Tok, YouTube, Facebook, Blog, Twitter, LINE, dan Pinterest. Objek penelitian menggunakan kelompok Batik Canti Suropati Tembokrejo. Tujuan penelitian ntuk mengetahui media online yang digunakan oleh BCS, untuk mengetahui pemanfaatan media online yang dilakukan oleh BCS, dan untuk mengetahui keuntungan yang diterima oleh BCS setelah memanfaatkan media online. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif yang digunakan untuk mengumpulkan data yang nyata dan terperinci. Kesimpulan yang didapat penggunaan media sosial tidak hanya berpengaruh negatif, tetapi juga berpengaruh positif salah satunya dapat digunakan untuk berbisnis dan mempromosikan produk. Manfaat yang didapat meningkatnya tingkat permintaan dan terkenalnya perusahaan di kalangan masyarakat.

Kata kunci: Media Online; BCS; Manfaat

Diterima; 10-07-2023 **Accepted** 17-07-2023 **Diterbitkan** 30-07-2023

Utilization of online media in the sale of batik from the Beautiful Suropati Batik (BCS) Tembokrejo group

Abstract

In this era of globalization, internet technology is widely used in various forms of activities such as teaching, trading, buying goods, office work, and so on. People are required to be able to adapt to internet technology so they can use it wisely. One of the online media that can be used positively is doing business. Online media that can be used in doing business such as Instagram, Tik Tok, YouTube, Facebook, Blog, Twitter, LINE, and Pinterest. The research object uses the Batik Canti Suropati Tembokrejo group. The aim of the research is to find out the online media used by BCS, to find out the use of online media by BCS, and to find out the benefits received by BCS after utilizing online media. The research method uses a qualitative approach with a descriptive research design used to collect real and detailed data. The conclusion obtained is that the use of social media does not only have a negative effect, but also has a positive effect, one of which can be used for doing business and promoting products. The benefits are the increased level of demand and the company's popularity among the public.

Keywords: Online Media, BCS, Benefits

Received; 10-07-2023 **Accepted** 17-07-2023 **Published** 30-07-2023



PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang teknologi internet banyak dimanfaatkan di berbagai kegiatan seperti berbisnis, bekerja, mengajar, memberikan informasi, dan sebagainya. Sayangnya, masih banyak masyarakat yang belum mengerti bagaimana menggunakan media online dengan tepat. Hal ini dikarenakan lingkungan sekitar dan kurang mengertinya teknologi.

Tak lupa kita juga telah dilanda wabah Covid-19 pada 20 Maret 2020 silam, dimana semua orang tidak boleh melakukan aktivitas di luar rumah, dengan kata lain semua pekerjaan dilakukan dari rumah (WFH/ *Work Form Home*) baik pekerja kantor, guru, peserta didik, dan seluruh lapisan masyarakat. Mereka benar-benar di tuntut untuk mengoptimalkan penggunaan media online dengan baik agar pekerjaan tetap berjalan. Beberapa media online yang digunakan yaitu Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, Webex, GoTo Meeting, dan sebagainya. Maka dari sinilah kita harus bisa mengoperasikan media online dengan baik agar memiliki manfaat yang baik pula.

Hal lain yang dapat digunakan dalam media online adalah berbisnis. Tak jarang masyarakat menggunakan media online sebagai ajang berbisnis dan promosi, seperti berjualan pakaian, makanan, minuman, kebutuhan rumah tangga, kendaraan, dan sebagainya. Media online adalah sebuah aplikasi atau sarana online yang digunakan sebagai bentuk interaksi, berkomunikasi, dan membangun jaringan melalui media komunikasi online. Penjualan adalah kegiatan transaksi antara penjual dan pembeli sehingga keduanya mendapatkan keuntungan sesuai yang diharapkan. Maka berjualan melalui media online adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah produk dengan menggunakan media online. Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat.

Penggunaan media online dimulai sejak abad ke-21 yang diciptakan oleh insinyur software bernama Ray Tomlinso pada tahun 1971. Ia menciptakan sistem pengirim pesan yang berupa email. Sejak saat itu, transaksi bisnis dapat dilakukan melalui email. Pada tahun 2018-2019 jaringan media online meningkat lebih dari 45%. Artinya masyarakat mulai aktif menggunakan media online sebagai alat untuk promosi dan berdagang.

Pemanfaatan media online yang tepat dapat menumbuhkan dampak positif bagi penggunaanya, antara lain : 1) sebagai persaingan bisnis yang sehat, 2) bekerja sama dengan perusahaan lain, 3) menambah inovasi pada barang dagangan, 4) produk dapat dikenal masyarakat dengan cepat, 5) tidak perlu ke kedai cukup berjualan dari rumah, 6) menambah relasi, dan masih banyak lagi. Tak hanya masyarakat biasa yang berjualan menggunakan media sosial, masyarakat kalangan atas pun juga memanfaatkan media sosial dengan baik.

Kita dapat menggunakan beberapa market place yang dapat digunakan sebagai tempat berbisnis seperti Tokopedia, Shoopee, Bukalapak, Lazada, Blibi, Bhinneka, Orami, Ralali, JD.ID, Zalora, Sociolla, dan masih banyak lagi. Tak hanya *market place* yang baru saja disebutkan, kita juga dapat menggunakan media sosial sebagai tempat berbisni. Akhir-akhir ini pebisnis sering menggunakan Instagram dan Tik Tok untuk mempromosikan barang dagangannya, karena banyak masyarakat yang berkunjung di 2 platform tersebut.

Sama halnya dengan kelompok Batik Cantik Suropati. Mereka memanfaatkan media sosial dengan optimal. Mereka melakukan promosi dan berjualan batik yang merupakan hasil karya pemuda-pemudi Tembokrejo Kota Pasuruan dengan memanfaatkan beberapa platform media sosial. Mereka beranggapan bahwa dengan menggunakan media online, dagangan yang mereka produksi akan cepat dikenal oleh masyarakat dan mereka juga dapat memotivasi para pemuda pemudi untu bisa melestarikan budaya nenek moyang kita yaitu batik.

Hasil yang didapat dari penggunaan media online yaitu nama BCS semakin dikenal oleh masyarakat baik dari pelajar hingga pemerintah daerah. Banyak masyarakat yang melakukan permintaan pelatihan batik, belajar membatik, serta pemesanan. Tak hanya itu mereka juga menjadi bintang tamu di salah satu media online dan mereka juga mendapatkan satu mesin yang dikerjakan oleh mahasiswa Universitas Malang.

Cukup signifikan pengaruh media online terhadap kelompok Batik Cantik Suropati (BCS). Mereka juga dapat menerima pemesanan dari luar kota dengan jumlah cukup dibilang banyak. Banyak masyarakat yang menyukai hasil karya dari BCS karena batik yang dibuat merupakan hasil dari tangan-tangan para remaja.

Dengan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan judul “Pemanfaat Media Online dalam Penjualan Batik dari kelompok Batik Cantik Suropati (BCS) Tembokrejo”.

METODE

Metode penelitian adalah metode ilmiah untuk memperoleh informasi dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Kegiatan penelitian dilakukan secara rasional, empiris dan sistematis. Rasional, yaitu penelitian dilakukan secara rasional sehingga berada dalam jangkauan pemikiran manusia. Empiris, yaitu metode yang dapat dirasakan oleh panca indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui metode yang digunakan. Secara sistematis, proses yang menggunakan langkah-langkah tertentu secara logis (Sugiyono, 2016).

Artikel ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian deskriptif yang digunakan untuk mengumpulkan data yang nyata dan terperinci dengan cara mendeskripsikan gejala yang ada, mengidentifikasi gejala yang ada, mencatat apa yang dilakukan orang lain ketika menghadapi masalah yang sama, dan mengajari mereka membuat rencana dan keputusan di masa depan. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang sedang diterapkan saat ini.

Metode penelitian kualitatif adalah meto yang membahas secara filsafati dari suatu penelitian mengenai *disciplined inquiry* dan *realitas* dari subjek penelitian dalam kebiasaan penelitian ilmu-ilmu sosial termasuk penelitian pendidikan. Penelitian kualitatif adalah penelitian naturalistik, pasca-positivistik, fenomenologis, etnografik, studi kasus, dan humanistik. Metode penelitian kualitatif mencoba memperoleh gambaran yang lebih mendalam, memandang peristiwa secara keseluruhan dalam konteksnya dan mencoba memperoleh pemahaman yang holistik, memahami makna atau verstehen, dan memandang hasil penelitian sebagai spekulatif (Dr. Tjipto Subandi, 2006).

Objek penelitian yang digunakan dalam artikel ini yaitu Batik Cantik Suropati (BCS) Tembokrejo. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mendapatkan data sesuai kebutuhan. Adapapun teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu : 1) observasi, 2) wawancara, dan 3) dokumentasi. Proses daat digunakan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang bagian data yang tidak dibutuhkan, reduksi data, pengorganisasian, kesimpulan, pemaparan, dan verifikasi, serta mengorganisasikan data sehingga mudah untuk melakukan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Online

Media online adalah sebuah aplikasi atau sarana online yang digunakan sebagai bentuk interaksi, berkomunikasi, dan membangun jaringan melalui media komunikasi online. Media sosial ini merupakan perkembangan dari teknologi yang berbasis internet seperti web. Media online dapat berupa Instagram, Facebook, Twitter, Blog, YouTube, dan media online lainnya yang dapat digunakan oleh seluruh masyarakat secara gratis (Yuni, 2017).

Media sosial adalah media yang menyediakan digitalisasi, konvergensi, interaksi dan pengembangan jaringan yang berkaitan dengan komunikasi dan pengiriman pesan. Kemampuannya untuk menyediakan interaktivitas ini memungkinkan pengguna media baru untuk memilih informasi apa yang mereka konsumsi, mengontrol produksi informasi yang dihasilkan, dan mengambil keputusan yang mereka inginkan. Kemampuan untuk memberikan interaktivitas merupakan konsep kunci dalam memahami media baru (Watie, 2016).

Media sosial sangat berperan penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat umum, baik secara nasional maupun internasional. Informasi yang diberikan dapat berupa pendidikan, bisnis, ekonomi, kesehatan, memasak, dan lain sebagainya. Media sosial dapat digunakan sebagai media periklanan online untuk sektor bisnis, dimana masyarakat dapat mengakses link yang berisi produk dan informasi lainnya.

Ada beberapa karakter khusus di media sosial, antara lain:

a) Jangkauan, jangkauan media sosial dari khalayak kecil hingga besar, b) Aksesibilitas, tersedia untuk umum dengan harga yang terjangkau, c) Kegunaan, dapat digunakan tanpa pengetahuan dan pelatihan khusus, d) Aktualitas, dapat menimbulkan tanggapan publik yang lebih cepat dan banyak, dan e) Tetap, komentar yang dikoreksi dapat langsung diganti saat proses editing.

Dalam hal ini kita berbicara tentang media sosial yang digunakan dalam bidang komersial atau bisnis. Saat menggunakan media sosial, kita harus memberikan informasi yang jelas, lengkap, singkat, padat, tidak terlalu membingungkan, dan kalimat harus dapat dimengerti. Karena media sosial tidak hanya digunakan oleh kalangan atas saja, tetapi oleh semua lapisan masyarakat dunia. Oleh karena itu, kita harus memperhatikan banyak hal yang dikomunikasikan, agar tujuan dan pesannya diterima seluruh masyarakat.

Ada 7 prinsip komunikasi bisnis yang efektif, diantaranya:

a) Lengkap, termasuk semua bahan yang diperlukan untuk memungkinkan penerima pesan memberikan jawaban yang memenuhi harapan pengirim pesan. Informasi yang lengkap membawa kepastian dan kepercayaan, b) Jelas, mengungkapkan gagasan dengan kata-kata sesedikit mungkin (singkat, padat tetapi jelas) tanpa mengurangi makna, tetapi tetap menekankan gagasan, c) Pertimbangan, pertimbangan empati dan mengutamakan penerima gagasan, d) Spesifik, jelas dan disampaikan dengan bahasa yang sederhana, e) kejelasan, artinya mudah dipahami dan mudah ditafsirkan, f) Kesantunan, dinyatakan dengan gaya dan nada yang santun untuk mendorong hubungan baik dalam bidang komunikasi, dan g) Ketelitian, tata bahasa, tanda baca, dan ejaan yang benar dan cermat (formal atau resmi) (Oktaviani & Fatchiya, 2019).

Ada beberapa platform media sosial yang mendukung bisnis Anda:

a) Facebook, jejaring sosial atau media sosial yang memungkinkan pengguna menambahkan profil dengan gambar, informasi kontak, atau lainnya. Pengguna dapat bergabung dengan komunitas untuk tetap terhubung dan berinteraksi dengan pengguna lain. b) YouTube, situs web yang digunakan untuk menampilkan sorotannya. Youtube memungkinkan pelanggan untuk memposting atau menampilkan rekaman atau gerakan apa pun sehingga dapat dilihat dan diapresiasi oleh banyak orang. c) Blog, pendekan

dari "weblog", adalah format aplikasi web yang menyerupai tulisan (diunduh sebagai publikasi) pada suatu halaman, d) Instagram, aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram itu sendiri, e) Twitter, layanan pertemanan, berkomunikasi dan tinggal di berhubungan dengan keluarga dan kolega melalui perpesanan yang cepat dan sering. Pengguna mengirim tweet, yang dapat berisi foto, video, tautan, dan teks f) LINE, aplikasi gratis yang memungkinkan kita mengirim pesan teks, pesan suara, panggilan suara, gambar, video, dan lainnya saat kita terhubung ke Internet, dan g) Pinterest, mesin pencari visual untuk menemukan ide seperti resep, inspirasi rumah dan gaya, dan lainnya. Miliaran pin Pinterest selalu penuh dengan ide untuk menginspirasi Anda.

Manfaat media sosial yaitu untuk mempermudah promosi penjualan perusahaan kini lebih memilih cara yang praktis, salah satunya menggunakan social media. Tujuan paling umum penggunaan social media adalah sebagai berikut: 1)Membangun hubungan , 2)Membangun merek , 3)Publisitas , 4)Promosi, dan 5) Riset pasar (Ramadhan, 2017).

Penjualan

Penjualan adalah transaksi penyerahan barang atau jasa kepada pembeli untuk memperoleh pendapatan, yang dapat berupa uang tunai atau kredit. (S.Kom, Ridwan Iskandar, 1991).

Penjualan adalah pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa yang dilakukan perusahaan atau pedagang sebagai usaha pokok (Wulandari, 2017).

Dapat ditarik kesimpulan, bahwa penjualan adalah adanya transaksi jual beli yang dilakukan pedang atau produsen kepada konsumen sehingga kedua pihak mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Produsen mendapatkan uang, sedangkan konsumen mendapatkan barang yang diinginkan.

Ada beberapa macam transaksi penjualan, yaitu :

a) Penjualan tunai, penjualan yang dibayar tunai. Dalam hal penjualan tunai, pembeli segera membayar barang yang dijual kepada penjual sesuai harga yang disepakati, b) Penjualan kredit, penjualan tanpa pembayaran tunai. Pembeli membayar dengan mengangsur atau dengan pelunasan sesuai dengan kesepakatan yang dibuat dengan penjual, c) Penjualan tender, penjualan dengan cara lelang. Ketika penjual mempresentasikan produknya kepada pembeli, pembeli memilih produk terbaik yang mereka inginkan, d) Penjualan ekspor, penjualan internasional. Produk yang diproduksi di negara tertentu dijual (diekspor) ke negara lain secara menguntungkan, e) Penjualan konsinyasi, penjualan ke perantara, f) Penjualan grosir, Grosir menjual produk dengan harga lebih murah tetapi dalam jumlah besar untuk dijual kembali.

BCS (Batik Cantik Suropati)

BCS atau yang dikenal sebagai Batik Cantik Suropati merupakan sebuah komunitas para remaja daerah Tembokrejo yang menggeluti di bidang batik sejak tahun 2020. Lokasi BCS terletak di Tembok Kulon, Jl. Kyai Sentot No.81, Tembokrejo, Kec. Purworejo, Kota Pasuruan, Jawa Timur 67118. BCS diketua oleh seorang pemuda Tembokrejo bernama Suci.

Batik yang ditawarkan oleh mereka terdiri dari 3 jenis yaitu batik tulis, shibori, dan ecoprint. Lamanya waktu pengerjaan dilihat dari banyaknya motif yang diminta dan tergantung jenis batik yang diinginkan oleh konsumen. 1) Batik tulis membutuhkan waktu sekitar 1 minggu. Karena melalui proses yang cukup rumit, diantaranya: membuat pola, mencantik, mewarnai, penjemuran, pemberian *water glass*, penjemuran, penghilangan malam atau *ngloroti* dengan menggunakan air mendidih, dan penjemuran. 2) Shibor cukup

membutuhkan waktu 1-2 hari. Karena proses yang cukup mudah, diantaranya : pemotongan kain, pelipatan kain (d disesuaikan dengan motif yang dipesan), pemberian *water glass*, pencelupan pada warna, dan penjemuran. 3) Ecoprint memiliki lama waktu yang hampir sama dengan shibori tetapi memiliki perbedaan pada prosesnya, diantaranya : pemotongan kain, pencelupan daun ke warna, peletakan daun ke kain, dan penjemuran.

Dari beberapa pengertian yang telah dijabarkan, BCS sangat mengoptimalkan media sosial sebagai tempat berbisnis dan mempromosikan produk mereka. Mereka memanfaatkan 2 platform media sosial, yaitu Instagram dengan nama akun @bcs_tembokrejo dan Tik Tok dengan nama akun @bcstembokrejo. Akun yang telah dibuat digunakan untuk menunjukkan beberapa kegiatan yang dilakukan oleh BCS, karya batik yang telah dibuat, dan *packaging* atau kemasan batik.

Dengan pemanfaat media sosial terdapat beberapa manfaat yang diperoleh oleh BCS, diantaranya : 1) banyak masyarakat yang menginginkan belajar membatik, 2) permintaan pelatihan membatik yang meningkat, 3) banyaknya pesanan batik, dan 4) masyarakat luas semakin mengenal BCS. Semakin dikenalnya oleh masyarakat luas, permintaan-permintaan yang disebutkan tidak hanya merangkul kalangan muda saja, tetapi seluruh lapisan masyarakat turut ikut serta dalam kegiatan tersebut, dimulai dari peserta didik tingkat TK hingga mahasiswa, OPD/ Organisasi Perangkat Daerah, dan masyarakat.

Keuntungan lainnya, BCS telah diminta menjadi bintang tamu oleh salah satu media online yaitu Radius Supermedia yang dapat dilihat di chanel YouTube mereka dengan judul “Generasai Muda Penjaga Tradisi Batik Indonesia”. Tujuan pembuatan konten ini yaitu memberikan ruang kepada BCS untuk berbagi pengalaman selama terjun di dunia batik dan mengajak generasi muda lainnya agar tetap menjaga warisan budaya yang telah dibuat oleh nenek moyang. Tak hanya itu, BCS juga mendapatkan mesin pengolahan batik yang terintegrasi sinar UV-C dari mahasiswa Universitas Negeri Malang yang diketuai oleh Widana Indah Kusuma. Mereka merupakan tim lomba PIMNAS (Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional) yang telah mendapatkan juara emas pada tanggal 4 Desember 2022 di UMM (Universitas Muhammadiyah Malang).

Dibalik keuntungan yang di dapat, ternyata terdapat kendala saat penggunaan media online saat promosi, yaitu konsep atau rancangan yang akan dilakukan saat mempromosikan batik. Tidak berjalannya konsep karena kurangnya pemahaman dari setiap individu tentang konsep yang diberikan dan kurangnya SDM untuk mendukung konsep tersebut.

SIMPULAN

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial tidak hanya berpengaruh negatif, tetapi juga berpengaruh positif salah satunya dapat digunakan untuk berbisnis dan mempromosikan produk. Manfaat yang didapat meningkatnya tingkat permintaan dan terkenalnya perusahaan di kalangan masyarakat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa saran yang akan disampaikan oleh peneliti sebagai perbaikan serta pengemabangan dalam pemanfaatan media online dalam berbisnis. Secara praktis, disarankan bagi sleuruh SDM Batik Cantik Suropati untuk mengadakan diskusi terkait konsep yang akan ditampilkan dalam laman media online yang dimiliki yaitu instagram dan Tik Tok. Konsep tampilan pada lama media online akan digunakan sebagai pemicu daya tarik masyarakat untuk bisa memesan batik di BCS. Secara teoritis, diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan teori baru terkait pemanfaat media online dalam dunia bisnis dan dapat melakukan penelitian lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13–27. <https://doi.org/10.46937/17201926586>
- Ramadhan, F. H. (2017). Pkm Pemanfaatan Media Sosial Instagram. *Jom Fisip*, 4(2), 1–15.
- Subadi, T. (2006). Metode penelitian kualitatif.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- S.Kom, Ridwan Iskandar, pengertian penjualan). (1991). Pengertian Penjualan. *Skripsi Pengertian Penjualan*, XVI(1), 40.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Wulandari, S. A. (2017). Sistem Informasi Penjualan Produk Berbasis Web Pada Chanel Distro Pringsewu. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 4(0), 41–47. <http://ojs.stmikpringsewu.ac.id/index.php/JurnalTam/article/view/36/36>
- Yuni, F. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 152. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/view/2120>