

STRATEGI PENGEMBANGAN BATIK ALPUKAT UNIVERSITAS PGRI SILAMPARI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN

Ratih Eka Sakti¹, Fatma Oktarendah², Endar Pradesa³
Universitas PGRI Silampari^{1,2,3}
ratih.ekasakti@unpari.ac.id¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi pengembangan Batik Alpukat sebagai upaya diversifikasi produk batik lokal berbasis buah alpukat. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif, yang menggambarkan situasi sosial yang diteliti secara menyeluruh, luas, dan mendalam. Hasil penelitian bahwa UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari menunjukkan komitmen yang kuat untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif guna mendukung pertumbuhan bisnis mereka di pasar lokal dan regional. Simpulan, penelitian ini akan memberikan gambaran yang jelas tentang potensi dan strategi pengembangan Batik Alpukat sebagai produk unggulan baru dalam industri batik Indonesia.

Kata Kunci : Batik Alpukat, Peningkatan Penjualan, Strategi Pengembangan

ABSTRACT

This research aims to explore the potential for developing Avocado Batik as an effort to diversify local avocado-based batik products. The approach used in this research is a qualitative descriptive approach, which describes the social situation being studied comprehensively, broadly and in depth. The results of the research show that the Avocado Batik MSMEs at PGRI Silampari University show a strong commitment to continuing to improve the quality of their products and services, as well as developing more effective marketing strategies to support their business growth in local and regional markets. In conclusion, this research will provide a picture of the potential and strategy for developing Avocado Batik as a new superior product in the Indonesian batik industry.

Keywords: Avocado Batik, Increased Sales, Development Strategy

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki kekayaan budaya dan kearifan lokal yang beragam. Salah satu budaya dan kearifan lokal yang dimiliki adalah batik yang mempunyai ragam motif. Setiap provinsi yang ada di Indonesia mempunyai khas batik tersendiri, begitu pula salah satu provinsinya yaitu Sumatera Selatan yang memiliki ciri khas batik tersendiri salah satunya ialah dikota Lubuklinggau.

Kota lubuklinggau menjadi salah satu kota di Provinsi Sumatera Selatan yang telah menunjukkan eksistensinya untuk melestarikan dan mengembangkan batik. Salah satunya ialah Batik Alpukat yang diinisiasi oleh Univeristas PGRI Silampari. Kebanggaan pada pelestarian dan pengembangan batik ini menjadi inspirasi tersendiri untuk memperkuat basis batik secara kedaerahan dan/atau nasional. Serta menambah khasanah

wawasan dalam usaha diversifikasi Batik Lokal khususnya dalam hal ini dilingkup Kampus Universitas PGRI Silampari. Hal ini kemudian yang melatar belakangi Universitas PGRI Silampari untuk mematenkan produk batik lokal dengan melihat banyak aspek keterkaitan antara buah alpukat sebagai produk buah unggulan setempat dengan pengembangan usaha batik Indonesia yang dikenal dunia, menjadi area potensi baru dalam konteks pengembangan Industri Kreatif - Usaha Kecil Menengah, dengan produk unggulan berupa "BATIK ALPUKAT" Pemilihan motif buah alpukat sebagai master design batik, menggunakan elemen - elemen dasar ini kemudian dipadukan dalam realisasi gambar, garis, dan warna yang digambarkan dalam proses pembuatan batik.

Upaya yang perlu dilakukan untuk mengembangkan usaha untuk dapat meningkatkan penjualan (Siregar et al., 2020). Pengembangan dibutuhkan karena bertujuan untuk peningkatan usaha Batik Alpukat. Salah satu masalah yang terjadi selama ini ialah ketika konsumen menginginkan motif alpukat yang lebih besar, pilihan yang diberikan ialah dengan batik tulis karena sampai dengan saat ini pengelola Batik Alpukat belum memiliki cap alpukat yang ukurannya lebih besar sehingga yang dapat ditawarkan ialah dengan batik tulis (Prasetyo & Disarifianti, 2021). Sementara harga batik tulis lebih mahal dan pengerjaannya memakan waktu yang lebih lama (Maghfiroh, 2020). Penelitian yang dilakukan akan lebih menitikberatkan pada dua unsur yaitu Strategi Pengembangan serta upaya peningkatan penjualan. Penulis akan melihat beberapa unsur kategori dari mulai bentuk motif, design, aspek pemasaran, strategi penjualan dan lain-lain. Dengan menitikberatkan beberapa unsur yang dilakukan dalam penelitian, maka dari itu penulis memberi sebuah judul "Strategi Pengembangan Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari sebagai Upaya Peningkatan Penjualan".

KAJIAN TEORI

Strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi (Griffin et al., 2020). Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksud untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan aktifitasnya (Mubarok, 2020). Bagi organisasi bisnis, strategi dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan, dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen (Khairu Muluk, 2018). Pertumbuhan penjualan merupakan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan, pertumbuhan penjualan merupakan sebagai alat mengukur tingkat penjualan yang dihasilkan perusahaan berdasarkan dari penjualan tahun ke tahun yang dijadikan perusahaan sebagai acuan untuk merencanakan strategi penjualan dimasa yang akan datang (Jauch Lawrence R. dan William F. Glueck, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini, penulis menggunakan rancangan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif, deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam. Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif berfokus pada fenomena sosial, pemberian suara pada perasaan dan persepsi dari partisipan di bawah studi. Hal ini didasarkan pada kepercayaan bahwa pengetahuan dihasilkan dari setting sosial dan bahwa pemahaman pengetahuan sosial adalah suatu proses ilmiah yang sah (*legitimate*).

Pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk mendapatkan informasi lengkap tentang Strategi Pengembangan Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari sebagai upaya peningkatan penjualan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses Strategi Pengembangan Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari sebagai upaya peningkatan penjualan. Pendekatan penelitian kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan data yang ada di lapangan dengan cara menguraikan dan menginterpretasikan sesuatu seperti apa yang ada di lapangan, dan menghubungkan sebab akibat terhadap sesuatu yang terjadi pada saat penelitian, dengan tujuan memperoleh gambaran realita mengenai proses pengembangan program pelatihan. Penelitian dilakukan di Universitas PGRI Silampari. Pada awalnya peneliti melakukan observasi awal dan survei, ternyata ditemukan beberapa hal yang menarik untuk diteliti. Setelah mengajukan izin meneliti kepada pihak tentang Strategi Pengembangan Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari sebagai upaya peningkatan penjualan.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. merupakan metode baru karena popularitasnya belum lama, metode ini juga dinamakan postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat post positifisme, serta sebagai metode artistic karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode penelitian eksplorasi, eksplorasi merupakan jenis penelitian awal dari suatu penelitian yang sifatnya sangat luas (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian eksplorasi menjadi sangat penting dikarenakan akan menghasilkan landasan yang kuat bagi penelitian selanjutnya. Tujuan penelitian eksplorasi merupakan tujuan untuk mendapatkan ide-ide mengenai permasalahan pokok secara lebih terperinci maupun untuk mengembangkan hipotesis yang ada (Prof. Dr. A. Muri Yusuf, 2016) Prosedur dalam melaksanakan penelitian kualitatif sebagai berikut (Arikunto, 2016):

- ✓ Mengumpulkan data
Peneliti langsung mengumpulkan data yang berkaitan dengan Strategi Pengembangan Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari sebagai upaya peningkatan penjualan Kota Lubuklinggau.
- ✓ Mengolah data
Peneliti melakukan inventarisir data yang ditemukan yang sesuai dengan sub fokus penelitian yang ditetapkan. Peneliti melakukan pengkodean, mentranskrip hasil wawancara dan mengubah data sekunder yang masih bersifat data mentah.
- ✓ Menganalisis data
Peneliti menyajikan data yang sedemikian rupa dapat dianalisis untuk mengetahui keterkaitan-keterkaiannya. Untuk menganalisis data, peneliti tetap mengacu pada konsep dan teori-teori yang sudah dijelaskan pada bagian sebelumnya.
- ✓ Merumuskan simpulan
Setelah melakukan proses analisis data, peneliti membuat kesimpulan-kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya. Kesimpulan merupakan hasil dari abstraksi dari kesimpulan khusus yang telah diinventarisir dari hasil analisis data.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari, antara lain strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Produk yang dikembangkan UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari awalnya tidak bervariasi, produk yang ditawarkan hanyalah sebatas Batik Cap yang motifnya masih belum variatif. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh manajer UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari yang menyatakan :

“Pada Awalnya batik Alpukat Unpari hanya menjual satu variasi batik saja yaitu batik cap. Namun seiring berjalannya waktu harapan kami, usaha batik ini dapat semakin berkembang sehingga dapat menciptakan jenis maupun variasi dan inovasi batik yang baru”.

Berdasarkan pernyataan Pemerksa Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari dapat diketahui bahwa, pada awalnya memang usaha ini dirintis dari nol. Variasi batik yang ditawarkan hanyalah satu saja yaitu Batik Cap. Namun seiring berjalannya waktu , Batik Alpukat Unpari diharapkan dapat menciptakan inovasi terbaru dengan desain yang lebih menarik dan variatif. Universitas PGRI Silampari juga selalu mengutamakan kualitas produk yang di produksinya, mulai dari bahan baku seperti kain dan pewarna yg memiliki nilai atau kualitas yang berbeda. Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk dan pelayanan yang maksimal. Pencapaian harga secara tepat dan kompetitif akan mempengaruhi keberhasilan suatu usaha dalam melakukan kegiatan pemasaran (Ginting, 2021). Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh manajer UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari yang menyatakan:

“Menentukan harga produk batik dengan harga terjangkau. Penetapan harga disesuaikan dengan tingkat kesulitan membatik, kualitas produk batik serta daya beli konsumen. Dalam menetapkan harga juga membandingkan dengan harga jual produk pesaing batik sejenis”.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa dalam menentukan harga suatu produk UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari juga melihat dari segi harga bahan baku, tingkat kerumitan dalam membatik, kualitas produk, daya beli konsumen dan harga jual produk pesaing yang sejenis. Pernyataan dari manajer juga didukung dengan pernyataan karyawan bagian *marketing* yang menyatakan.

“Dalam menentukan harga jual produk kami membuat patokan dari harga bahan baku batik dan harga jual produk pesaing yang sejenis dengan produk kami, hal ini dilakukan agar produk kami tidak kalah bersaing dengan produk pesaing yang sejenis dan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen”.

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pernyataan sekretaris UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari yang menyatakan:

“kami dalam menentukan harga jual produk itu sebenarnya banyak mengalami kesulitan karena apabila harga kain ataupun bahan baku pewarna itu mengalami kenaikan kami tidak bisa semerta-merta menaikkan harga ataupun mengurangi kualitas produk”.

Berdasarkan pernyataan diatas menjelaskan bahwa strategi harga merupakan suatu hal yang harus benar-benar dipertimbangkan secara detail karena dengan harga-harga tertentu dapat menarik banyak minat konsumen diberbagai kalangan masyarakat dan dengan kualitas yang sesuai (Wulandari, 2022). Sehingga dapat meningkatkan minat

konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan oleh UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari Kota Lubuklinggau.

Tempat atau saluran distribusi pemasaran dengan nama yang mudah diingat, mudah ditemukan dan terletak di lokasi yang strategis akan sangat membantu dalam kegiatan pemasaran suatu usaha dan memudahkan konsumen dalam menjangkau lokasi usaha tersebut (Sistaningrum, 2020). Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh manajer Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari yang menyatakan:

“Dalam menentukan lokasi pemasaran UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari memilih tempat yang berlokasi di Jalan Mayor Toha Air Kuti yaitu kampus Unpari itu sendiri. Di daerah perbatasan di antara kota Lubuklinggau dan Kabupaten Musi Rawas karena lokasi yang seperti ini kami dapat memperoleh konsumen dari kedua kabupaten sekaligus dan memudahkan para konsumen untuk menjangkau lokasi Batik Alpukat Unpari”.

Pernyataan diatas menjelaskan bahwa pihak UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari dalam memilih lokasi atau tempat di daerah perbatasan, menurut pendapat beliau dengan memilih tempat di perbatasan ini dapat memberikan kontribusi yang sangat efektif untuk meningkatkan volume penjualan batik dan juga dapat menarik minat pelanggan yang tidak hanya dari daerahnya saja tetapi juga dari luar daerahnya.

Tempat merupakan aspek yang sangat penting dalam suatu usaha. Batik Alpukat Unpari memilih tempat di Unpari itu sendiri karena tempatnya strategis yang berada didaerah perbatasan antara kota Lubuklinggau dan Kabupaten Musi Rawas ini sangat memungkinkan bagi pihak UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari untuk mendapatkan konsumen yang berasal dari Musi Rawas, tidak hanya konsumen dari Lubuklinggau saja. Hal ini juga didukung dengan pernyataan karyawan bagian pemasaran yang menyatakan:

“lokasi usaha kami berada dikawasan yang strategis dan tepat sasaran dalam artian sasaran yang kami maksud adalah masyarakat diberbagai kalangan yang ada di daerah Lubuklinggau sendiri maupun yang dari daerah Musi Rawas”.

Sesuai data yang diperoleh diketahui bahwa UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari selalu berusaha untuk meningkatkan penjualan produknya di pasar dengan melalui penguatan aspek promosi, iklan yang semakin efektif dan varitif sesuai target pasar. Iklan dan promosi merupakan aspek yang paling penting dalam suatu usaha, karena melalui iklan dan promosi sebuah produk pada perusahaan tertentu akan lebih dikenal oleh konsumen (Amstrong, 2018). Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh manajer Batik Alpukat Unpari yang menyatakan:

“Promosi kami melalui media internet yaitu situs jejaring sosial instagram dan marketplace shopee batik Alpukat Unpari, dan marketekspor.com serta melalui event – event tertentu yang sering kita ikuti dengan tujuan untuk mempromosikan produk kami kepada konsumen, dengan memasarkan produk melalui pemasaran yang manual maupun memasarkan secara online bisa menjangkau konsumen secara luas tidak hanya konsumen didalam kota Lubuklinggau”.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat diketahui bahwa Batik Alpukat Unpari dalam memasarkan produknya melalui situs jejaring sosial *Instagram* : Batik Alpukat Unpari, *Shopee: batik Alpukat Unpari*, *marketekspor.com* dan event – event tertentu.

Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan pihak bagian pemasaran/ *marketing* yang menyatakan:

“Awalnya Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari launching tepatnya pada tanggal 22 Desember 2020 yang bersamaan dengan memperingati hari ibu. Kami datang ke instansi–instansi, ke lembaga – lembaga sekolah, seperti SMKN 2 Lubuklinggau, SMAN 6 Lubuklinggau, BUMN, BUMD, dan Lembaga swasta. Inilah cara promosi awal yang kami lakukan agar batik Alpukat Unpari lebih dikenal masyarakat. Kami juga mengikuti event – event tertentu yang diadakan di Lubuklinggau misalnya event Hari Tanpa Tembakau Sedunia, Ayo Ngelong Ke Lubuklinggau, pameran batik dan masih banyak lagi lainnya. Semua itu dilakukan untuk mempromosikan produk kami kepada konsumen”.

Berdasarkan pertanyaan diatas dapat diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari Kota Lubuklinggau cukup sederhana. Selain dengan cara diatas dalam mempromosikan produknya Batik Alpukat Unpari saat ini menggunakan media sosial dalam mempromosikan produknya seperti *instagram* Batik Alpukat Unpari, promosi melalui dunia maya selain murah juga sangat efektif membantu dalam memperkenalkan kepada masyarakat, selain itu pihak UMKM Batik Alpukat Universitas PGRI Silampari juga mempromosikan melalui *event-event* tertentu yang diadakan di dalam kota Lubuklinggau maupun di luar Lubuklinggau seperti event Hari Tanpa Tembakau Sedunia, Event Ayo Ngelong ke Lubuklinggau, Entrepreneur Award di Pekanbaru, pameran batik dll. Promosi melalui pembicaraan dari konsumen yang sudah membeli kepada calon konsumen lainnya juga dirasa sangat membantu dalam meningkatkan volume penjualan kami.

“Saya sudah pernah beberapa kali membeli batik Alpukat Unpari, awalnya hanya untuk dipakai sendiri tetapi akhirnya saya membeli lagi untuk oleh-oleh tamu saya yang berasal dari luar kota. Dan untuk beberapa teman saya yang awalnya melihat saya memakai Batik Alpukat Unpari, jadi tertarik sehingga akhirnya mereka ikut membeli”.

Berdasarkan pernyataan diatas juga dapat kita ketahui bahwa proses promosi Batik Alpukat Unpari juga sering terjadi dari mulut ke mulut antar pembeli. Sehingga dengan adanya pembeli yang merasa puas dengan produk Batik Alpukat Unpari ini, mereka secara tidak sadar ikut membantu mempromosikan ke masyarakat luas.

PEMBAHASAN

Tingkat kepuasan konsumen terhadap desain dan motif cap Batik Alpukat yang pertama

Adapun hal yang diutarakan oleh pembeli 1 batik alpukat, mengemukakan pendapat bahwa :

“Saya sudah cukup puas dengan desain batik alpukatnya, hanya saja semoga ke depannya dibuatkan desain alpukat yang lebih besar agar lebih unik”. (P1)

Kemudian didukung dengan pendapat yang sama oleh Pembeli 2 Batik Alpukat, menyatakan bahwa :

“Sudah puas, desainnya cantik dan menarik terus warnanya juga bagus. Cocok untuk dibuat baju kerja/blazer”. (P2)

Selanjutnya hal yang sama disampaikan oleh mitra Batik Alpukat, dalam wawancara yang dilakukan, mitra berpendapat bahwa :

“Sudah puas karena desainnya bagus, dan tidak pasaran. Sehingga membuat semakin percaya diri saat dipakai”. (M)

Selanjutnya adapun pendapat yang disampaikan oleh Pemerksa, menyatakan bahwa:

“Alhamdulillah, sejauh ini kami mendapatkan respon positif dari berbagai kalangan yang pernah membeli batik Alpukat, mereka menyampaikan sangat puas dengan desain batik Alpukat, desainnya bagus dan tidak pasaran”. (PK)

Senada juga pendapat yang disampaikan oleh Pengelola, menyatakan bahwa:

“Pembeli batik alpukat yang sering kami temui, selalu berkomentar puas dengan desainnya unik dan menarik, mereka menyatakan ingin membeli lagi untuk sanak saudara serta sebagai oleh-oleh”.(PL)

Tingkat kepuasan konsumen terhadap warna kain Batik Alpukat

Adapun hal yang diutarakan oleh pembeli 1 batik alpukat, mengemukakan pendapat bahwa :

“Warna kain batik alpukat sudah oke, saya waktu itu beli yang warna kuning, saya suka karena warnanya cerah”.(P1)

Selanjutnya hal yang sama disampaikan oleh Pembeli 2, dalam wawancara yang dilakukan, pembeli 2 berpendapat bahwa :

“Sudah puas, perpaduan warnanya menarik, dengan warna cerah, membuat si pemakai menjadi lebih cerah juga”.(P2)

Selanjutnya hal yang sama disampaikan oleh mitra Batik Alpukat, dalam wawancara yang dilakukan, mitra berpendapat bahwa :

“Sudah puas karena warnanya menarik, bagus, dan tidak seperti batik kebanyakan. Sehingga membuat badan kayak lebih cerah”. (M)

Selanjutnya adapun pendapat yang disampaikan oleh Pemerksa, menyatakan bahwa:

“Batik alpukat memang kami sengaja desainkan dengan warna yang mencolok tetapi tetap cantik dan tidak norak ya, sehingga cocok dipakai untuk pria maupun wanita.”. (PK)

Senada juga pendapat yang disampaikan oleh Pengelola, menyatakan bahwa:

“Alhamdulillah tanggapan pembeli ataupun pemakai batik alpukat selalu menyatakan bahwa suka dengan warna-warnanya”.(PL)

Perpaduan antara desain Alpukat dengan desain pendamping pada kain batik

Adapun hal yang diutarakan oleh pembeli 1 batik alpukat, mengemukakan pendapat bahwa :

“Desainnya bagus dan menarik, pada saat masih berbentuk kain, belum terlihat pola yang bisa dibentuk, tetapi saat sudah dijahit menjadi baju desainnya sangat bagus dan polanya terlihat”.(P1)

Kemudian didukung dengan pendapat yang sama oleh Pembeli 2 Batik Alpukat, menyatakan bahwa :

“Desain perpaduannya sudah bagus, tapi ada beberapa motif di katalog saya lihat agak rame. Jadi kurang mencolok motif alpukatnya, tapi rata-rata padu padannya pas”. (P2)

Selanjutnya hal yang sama disampaikan oleh mitra batik Alpukat dalam wawancara yang dilakukan, mitra berpendapat bahwa :

“Kami sangat senang dengan desain pendamping maupun desain utama alpukatnya, karena kebetulan kami memang request desain kain sesuai dengan yang kami inginkan, serta ditambah dengan motif logo IIPK”.(M)

Senada dengan hal yang diutarakan oleh Pemeraksa batik alpukat, mengemukakan pendapat bahwa :

“Desain alpukat dan desain pendampingnya memang kami rancang sebaik mungkin agar didapatlah kain batik Alpukat yang menarik unik serta tidak pasaran, dalam hal ini kami memang memiliki tim khusus untuk mendesain batik Alpukatnya”.(PK)

Selanjutnya hal yang sama disampaikan oleh Pengelola batik Alpukat dalam wawancara yang dilakukan, mitra berpendapat bahwa :

“Kebetulan kami memang memiliki tim khusus untuk mendesain Batik Alpukat, desain ada dua macam yaitu desain by request serta desain standar. Sebelum dicap dan dicetak batik Alpukat melewati beberapa proses persetujuan antar tim”.(PL)

Tanggapan terhadap harga batik Alpukat yang dijual.

Adapun hal yang diutarakan oleh pembeli 1 batik alpukat, mengemukakan pendapat bahwa :

“harga batik alpukat sudah sesuai, tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah juga karena ada harga ada kualitas”.(P1)

Senada dengan pendapat diatas, pembeli 2 juga menyampaikan bahwa :

“harga nya sudah pas karena memang batiknya bagus, harga tidak terlalu mahal juga walaupun agak diatas harga pasarannya, tetapi sesuai dengan kualitasnya”.(P2)

Kemudian didukung dengan pendapat yang sama oleh Mitra Batik Alpukat, menyatakan bahwa :

“harganya kalau menurut saya ya standar yah, tidak murah tapi juga tidak mahal, kalau bisa dibuatkan versi yang lebih ekonomisnya agar lebih banyak masyarakat yang mau membeli. Tapi bagi kami, dengan desain yang bisa request dan kualitas yang didapat, harganya sudah oke dan *worth it*”.(M)

Selanjutnya hal yang sama disampaikan oleh Pemakarsa, dalam wawancara yang dilakukan, pemakarsa berpendapat bahwa :

“Sebelum menentukan harga, kami sudah melakukan berbagai macam pertimbangan, sehingga harga yang ditawarkan dengan kualitas yang ad aitu menurut kami sudah yang terbaik dan pas. Desain batik kita yang eksklusif, serta kainnya juga adem bagus tidak panas, menyerap keringat saat dibuatkan baju. Jadi menurut kami harga yang ada sudah sesuai”.(PK)

Tingkat kepuasan terhadap pengemasan Batik Alpukat.

Adapun hal yang diutarakan oleh pembeli 1 batik alpukat, mengemukakan pendapat bahwa :

“Pengemasannya sudah cantik, cocok dan bagus juga untuk oleh-oleh”.(P1)

Kemudian didukung dengan pendapat yang sama oleh Pembeli 2 Batik Alpukat, menyatakan bahwa :

“Pengemasan bagus, jadi lebih eksklusif”.(P2)

Selanjutnya hal yang sama disampaikan oleh Mitra dalam wawancara yang dilakukan, berpendapat bahwa :

“Pengemasannya sudah oke, sudah baik. Kami sudah sering memesan batik Alpukat untuk buah tangan para tamu yang datang ke kantor kami. Selain itu juga

dalam kemasannya terdapat kartu ucapannya juga jadi cocok untuk dijadikan oleh-oleh”.(M)

Senada dan didukung dengan pendapat yang sama oleh Pemakarsa Batik Alpukat, menyatakan bahwa :

“Pengemasan sudah bagus, menarik”. (PK)

Kemudian didukung dengan pendapat yang sama oleh pengelola Batik Alpukat, menyatakan bahwa :

“Pengemasannya sudah bagus jadi kami siapkan seperti paperbag dan kemas kotak dari kertas karton tebal, ditambahkan dengan kartu ucapan agar tampilannya menjadi semakin eksklusif”.(PL)

Pelayanan penjualan Batik Alpukat

Adapun hal yang diutarakan oleh pembeli 1 batik alpukat, mengemukakan pendapat bahwa :

“Pelayanannya sudah bagus dan fast respon apabila kita telfon atau chat menanyakan tentang batik”.(P1)

Kemudian didukung dengan pendapat yang sama oleh Pembeli 2 Batik Alpukat, menyatakan bahwa :

“Pelayanan bagus, cepat responnya”.

Selanjutnya hal yang sama disampaikan oleh Mitra Batik Alpukat, dalam wawancara yang dilakukan mereka berpendapat bahwa :

“Pelayanan baik. Saat menanyakan batik yang ready dijawab cepat oleh tim pemasarannya”.

Selanjutnya hal yang sama disampaikan oleh Mitra dalam wawancara yang dilakukan, berpendapat bahwa :

“Pelayanan sudah oke, sudah baik, ramah dan sangat membantu apabila kami membutuhkan bantuan cepat tanggap”.(M)

Senada dan didukung dengan pendapat yang sama oleh Pemakarsa Batik Alpukat, menyatakan bahwa :

“Pelayanan kami selalu mengusahakan untuk semaksimal mungkin dan sebaik mungkin, apabila ada pembeli ingin request desain motif kami dengan senang hati untuk menerima masukan dan menemui calon pembeli”. (PK)

Kemudian didukung dengan pendapat yang sama oleh pengelola Batik Alpukat, menyatakan bahwa :

“Menurut kami pelayanan adalah poin penting untuk majunya sebuah UMKM, terkadang apabila produk kita bagus tetapi tidak didukung dengan pelayanan yang baik maka akan menyebabkan pembeli menjadi kurang berminat”.(PL)

“Sudah bagus pelayanannya. Tetapi respon saat menelfon agak lambat diangkat”.

Tanggapan terhadap letak lokasi penjualan Batik Alpukat?

Adapun hal yang diutarakan oleh pembeli batik alpukat, mengemukakan pendapat bahwa :

“Lokasinya lumayan jauh dari rumah saya, akan tetapi saat membeli batik system COD bertemu di titik tengah sehingga saya tidak terlalu jauh ke Unpari”.

Kemudian didukung dengan pendapat yang sama oleh Mitra Batik Alpukat, menyatakan bahwa :

“Lokasi dekat dengan kantor saya. Jadi tidak terlalu jauh saat ingin membeli batiknya.

Selanjutnya hal yang sama disampaikan oleh Pembeli 2, dalam wawancara yang dilakukan, pembeli 2 berpendapat bahwa :

“Lokasi terjangkau dan strategis, di tengah kota Lubuklinggau”.

Kepuasan terhadap kemudahan bertransaksi dalam pembelian Batik Alpukat.

Adapun hal yang diutarakan oleh pembeli batik alpukat, mengemukakan pendapat bahwa :

“Sangat mudah, bisa membayar cash bisa juga transfer”.

Kemudian didukung dengan pendapat yang sama oleh Mitra Batik Alpukat, menyatakan bahwa :

“Bertransaksi sangat mudah dan fleksible”.

Selanjutnya hal yang sama disampaikan oleh Pembeli 2, dalam wawancara yang dilakukan, pembeli 2 berpendapat bahwa :

“Puas sekali, karna memudahkan. Saat tidak bawa uang bisa dibayar besok harinya”.

Tanggapan terhadap cara promosi dan periklanan Batik Alpukat

Adapun hal yang diutarakan oleh pembeli batik alpukat, mengemukakan pendapat bahwa :

“Harus ditingkatkan lagi agar semakin banyak yang tahu dengan batik alpukat”.

Kemudian didukung dengan pendapat yang sama oleh Mitra Batik Alpukat, menyatakan bahwa :

“Promosinya masih kurang, instagramnya masih tidak update. Saat saya mau membeli melihat katalog di IG ternyata fotonya banyak yang belum diupdate”.

Selanjutnya hal yang sama disampaikan oleh Pembeli 2, dalam wawancara yang dilakukan, pembeli 2 berpendapat bahwa :

“Promosinya sudah bagus, di Unpari sudah banyak yang memakai batik Alpukat ini”.

Harapan terhadap pengembangan Batik Alpukat

Adapun hal yang diutarakan oleh pembeli batik alpukat, mengemukakan pendapat bahwa :

“Semoga kedepannya batik alpukat semakin dikenal masyarakat, mengeluarkan desain yang terbaru dan unik, tetapi dengan harga yang terjangkau”.

Kemudian didukung dengan pendapat yang sama oleh Mitra Batik Alpukat, menyatakan bahwa :

“Semoga batik alpukat semakin maju, sukses selalu untuk tim batik Alpukat”.

SIMPULAN

Pengembangan desain yang dilakukan dengan konsep mengedepankan ciri khas visual dan warna pada batik Alpukat merupakan proses pengembangan dilakukan dengan pembuatan cap baru yang disesuaikan dengan usulan dan saran yang diberikan oleh pemeraksa, pengelola, mitra maupun pembeli. Dengan adanya variasi motif yang beragam, berdampak pada peningkatan penjualan batik alpukat yang secara tidak langsung dapat meningkatkan pengembangan UMKM mitra yaitu pembatik Nabila (Cirebon) dan Ida (Muara Beliti).

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, P. K. dan G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. <http://repository.unas.ac.id/8545/>
- Arikunto, S. (2016). *Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Edisi Revi). Rineka Cipta.
- Ginting, N. F. H. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yrama Widya. <http://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas/article/view/589/0>
- Griffin, R. W., Phillips, J. M., & Gully, S. M. (2020). *Organizational behavior: Managing people and organizations*. CENGAGE learning. <https://thuvienso.hoasen.edu.vn/handle/123456789/11937>
- Jauch Lawrence R. dan William F. Glueck. (2019). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Erlangga.
- Khairu Muluk. (2018). *Knowledge Management*. Bayumedia Publishing.
- Maghfiroh, Q. (2020). Bentuk Batik Tulis Lasem Motif Krecak di Perusahaan Batik Tulis Lasem Sekar Kencana. *Jurnal Desain*, 8(1), 61–75.
- Mubarok, M. H. (2020). *Pengantar Bisnis*. Nora Media Enterprise.
- Prasetyo, D., & Disarifianti, N. (2021). Studi Pengembangan Desain Motif Batik Tulis Lasem Rembang. *Prosiding Seminar Nasional Desain Komunikasi Visual*, 1, 14–25. <https://doi.org/10.33479/sndkv.v1i.120>
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M. P. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan - Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd. - Google Books. In *Prenada Media*. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RnA-DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=Prof.+Dr.+A.+Muri+Yusuf,+M.+P.+\(2016\).+Metode+Penelitian+Kuantitatif,+Kualitatif+%26amp%3B+Penelitian+Gabungan+-+Prof.+Dr.+A.+Muri+Yusuf,+M.Pd.+-+Google+Books.+In+Prenada+Media.&ots=Jy9nHjVz4j&sig=UNMAYL_5Bn3-DPr2mHykxIFwIYg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RnA-DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=Prof.+Dr.+A.+Muri+Yusuf,+M.+P.+(2016).+Metode+Penelitian+Kuantitatif,+Kualitatif+%26amp%3B+Penelitian+Gabungan+-+Prof.+Dr.+A.+Muri+Yusuf,+M.Pd.+-+Google+Books.+In+Prenada+Media.&ots=Jy9nHjVz4j&sig=UNMAYL_5Bn3-DPr2mHykxIFwIYg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Siregar, A. P., Raya, A. B., Nugroho, A. D., Indana, F., Prasada, I. M. Y., Andiani, R., Simbolon, T. G. Y., & Kinasih, A. T. (2020). Upaya pengembangan industri batik di Indonesia. *Dinamika Kerajinan Dan Batik*, 37(1), 374833. <https://dx.doi.org/10.22322/dkb.v37i1.5945>
- Sistaningrum. (2020). *Manajemen Penjualan Produk*. Kanisius. <https://www.mahesainstitute.web.id/ojs2/index.php/jehss/article/view/744>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta. https://www.researchgate.net/profile/Hery-Purnomo/publication/377469385_metode_penelitian_kuantitatif_kualitatif_dan_rd/links/65a89006bf5b00662e196dde/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d.pdf
- Wulandari, A. (2022). *Batik Nusantara: Makna filosofis, cara pembuatan, dan industri batik*. Penerbit Andi. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=mm13EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Wulandari,+A.+\(2022\).+Batik+Nusantara:+Makna+filosofis,+cara+pembuatan,+dan+industri+batik.+Penerbit+Andi.&ots=fFjsR67F5r&sig=UIQfFeaCh0E5T8RdF6IcZhOY81w&redir_esc=y#v=onepage&q=Wulandari%2C%20A.%20\(2022\).%20Batik%20Nusantara%3A%20Makna%20filosofis%2C%20cara%20pembuatan%2C%20dan%20industri%20batik.%20Penerbit%20Andi.&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=mm13EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Wulandari,+A.+(2022).+Batik+Nusantara:+Makna+filosofis,+cara+pembuatan,+dan+industri+batik.+Penerbit+Andi.&ots=fFjsR67F5r&sig=UIQfFeaCh0E5T8RdF6IcZhOY81w&redir_esc=y#v=onepage&q=Wulandari%2C%20A.%20(2022).%20Batik%20Nusantara%3A%20Makna%20filosofis%2C%20cara%20pembuatan%2C%20dan%20industri%20batik.%20Penerbit%20Andi.&f=false)