

LITERASI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENGENALKAN BATIK PANDEGLANG DI MASA PANDEMI PADA DESA WISATA SUKARAME BANTEN

^{1*}Denok Sunarsi, ²H. Hastono, ³Kharisma Danang Yuangga, ⁴Rofiq Noorman Haryadi, ⁵Arga Teriyan

^{1,2,3,5}Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia.

⁴STEBIS Bina Mandiri, Bogor, Jawa Barat, Indonesia

[*denoksunarsi@unpam.ac.id](mailto:denoksunarsi@unpam.ac.id)

Abstrak

Virus corona 2019 sebuah nama baru yang diberikan oleh *World Health Organization* bagi pasien dengan infeksi virus novel corona 2019 yang pertama kali dilaporkan dari kota Wuhan, Cina pada akhir 2019. Pada tanggal 10 Januari 2020, etiologi penyakit ini diketahui pasti yaitu termasuk dalam virus ribonucleid acid yaitu virus corona jenis baru, betacoronavirus dan satu kelompok dengan virus corona penyebab *Severe Acute Respiratory Syndrome* dan *Middle East Respiratory Syndrome*. Batik Pandeglang merupakan salah satu kekayaan budaya Indonesia yang sudah ada sejak turun-temurun di masyarakat Banten. Batik yang terkenal dengan ciri khas yang unik ini masih banyak diproduksi secara tradisional dan dikembangkan oleh desa setempat, salah satunya seperti yang dijumpai pada Desa Wisata Sukarame Banten. Yang masih giat memproduksi dan melestarikan warisan budaya ini meski keadaan sektor pariwisata masih belum ada pemulihan yang signifikan.

Kata Kunci: Literasi Pemasaran, Pemasaran Digital, Batik Pandeglang

Abstract

Coronavirus 2019 is a new name given by the World Health Organization to patients with infection with the 2019 novel coronavirus which was first reported from the city of Wuhan, China at the end of 2019. On January 10, 2020, the etiology of this disease was known for sure, namely it was included in the ribonucleic acid virus. namely a new type of coronavirus, betacoronavirus and a group with the coronavirus that causes *Severe Acute Respiratory Syndrome* and *Middle East Respiratory Syndrome*. Batik Pandeglang is one of Indonesia's cultural treasures that has existed for generations in Banten society. Batik, which is famous for its unique characteristics, is still widely produced traditionally and developed by local villages, one of which is found in the Sukarame Tourism Village, Banten. Those who are still active in producing and preserving this cultural heritage, even though the state of the tourism sector has not yet had a significant recovery.

Keywords: Marketing Literacy, Digital Marketing, Batik Pandeglang

PENDAHULUAN

Desa Wisata Sukarame merupakan salah satu desa wisata di Provinsi Banten yang masuk dalam daftar 50 besar Desa Wisata Terbaik dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia 2021. Desa wisata yang berlokasi di Kabupaten Pandeglang ini memiliki beragam potensi yang dapat dinikmati wisatawan, misalnya wisata konservasi alam bawah laut. Andalkan Wisata Warna-warni dan Alam Kampung Riris Jaya, Desa Wisata di Lampung Barat untuk Pencinta Kopi Desa Wisata Carangsari Banten, Desa dengan 14 Daya Tarik Wisata Team PKM dosen Universitas Pamulang berkunjung ke desa wisata Sukarame ini guna memberi

dukungan agar desa wisata makin mengembangkan wisata edukasi tersebut. Beberapa yang kurang tersedia di desa dengan banyak potensi wisata ini seperti kurang tersedianya jaket pelampung, kacamata selam, snorkel, dan fin lantaran selama ini Desa Wisata Sukarame belum memiliki alat-alat tersebut untuk disewakan kepada wisatawan.

Wisata edukasi seputar batik Pandeglang adalah alternatif lain yang ditawarkan Desa Wisata ini selain wisata pantai dan penangkaran ikan Nemo. Di tempat ini wisatawan yang sudah puas berwisata pantai dapat melanjutkan kegiatan dengan belajar seputar batik

Pandeglang.

Jumlah wisatawan turun drastic, dan minat untuk mendatangi objek wisata menurun dikarenakan berbagai macam aturan pemerintah dan tindakan preventive untuk tetap menjaga jarak dan menerapkan protocol kesehatan, padahal Desa Wisata Sukarame memiliki banyak potensi yang membuat wisatawan dapat menikmati budaya dan kearifan lokal yang dilestarikan seperti pertunjukan kesenian Tarian Dzikir Saman, Tarian Ahlan Wa Sahlan, Kendang Pencak, dan Rampak Bedug. Universitas Pamulang merupakan kampus yang berdiri di bawah naungan Yayasan Sasmita Jaya yang beralamat di Jl. 1 pamulang dengan mengemban visi «Bermutu dalam pengembangan pendidikan, penelitian, dan pengabdian terjangkau seluruh lapisan masyarakat, berlandaskan ridha tuhan yang maha esa». Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa di perguruan tinggi.

Pengabdian kepada masyarakat ini untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat yang meliputi berbagai bidang kehidupan, seperti contohnya pelayanan di bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan lain sebagainya.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat team Dosen dan Mahasiswa Universitas Pamulang ini dilaksanakan di Kantor kelurahan Desa Wisata Sukarame Banten. Daya tarik wisata alam di Desa Wisata Sukarame diselaraskan dengan pelestarian budaya dan kearifan lokal masyarakat dengan berbagai macam kegiatan wisata budaya. Seperti pertunjukan kesenian Tarian Dzikir Saman, Tarian Ahlan Wa Sahlan, Kendang Pencak, Rampak Bedug, serta berbagai macam perayaan kebudayaan seperti Ngoclok (mancing gurita) juga Festival Perahu Ruat.

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat berharap dengan adanya kegiatan ini. Desa Wisata Sukarame dapat terus berkembang sehingga dapat meningkatkan perekonomian lokal dan terus menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal. Pemasaran digital akan memberikan kesempatan untuk mengenalkan potensi Desa Wisata Sukarame agar ke depan menjadi destinasi wisata yang berkelas

dunia, berdaya saing dan berkelanjutan demi kesejahteraan rakyat untuk Indonesia bangkit.

Dunia digital yang saat ini berkembang sangat pesat merupakan kunci dalam permasalahan yang tengah dihadapi UMKM dalam menjual produk yang telah dibuat. Terutama yang menjadi tantangan Desa Wisata Sukarame yang harus mengembangkan inovasi dalam lini pemasarannya agar tetap bisa menjual produk-produknya yang berkualitas.

Diperlukan terobosan baru dalam pemasaran digital yang saat ini sudah ada agar mendongkrak penjualan dan menciptakan trend kain batik meski ditengah pandemic covid 19. Sehingga melalui kegiatan penyuluhan ini ada penambahan wawasan dalam berpikir, bersikap dan bertingkah laku. Saat ini menjalankan usaha adalah hal yang sangat menantang, karena menyatukan perbedaan dan serta mampu menyatukan seluruh anggotanya dalam suatu organisasi harus tetap berkarya dengan ancaman kebijakan akan virus covid 19. Harapan segala wawasan dan pengetahuan dalam penyuluhan ini mampu diterapkan para Pengerajin batik di Desa Wisata Sukarame agar mampu bersaing dan bertahan di kondisi saat ini.

METODE

Jumlah wisatawan turun drastic, dan minat untuk mendatangi objek wisata menurun dikarenakan berbagai macam aturan pemerintah dan tindakan preventive untuk tetap menjaga jarak dan menerapkan protocol kesehatan, padahal Desa Wisata Sukarame memiliki banyak potensi yang membuat wisatawan dapat menikmati budaya dan kearifan lokal yang dilestarikan seperti pertunjukan kesenian Tarian Dzikir Saman, Tarian Ahlan Wa Sahlan, Kendang Pencak, dan Rampak Bedug. Universitas Pamulang merupakan kampus yang berdiri di bawah naungan Yayasan Sasmita Jaya yang beralamat di Jl. 1 pamulang dengan mengemban visi «Bermutu dalam pengembangan pendidikan, penelitian, dan pengabdian terjangkau seluruh lapisan masyarakat, berlandaskan ridha tuhan yang maha esa». Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu dari Tri Dharma

Perguruan Tinggi yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa di perguruan tinggi.

Pengabdian kepada masyarakat ini untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat yang meliputi berbagai bidang kehidupan, seperti contohnya pelayanan di bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan latar belakang serta permasalahan yang ditemukan di lapangan, tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang akan mengadakan Literasi Pemasaran Digital sebagai bentuk kepedulian dan pengabdian kepada masyarakat pada Pengerajin batik di Desa Wisata Sukarame Banten. Pelatihan ini akan melakukan pendekatan kekinian sehingga dapat lebih mudah dipahami oleh Pengerajin batik Desa Wisata Sukarame yang rata-rata adalah pemuda yang memiliki semangat untuk maju dan berkembang.

Belajar Tentang Iklan Digital

Di dalam penyuluhan akan mempelajari segala hal tentang strategi pemasaran, salah satunya adalah iklan. Mulai dari jenis iklan hingga implementasi iklan dalam dunia digital. Dengan mengikuti penyuluhan Literasi pemasaran digital ini akan memahami seperti apa yang dimaksud iklan digital. Akan belajar bagaimana cara *capture* produk dengan bagus dan estetik. Sehingga produk dapat terkemas dengan kesatuan pola dan tema yang estetik. Pada pelatihan Pemasaran Digital juga akan belajar bagaimana cara berkomunikasi secara digital dalam sosial media. Untuk dapat memahami hal itu, biasanya di dalam pelatihan akan dibagi ke dalam beberapa kelompok. Masing-masing kelompok itu akan memiliki tugas masing-masing yang harus diselesaikan secara bersama-sama dalam menyusun konsep dan *highlight* produk sehingga menarik minat pelanggan untuk membeli.

Sayangnya, setelah iklan tersebut diunggah, tak satu pun konversi Pengerajin batik dapatkan. Bahkan, Pengerajin batik telah mengeluarkan dana cukup besar untuk memanfaatkan iklan berbayar, namun belum juga mendapatkan penjualan terlebih lagi di tengah *pandemic* yang tak kunjung usai

seperti saat ini. Tentu itu bukan berarti Pengerajin batik telah gagal dalam membuat iklan yang menarik perhatian konsumen.

Memanfaatkan Kekuatan Sosial Media

Facebook, Tweeter, dan Instagram saat ini merupakan sosial media dengan pengunjung terbesar. Untuk itu keahlian fotografi dasar, *capture* gambar serta membuat penawaran di sosial media sangat dibutuhkan ketika hendak memanfaatkan dunia digital dalam kegiatan pemasaran produk. Dalam membuat iklan yang efektif tentu bukanlah pekerjaan mudah.

Iklan juga kerap dipandang sebelah mata sebab sering menyajikan konten yang *lebih-lebihkan*, ditambah perkembangan dunia digital yang semakin berkembang, membuat para pelaku usaha harus dapat membangun kepercayaan kepada para pelanggan.

Iklan pun dapat dilakukan dengan memberikan informasi kepada konsumen melalui media online baik berupa aplikasi maupun website.

Alhasil banyak pula yang menggunakan iklan digital untuk menawarkan produk dan menciptakan kompetitor baru. Oleh karena itu, Pengerajin batik dituntut membuat iklan yang efektif sehingga masyarakat tertarik pada produk yang ditawarkan dan tidak pindah ke lain hati.

Beberapa hal yang harus diperhatikan untuk mampu memasarkan produk yang bagus di dunia digital adalah sebagai berikut:

1. Melakukan Riset Pasar

Elliot Simmonds, salah satu *nominee* Stockport's Young Business Person of the Year 2014 sekaligus pimpinan konsultan Rippleout Marketing menegaskan, bahwa Pengerajin batik perlu melakukan riset pasar secara berkala meskipun iklan yang dibuat sudah mencapai jumlah konversi yang ditargetkan. Pengerajin batik tetap harus meluangkan waktu untuk mencari tahu sendiri, profil konsumen mana yang paling banyak? Siapakah orang yang *kembanten* berkali-kali? Dari mana asal mereka?

Riset ini akan banyak membantu Pengerajin batik dalam mewujudkan cara membuat iklan yang efektif serta

menghasilkan penjualan. Dengan mengetahui detail profil konsumen, maka Pengerajin batik tahu apa yang harus dilakukan pada pembuatan iklan selanjutnya. Cara ini juga dapat membantu Pengerajin batik merencanakan strategi pemasaran yang tepat dengan target pasar yang demikian.

2. Menciptakan Elemen Kreatif

Setiap perusahaan bisnis tentu memiliki elemen kreatifnya masing-masing, yang sudah ada sejak awal pengenalan merek dagang atau branding. Baik berupa maskot, logo, warna, jenis huruf, bahkan theme song, elemen-elemen kreatif inilah yang memudahkan konsumen atau calon konsumen mengingat dan mengenali produk Pengerajin batik.

Mempertahankan konsistensi visualisasi elemen kreatif yang Pengerajin batik buat, berperan penting dalam menjamin kesuksesan sebuah iklan. Di Indonesia, beberapa perusahaan besar sukses mendapatkan penjualan secara besar-besaran melalui setiap iklan yang diciptakan.

3. Memilih Platform

Setelah melakukan riset pasar dan detail profil konsumen ada di tangan Pengerajin batik, inilah saatnya memilih platform mana yang terbaik dan tepat sasaran sesuai dengan konsumen Pengerajin batik. Beberapa platform bisa saja bekerja sangat baik untuk satu perusahaan, namun belum tentu untuk perusahaan Pengerajin batik.

Bersikap bijak dalam memilih platform tempat iklan diletakkan juga menjadi salah satu cara membuat iklan terlihat oleh konsumen yang telah Pengerajin batik targetkan. Jika perusahaan Pengerajin batik adalah sebuah startup yang memiliki produk baru dan inovatif yang belum pernah ada di pasaran, maka sebaiknya menghindari memasang iklan baris di mesin pencarian.

4. Memberikan Penawaran Menarik

Konsumen sangat menyukai tawaran yang Pengerajin batik berikan. Jadi, cara membuat iklan yang menarik adalah dengan memberikan tawaran yang bagus sehingga mereka akan kemBanten membeli produk Pengerajin batik berkali-

kali dengan senang hati.

Pengerajin batik bisa menawarkan potongan harga yang tidak terkalahkan, pembelian berhadiah, pengiriman gratis atau paket-paket pembelian yang akan menghasilkan penjualan dalam jumlah besar. Begitu perusahaan Pengerajin batik datang dengan tawaran yang menarik, konsumen pun akan kesulitan untuk menolaknya.

5. Menjelaskan Manfaat Produk

Menjelaskan fitur produk atau layanan Pengerajin batik memang penting, namun menjelaskan manfaat bagi konsumen adalah magnet terkuat yang dapat menarik minat pembelian mereka. Secara logika, tentunya konsumen lebih tertarik pada apa yang mereka dapatkan dari produk Pengerajin batik daripada apa yang bisa dilakukan dengan produk tersebut.

Pengerajin batik dapat membuat daftar produk apa saja yang Pengerajin batik tawarkan lengkap dengan kelebihan masing-masing produk tersebut. Pastikan Pengerajin batik terlebih dahulu membicarakan manfaat yang akan diperoleh konsumen, bukan kelebihan produk tersebut.

6. Menciptakan Urgensi

Melalui cara membuat iklan yang tepat sasaran tentu tidak sekadar ingin menanam benih, tetapi juga menghasilkan penjualan dari apa yang sudah ditawarkan secepat mungkin. Saat konsumen melihat iklan dan berpikir untuk melakukan pembelian nanti, mungkin mereka benar-benar bermaksud melakukannya.

Namun, boleh jadi mereka akan dengan mudah melupakan penawaran yang Pengerajin batik berikan di dalam iklan tersebut. Oleh karena itu, Pengerajin batik harus mendorong konsumen untuk membeli sekarang bukan nanti. Pengerajin batik dapat menciptakan urgensi ini dengan berbagai cara.

7. Menggunakan Testimoni

Salah satu bagian terpenting dalam membuat iklan yang efektif adalah membangun kepercayaan dan ketertarikan konsumen pada perusahaan Pengerajin batik. Ingat bahwa konsumen memiliki banyak kekhawatiran akhir-

akhir ini, terlebih saat mereka harus berbelanja online.

Penting untuk membangun kepercayaan mereka pada bisnis Pengerajin batik. Tips membuat iklan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen adalah dengan menunjukkan bahwa orang lain telah puas membeli atau menggunakan layanan Pengerajin batik.

Ingatlah bahwa Pengerajin batik tidak dapat membuat orang mencari ulasan online tentang bisnis Pengerajin batik, namun Pengerajin batik bisa memberi mereka ketenangan pikiran dengan menambahkan testimoni dari konsumen yang senang dengan apa yang Pengerajin batik tawarkan. Melihat konsumen lain yang sama seperti mereka senang dengan produk Pengerajin batik, dapat mendorong calon konsumen untuk mencobanya.



Gambar 1. Foto Tim Penagbdi



Gambar 2. Pemasangan Media Informasi

PENUTUP

KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa di perguruan tinggi. Pengabdian kepada masyarakat ini untuk

memberikan pelayanan kepada masyarakat yang meliputi berbagai bidang kehidupan, seperti contohnya pelayanan di bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan lain sebagainya.

Batik Pandeglang merupakan salah satu kekayaan budaya Indonesia yang sudah ada sejak turun-temurun di masyarakat Banten. Batik yang terkenal dengan ciri khas yang unik ini masih banyak diproduksi secara tradisional dan dikembangkan oleh desa setempat, salah satunya seperti yang dijumpai pada Desa Wisata Sukarame Banten. Yang masih giat memproduksi dan melestarikan warisan budaya ini meski keadaan sektor pariwisata masih belum ada pemulihan yang signifikan.

SARAN

UMKM yang masih mengangkat warisan kebudayaan daerah dengan modal yang kecil cenderung terdampak dengan adanya pandemic COVID-19 yang berkepanjangan ini. Sehingga perlu dilakukan tindakan-tindakan penyelamat agar UMKM yang melestarikan warisan budaya ini tidak gulung tikar dan mampu mengatasi krisis yang ada.

Peran tim dalam pengabdian kepada masyarakat sangatlah diperlukan eksistensinya dalam membantu memberikan informasi bukan saja tentang Covid-19 dan Penerapan Protokol Kesehatan 3M yang diberikan oleh Pemerintah, namun pemikiran-pemikiran solutif untuk dapat bertahan bahkan memulihkan diri di kondisi yang menjadi serba tidak pasti.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto. (2014). *Membentuk Anak Cerdas Dan Tangguh*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Basu Swastha, DH, SE, MBA. *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty, Yogyakarta, 2000.
- Buchari Alma. *Pengantar Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2004
- Ebert R.J., dan R.M. Griffin. 2000. *Business Essential*. New Jersey: Prentice Hall
- Haryadi, R. N., Rojali, A., & Fauzan, M. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16.

- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. Pascal Books.
- Josephson, M.1988. Teaching Ethical Decision Making and Principled Reasoning, Ethics: Easier Said Than Done. musim dingin, hlm 28-19.
- Kuriloff, A.H., J.M. Memphill, Jr., D. Cloud. 1993. *Starting and Managing the Small Business 3rd ed.* New York: McGraw-Hill Inc
- Mahmud Machfoed, BA, S.Pd. *Pengantar Bisnis Modern*, Andi, Yogyakarta, 2007
- Zimmerer, T.W., N.M. Scarborough. 1996. *Entrepreneurship and The New Venture Formation*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.