

PEMASARAN SECARA ONLINE PRODUK BATIK PADA RUMAH BATIK ROLLA JEMBER

(Product Marketing Online Batik House On Batik Rolla Jember)

Wendiansyah Febrianto, Sasongko, Sri Wahyuni,
Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember (UNEJ)
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
E-mail: yuni.adbispar@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemasaran secara online produk batik yang dilakukan Rumah Batik Rolla Jember. Penelitian ini dilakukan di Rumah Batik Rolla Jember dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh penjelasan dan gambaran pemasaran secara *online* di Rumah Batik Rolla. Hasil penelitian yang didapat dari Rumah Batik Rolla Jember adalah website dan akun yang digunakan rumah batik rolla dalam memasarkan produk batiknya. Akun yang digunakan adalah akun facebook pribadi milik ibu Iriane serta bekerja sama dengan PT. Indosat dan tokobagus.com. Pemasaran secara online ini memiliki kelebihan dan kekurangan sehingga ibu Iriane memiliki kiat-kiat atau strategi khusus dalam menjalankan bisnisnya secara *online*.

Kata Kunci: pemasaran, online, batik, rumah batik Rolla.

Kata Kunci: *Public Relations*, kualitatif, citra, publik internal, publik eksternal

Abstract

This study aims to describe online marketing products batik House Batik Rolla Jember. This study was conducted at the Rolla Batik Jember with descriptive qualitative approach to obtain an explanation and description of online marketing in house Batik Rolla. The results of the study were obtained from Jember Rolla Batik House is the website and the account used in marketing products batik rolla homes. The account used is a Iriane private facebook account and cooperation with PT. Indosat and tokobagus.com. Marketing online has advantages and disadvantages so that mothers Iriane have tips or a specific strategy in doing business online.

Keywords: marketing, online, batik, batik home Rolla.

Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini, manusia dituntut untuk bisa bersaing dalam semua aspek dan melakukan perubahan untuk menuju ke arah perbaikan. Hal ini juga terjadi dalam bidang industri yang mengalami banyak kemajuan dalam perekonomian di Indonesia. Sejak meningkatnya perkembangan teknologi khususnya media informasi mencapai puncaknya banyak orang yang mendapatkan keuntungan. Keuntungan itu dapat terbukti dengan semakin banyak para pebisnis yang menggunakan media internet untuk memasarkan produknya. Internet telah berkembang dengan pesat memasuki setiap segmen masyarakat, imbas media yang satu ini telah mengubah pola hidup dan interaksi masyarakat. Dalam hal berbelanja dan mencari barang-barang yang diperlukan tidak lepas dari pengaruh media online. Aplikasi-aplikasi *mobile phone* yang kian berkembang turut mendukung pula gaya hidup konsumen dengan media online. Lingkungan bisnis mau tidak mau harus memanfaatkan media online dalam memasarkan produknya. Perubahan atau saling melengkapi

antara pemasaran secara online dan offline memiliki peran yang cukup signifikan bagi pebisnis. Media internet yang digunakan dalam pemasaran secara online berupa blog, *facebook*, *twitter*, dan lain-lain. Dengan pemasaran secara online menunjukkan peningkatan angka penjualan terhadap produk yang dipasarkan. Konsep pemasaran yang dilakukan secara online dapat memberikan banyak keuntungan bagi para pebisnis tersebut.

Pebisnis tidak memerlukan banyak biaya-biaya untuk keperluan sewa tempat, pajak promosi, dll, dari keuntungan tersebut yang paling utama yaitu keuntungan dari banyaknya rekomendasi testimoni para konsumen yang sudah menggunakan produk terhadap relasi konsumen tersebut. Adanya rekomendasi dan testimony menguntungkan pebisnis karena ada rasa penasaran dari calon konsumen lainnya untuk membeli produk yang ditawarkan. Keuntungan tersebut juga diimbangi dengan semakin tinggi jumlah penduduk (masyarakat) di Indonesia menyebabkan semakin tinggi pula tingkat kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat tersebut.

Kebutuhan pakaian muncul akibat adanya kebutuhan untuk melindungi tubuh dari keadaan iklim dan cuaca di sekitarnya. Sekarang ini pakaian tidak hanya dipandang sebagai kebutuhan dasar manusia, tetapi juga sebagai kebutuhan psikologis, sebagai identitas diri, identitas sosial dan trend mode. *Life style* ikut mempengaruhi perkembangan mode dari waktu ke waktu. Perkembangan gerakan dunia mode setiap waktu, gaya, bentuk, corak, dan nuansanya tidak pernah berhenti. Peminat mode juga tidak hanya dari golongan remaja tetapi juga golongan dewasa baik pria maupun wanita.

Kebutuhan tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari. Selama hidup manusia membutuhkan bermacam-macam kebutuhan, seperti makanan, pakaian, perumahan, pendidikan, dan kesehatan. Kebutuhan dipengaruhi oleh kebudayaan, lingkungan, waktu, dan agama. Semakin tinggi tingkat kebudayaan suatu masyarakat, semakin tinggi pula macam kebutuhan yang harus dipenuhi. Salah satu dari kebutuhan sandang bagi manusia adalah pakaian. Pakaian menjadi hal yang harus diperhatikan karena di zaman sekarang ini pakaian mencerminkan pribadi dari setiap orang yang memakainya. Kebutuhan masyarakat akan pakaian pun menjadi hal yang diutamakan, tidak hanya sebagai kebutuhan sekunder tapi sudah menjadi kebutuhan primer.

Perkembangan industri mode saat ini berkembang sangat pesat. Teknologi yang berkembang pesat membuat pebisnis memilih menjalankan bisnisnya menggunakan cara yang lebih efektif untuk menarik minat konsumen yaitu bisnis online.

Salah satu produsen batik yang menggunakan pemasaran produk secara online yaitu Rumah Batik Rolla Jember. Rumah produksi batik ini memproduksi batik dengan motif yang menjadi ciri khas kota Jember yaitu tembakau. Keunikan dan keistimewaan produk Rumah Batik Rolla Jember dibandingkan dengan produk rumah batik lain adalah konsep yang dimiliki Rumah Batik Rolla yaitu *one design one product*, hal ini dilakukan untuk memberikan pelayanan yang berbeda untuk masyarakat yang menyukai batik, oleh sebab itu setiap hari selalu diciptakan motif-motif baru yang berbeda dengan motif-motif sebelumnya. Selain itu juga untuk mengangkat pemasaran produk batik supaya semakin luas dikenal masyarakat melalui jaringan internet atau di dunia bisnis *online*.

Rumah Batik Rolla memproduksi batik Jember dengan jenis batik tulis dan batik cap. Batik tulis diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pasar kelas menengah ke atas sedangkan batik cap untuk memenuhi kebutuhan pasar kelas menengah ke bawah. Kedua jenis batik ini diproduksi dalam rangka memperluas jangkauan pasar sehingga konsumen bisa memilih berbagai motif dan jenis batik sesuai dengan daya belinya walaupun berdampak terhadap kualitas produk yang diberikan. Industri batik di Jember yang baru beberapa tahun terakhir ini berproduksi, telah mengalami berbagai masalah terutama mengenai kualitas produk yang dihasilkan. Ditinjau dari kualitas produk batik Jember yang diproduksi oleh Rumah Batik Rolla memiliki karakteristik khusus yang membedakan dengan produk batik Jember yang diproduksi oleh daerah Sumberjambe dan desa

kaliwining, yaitu dalam hal keawetan warna, corak warna, jenis kain motif dan kemasan.

Motif Batik Jember diinspirasi oleh potensi sumberdaya alam yang ada di Jember seperti tembakau, kakao, buah naga, kopi, bambu, burung dan kupu-kupu. Bentuk daun tembakau menjadi ciri khas yang paling dominan. Motif batik jember tidak lagi mengikuti pakem motif batik seperti motif batik Solo, Jogja dan Pekalongan akan tetapi lebih mengarah pada motif bebas dan kontemporer. Motif Batik Jember juga ditentukan oleh selera pasar dan tren budaya lokal yang sedang berkembang. Sebagai contoh motif "JFC" (Jember Fashion Carnaval) yang diinspirasi oleh kegiatan JFC yang diselenggarakan di Jember setiap tahun. Adapun motif yang mengikuti keinginan pembeli diantaranya motif "payung fantasi", "perahu layar" dan "kereta api". Dengan adanya perkembangan kemajuan teknologi dan meningkatnya permintaan konsumen akan batik, memicu perkembangan dunia pemasaran pula.

Konsep yang diciptakan Ibu Iriane tersebut membuat konsumen tertarik untuk membeli produk batik di Rumah Batik Rolla Jember. Penjualan produk batik secara *online* di bulan Januari 2013 lebih tinggi dibandingkan bulan Februari 2013. Di bulan Maret penjualan kembali meningkat, jadi penjualan tidak menentu tiap bulannya. Jika dibandingkan dengan penjualan secara *offline*, jumlah penjualan secara *online* lebih rendah dilihat dari data selama 3 bulan (januari, february, dan maret) tahun 2013. Selera pasar atas produk batik Jember yang berwarna kontras cukup tinggi khususnya pasar lokal kawasan tapal kuda Jember, Lumajang, Bondowoso dan Situbondo. Adapun warna-warna soft dan senada biasanya disukai oleh pasar regional seperti Surabaya, Malang, Jakarta, Lampung dan Bogor. <http://batik-jember.com/profil-kami.html>.

Tujuan memperluas pemasarannya Rumah Batik Rolla Jember menggunakan konsep pemasaran baru yang terdiri dari kolaborasi media internet dan komunikasi yang biasa dikenal dengan pemasaran online. Pemasaran online yang diterapkan di Rumah Batik Rolla Jember meliputi tata cara pemesanan, pembelian, produknya, pembayaran, model/motif, dll. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pemasaran Secara online Produk Batik Jember Pada Rumah Batik Rolla Jember. Dengan kemajuan teknologi membuat dunia pemasaran berubah dari *offline* menjadi pemasaran online.

Metode Penelitian

Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah metode kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan prosedur pemecahan masalah yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh dan mendalam (Sugiyono, 2011:209). Menurut Moleong (2009:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang maksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu

konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sementara menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2009:4) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Tahap Penelitian

Tahap penelitian ini ada beberapa kegiatan yang dilakukan peneliti, yaitu penelitian ini dilakukan di Rumah Batik Rolla Jember yang terletak di jalan Mawar No. 75 Jember. Karakteristik Informan dipilih sesuai dengan kriteria yang dianjurkan oleh Faisal (dalam Sugiyono, 2011:221) adalah:

- 1) Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui tetapi juga dihayati;
- 2) Mereka tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti;
- 3) Mereka mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi;
- 4) Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil “kemasannya” sendiri;
- 5) Mereka yang pada mulanya tergolong “cukup asing” dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber. Pada penelitian ini pemilihan key informan dilakukan secara *in depth interview* atau wawancara mendalam. Wawancara mendalam yang dimaksud adalah suatu percakapan antara peneliti dengan informan yang bertujuan mengetahui pendapat, perasaan, persepsi, pengetahuan, dan pengalaman.

Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, yang bertujuan untuk memperoleh data. Data merupakan suatu alat yang digunakan untuk mempermudah dalam menganalisis suatu masalah. Tahapan ini diperlukan dalam rangka memperoleh data yang akurat dalam suatu penelitian. Teknik-teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain, peneliti melakukan observasi langsung terhadap objek penelitian dengan melakukan Observasi partisipasi pasif dimana peneliti tidak ikut terlibat dalam kegiatan yang ada, tetapi hanya mengamati dan membuat catatan lapangan guna memperoleh informasi tambahan yang dibutuhkan peneliti. Peneliti juga melakukan wawancara mendalam terhadap informan untuk mendapatkan penjelasan berkaitan dengan pokok bahasan penelitian, serta melakukan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi.

Tahap Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai dilapangan. Dalam hal ini menurut Nasution dalam Sugiyono (2011:245) menyatakan bahwa analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Berdasarkan tahap-tahap penelitian dalam pengumpulan data, maka analisis yang

digunakan adalah analisis domain dan analisis taksonomi. Menurut Sugiyono (2011:255) menyatakan bahwa analisis domain adalah analisis yang memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh dari objek/penelitian atau situasi sosial. Terlebih dahulu peneliti menetapkan analisis domain sebagai langkah pertama dalam penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2011:261) analisis taksonomi adalah analisis terhadap keseluruhan data yang terkumpul berdasarkan domain yang telah ditetapkan.

Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data perlu dilakukan agar data-data yang diperoleh merupakan data yang *reliable* sehingga sesuai dengan derajat kebenarannya. Menurut Moleong (2009:329) pemeriksaan keabsahan data dapat dilakukan dengan cara :

- a. Ketekunan/keajegan pengamatan yaitu dengan memperpanjang waktu penelitian diantaranya dengan melakukan wawancara ulang secara mendalam maupun melakukan teknik observasi ulang.
- b. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai sumber data yang telah ada.
- c. Mendiskusikan hasil sementara atau hasil akhir dengan orang-orang yang memiliki kompetensi untuk mendiskusikan proses dan hasil penelitian.

Tahap Penarikan Kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam penelitian setelah interpretasi data dilakukan. Penarikan kesimpulan berdasar pada data yang diperoleh dan dianalisis sehingga ditemukan jawaban dari permasalahan yang diteliti. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menggunakan metode induktif yaitu penarikan kesimpulan yang berangkat dari hal-hal yang bersifat khusus ke dalam hal-hal yang bersifat umum mengenai pemasaran *online* di Rumah Batik Rolla.

Hasil Penelitian

Rumah Batik Rolla merupakan perusahaan perseorangan yang memproduksi batik dengan jenis batik tulis dan batik cap. Batik yang diproduksi menggunakan motif dengan ciri khas Jember yaitu daun tembakau yang sebelumnya telah dirintis oleh pengusaha batik Sumberjambe dengan memperbanyak inovasi motif batiknya. Rumah Batik Rolla didirikan pada Februari tahun 2010 dan berlokasi di Jalan Mawar No. 75 Jember. Perusahaan ini dirintis oleh Ir. Iriane Ch.M, A.Md yaitu Ketua Koperasi Gerakan Keluarga Indonesia (Koperasi GAKIN) juga pemilik rumah produksi dan *outlet* batik di Kabupaten Jember dengan merek “Batik Jember”.

Nama Rumah Batik Rolla Jember ditujukan untuk mengenalkan Jember sebagai suatu daerah sentra baru penghasil batik tulis di Jawa Timur dan untuk mengenang ayahanda dari pemilik yaitu Bapak Chairoallah yang lebih dikenal dengan Pak Rolla, yang merupakan pengusaha sukses di bidang ekspor tembakau. Selain itu, juga untuk mengangkat dan memperkenalkan Kabupaten Jember

sebagai salah satu penghasil tembakau terbesar di Indonesia. Tujuan awal didirikannya Rumah Batik Rolla untuk membantu pengrajin Sumberjambe, Kabupaten Jember dalam memasarkan produk batiknya. Namun dalam perkembangannya respon dari pasar bagus dan omset besar sehingga banyak permintaan pasar yang tidak dapat dipenuhi oleh pengrajin Sumberjambe untuk batik tulis kelas menengah ke atas. Rumah Batik Rolla dan Lembaga Keuangan Mikro Masyarakat (LKMM) Mawar sepakat untuk melatih anggotanya untuk membatik. Pemilik perusahaan batik Rolla melalui usahanya dengan merekrut dua orang pelatih, menyiapkan sarana dan prasarana, bahan dan alat, serta memilih 10 orang ibu anggota LKMM Mawar.

Pelatihan membatik yang diselenggarakan untuk pertama kalinya berlangsung selama satu bulan. Pengetahuan tentang teknis pewarnaan diperoleh dengan mendatangkan pengrajin dari Pekalongan selama empat hari untuk memberikan keterampilan pewarnaan kepada tiga orang pekerja laki-laki yang direkrut khusus menangani pewarnaan batik. Pengrajin batik di Rumah Batik Rolla merupakan anggota LKMM yang dibina oleh Koperasi GAKIN. Jika permintaan pasar untuk batik tulis meningkat kemungkinan Rumah Batik Rolla juga melakukan kerjasama dengan pengrajin Sumberjambe dalam hal tenaga kerja dengan tetap menggunakan standart kualitas produk "Batik Jember".

Rumah Batik Rolla memiliki lebih dari satu macam produk dengan berbagai motif yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Saat ini jumlah motif Batik Jember yang telah diciptakan sudah cukup banyak. Lebih dari 50 motif yang telah dibuat dengan berbagai nama motif yang mengikutinya. Konsep Rumah Batik Rolla ialah *one design one product*, hal ini dilakukan untuk memberikan pelayanan yang berbeda untuk masyarakat yang menyenangi batik, oleh sebab itu setiap hari selalu diciptakan motif-motif baru yang berbeda dengan motif-motif sebelumnya. Ibu Iriane bersama suami bekerja sama dan membagi tugas dalam perusahaan, ibu Iriane bertanggung jawab atas pemasaran, SDM, dan logistik. Di samping itu, suaminya bertanggung jawab atas produksi mulai dari desain/motif, gambar, pewarnaan, pengeblokan, serta pelorotan.

Pembahasan

Alasan dibentuknya pemasaran secara online pada Rumah Batik Rolla Jember

Kegiatan penjualan produk batik di Rumah Batik Rolla Jember kepada konsumen tidak lepas dari kegiatan pemasaran karena selain sebagai promosi untuk meningkatkan penjualan juga untuk mendapatkan nilai dari pelanggan. Memasarkan sebuah produk bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumennya saja, melainkan untuk mempertahankan nilai loyalitas konsumennya. Hal tersebut bertujuan agar konsumen tetap setia membeli dan menggunakan produk yang sama.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa perkembangan teknologi yang pesat menginspirasi pimpinan perusahaan Rumah Batik Rolla, ibu Iriane memasarkan

produk batiknya tidak hanya secara *offline* melainkan juga secara *online*. Sarana *online* yang dijalankan oleh ibu Iriane tersebut yaitu melalui *website*, *facebook*, dan toko *online*. Ibu Iriane sebagai pemilik perusahaan batik di Rumah Batik Rolla Jember memiliki pendapat, bahwa dengan menggunakan *website* dapat mempermudah kegiatan pemasaran produk batiknya. Alamat *website* Rumah Batik Rolla yang berisi tentang promosi produk batiknya adalah www.batik-jember.com yang dibuat tahun 2010.

Selain *website* Rumah Batik Rolla dalam memasarkan produknya juga menggunakan situs *facebook*. Nama akun *facebook* adalah Rumah Batik Rolla atau melalui alamat email irianechem@gmail.com. Akun *facebook* tersebut dibuka sejak tahun 2010 bersamaan dengan pembuatan *website* Rumah Batik Rolla Jember oleh Ibu Iriane dengan tujuan dalam memasarkan produk batiknya agar produk batik yang diproduksi menyebarluas ke seluruh dunia. Sarana *online* lain yang dijalankan oleh Rumah Batik Rolla Jember adalah dengan bekerjasama dengan PT. Indosat. Kerjasama ini baru saja diberlakukan yaitu sejak Januari 2013. PT. Indosat mendapatkan 5% dari hasil penjualan produk batik dan Rp 3000 setiap bulan dari Rumah Batik Rolla Jember. Pengiriman produk batik dilakukan oleh PT. Indosat dengan bekerjasama dengan jasa pengiriman JNE. Selain itu juga perusahaan bekerja sama dengan tokobagus.com. Toko bagus merupakan situs berbayar yang digunakan Rumah Batik Rolla dalam menjalankan bisnis *online*. Usaha perusahaan melalui tokobagus.com ini bisa dikaitkan peraturan perundang-undangan sehingga dapat meminimalisir kasus penipuan.

Proses Pemasaran Online

Pemasaran adalah suatu system total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang agar dapat memuaskan keinginan dan mencapai sasaran serta tujuan perusahaan. Tanpa pemasaran yang baik maka hasil produksi yang dihasilkan akan sia-sia serta menyebabkan hasil produksi tersebut tidak laku di pasaran. Jika hal tersebut terjadi, maka sangat penting bagi perusahaan dan menerapkan strategi pemasaran yang jitu agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Batik Rolla Jember tidak sebatas daerah ruang lingkup Jember saja, akan tetapi sudah merambah ke daerah-daerah sekitarnya. Rumah Batik Rolla dalam memproduksi batik menggunakan suatu cara atau sistem produksi. Setiap bagian dalam perusahaan memiliki hubungan yang erat dalam mendukung dalam kelancaran proses sehingga dapat berjalan dengan baik Dalam proses pemasaran di Rumah Batik Rolla produk akan diproduksi jika ada pesanan.

Dalam pemasaran secara online pemesanan dapat dilakukan melalui *website* www.batik-jember.com dan dapat langsung memesan ke galeri. Pembeli dapat langsung menentukan produk yang diinginkan atau dapat pula sesuai dengan produk yang sudah ada di galeri. Mengenai spesifikasi dari produk yang diinginkan dapat dikonsultasikan lebih lanjut dengan pihak perusahaan. Spesifikasi tersebut meliputi: bahan, warna, motif serta jumlah produk yang diinginkan.

Pelaksanaan pengawasan pada tahap input merupakan tanggung jawab dari bagian pemasaran dan bagian administrasi keuangan. Bagian pemasaran bertugas sebagai penerima pesanan dan pembeli serta melakukan negosiasi harga dengan pihak pembeli kemudian menyerahkan catatan pesanan kebagian administrasi keuangan. Administrasi keuangan bertugas mengadakan pembelian bahan baku dan bahan penolong pada *supplier*, serta membuat SPK (Surat Perintah Kerja) yang diberikan kepada bagian produksi. SPK merupakan dasar dari pelaksanaan proses produksi sehingga kesalahan dalam SPK akan menyebabkan *output* yang dihasilkan tidak sesuai dengan permintaan.

Setelah terjadi kesepakatan antara perusahaan dan pihak pembeli, selanjutnya dilakukan pembayaran uang muka (*down payment*) sebesar 40% dari total pembayaran dilakukan melalui email pembayaran melalui rekening perusahaan. Setelah pembayaran uang muka dilakukan maka produk pesanan diproduksi. Setelah pembayaran uang muka maka dibuat SPK oleh bagian pemasaran dan bagian administrasi produksi diserahkan ke bagian produksi untuk dilakukan proses produksi sesuai dengan pesanan yang telah dibuat. Untuk tahap awal proses produksi perusahaan membuat 2 macam produk, yang satu untuk perusahaan sebagai contoh dalam pembuatan sedangkan satunya untuk pemesan sehingga nantinya pembeli dapat melakukan komplain terhadap perusahaan apabila terdapat ketidaksesuaian antara pesanan dan produk yang diterima.

Pada tahap transformasi tanggung jawab bagian produksi dan bagian *quality control*, berdasarkan surat perintah kerja digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan proses produksi yang dilakukan oleh karyawan produksi. Untuk tahap transformasi dilakukan pengawasan yang cermat, agar dapat menekan poses kegagalan. Bagian *quality control* dapat langsung melakukan koreksi ketika tahap transformasi berlangsung yang tidak sesuai dengan SPK pada tiap tahapnya. Pengawasan ini sangat berperan penting karena pada tahap transformasi terjadi perubahan dari input menjadi *output*. Pelaksanaan proses produksi harus diperhatikan dengan baik untuk menjaga kesesuaian spesifikasi baik dari perusahaan maupun dari pemesan. Kesalahan yang terjadi sebisa mungkin diminimalisir untuk menjaga kualitas *output* sehingga kepercayaan pembeli pada perusahaan dapat terjaga.

Pengawasan *output* merupakan tanggung jawab dari kabag produksi dan bagian pemasaran. Pengawasan ini meliputi pemeriksaan kesesuaian produk jadi yang dihasilkan dengan standart mutu yang telah ditentukan. Standart mutu yang telah ditentukan yaitu bahan baku yang berkualitas, batiknya bersih, tidak ada cacat pada motif batik, warna batik tidak mudah luntur dan kain tidak berlubang sehingga menghasilkan produk batik yang dapat memenuhi keinginan para konsumennya. Apabila ditemukan ketidaksesuaian antara produk jadi dengan Surat Perintah Kerja maka akan diganti dengan batik sejenis yang sudah disiapkan sebelumnya untuk menghindari komplain dari pembeli, terkadang perusahaan juga memberikan potongan harga atau penggantian produk sejenis untuk pembelian berikutnya. Usaha ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Keuntungan dan Kelemahan Bisnis *Online* di Rumah Batik Rolla

Bisnis *online* merupakan sebuah kegiatan bisnis yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan perangkat komputer yang tersambung ke jaringan internet. Intinya adalah kegiatan bisnis yang memanfaatkan jaringan internet. Walaupun bisnis *online* semakin banyak peminatnya di Indonesia, namun masih banyak yang memandang sebelah mata dengan bisnis ini.

Keuntungan dari bisnis *online* :

- 1) Investasi minimal - Perusahaan dapat memulai bisnis *online* dengan investasi minimal dan yang dibutuhkan adalah sebuah komputer pribadi atau laptop dan koneksi internet. Selain itu, tidak perlu mengambil bantuan media untuk mengiklankan produk dan jasa perusahaan. Rumah Batik Rolla dapat menyimpan sejumlah besar dengan iklan secara *online*.
- 2) Proses cepat - Hal ini dimungkinkan untuk memulai bisnis seperti secepat website akan diluncurkan. Ibu Iriane sebagai pebisnis tidak harus menunggu untuk waktu yang lama atau menghabiskan sejumlah besar uang untuk memulai bisnis *online*.
- 3) Pebisnis adalah BOSS! Dengan memulai bisnis rumah *online*, bisa menjadi bos dan mengambil hari libur setiap kali diinginkan. Pebisnis tidak perlu bertanggung jawab kepada siapa pun dan juga bisa mendapatkan lebih banyak dibandingkan dengan apa yang telah diperoleh ketika menjadi seorang karyawan dengan gaji. Selain itu, Anda akan langsung merasakan manfaat atas kerja keras sendiri!
- 4) Kebebasan untuk bekerja - Untuk melakukan sebuah bisnis internet tidak perlu melangkah keluar rumah dan dapat bekerja kapan saja sesuai dengan kenyamanan di rumah. Selain itu, Anda juga dapat menjalankan sejumlah bisnis secara bersamaan dan melakukan pekerjaan Anda saat bepergian dari satu tempat ke tempat lain.
- 5) Pertumbuhan cepat - Hal ini relatif mudah untuk mengiklankan produk dan jasa kepada pelanggan yang ditargetkan dengan bantuan internet. Selain itu, pebisnis juga dapat mulai mendapatkan jumlah pengunjung ke website. Ini membantu bisnis untuk tumbuh cepat. Selain itu transaksi *online* memberi fasilitas pembayaran cepat.

Sedangkan kelemahan atau kekuarangan bisnis secara *online* antaralain :

- 1) Kompetisi yang tinggi - Karena mudah dijalankan, maka menjadi sangat mudah bagi siapa saja untuk mengikuti bisnis dan mulai bersaing di dunia bisnis *online* dengan cara promosi iklan produk dan jasa yang serupa.
- 2) Perlu paham hal teknis - Anda perlu memiliki pengetahuan teknis minimum untuk memulai bisnis *online*. Seperti misalnya, Anda harus memiliki gagasan tentang bagaimana menulis dan mengedit teks dalam

HTML, bagaimana menambahkan grafis, membuat label serta memperoleh pengetahuan teknis meng-*upload* sebuah *file* di server, sekaligus teknik promosinya

- 3) Tingkat Kepercayaan. Banyaknya jumlah bisnis online di internet tidak menutup kemungkinan banyak yang hanya scam atau penipuan. Oleh karena itu para *buyer* kerap kali ragu terhadap kredibilitas sebuah bisnis online, apalagi yang umurnya baru seumur jagung, misalnya yang baru terbit di tahun 2013 ini.
- 4) Mudah Terganggu oleh aktivitas orang rumah - Kelemahan lain dari bisnis seperti itu adalah bahwa hal itu mudah untuk mendapatkan gangguan, karena pebisnis bekerja dari rumah. Salah satu cara terbaik untuk menghindari gangguan adalah untuk memilih jam kerja yang pasti dan mengidentifikasi wilayah kerja di rumah. Ini akan membantu pebisnis untuk berkonsentrasi dan pada gilirannya, mendapatkan kesuksesan dalam usaha bisnis *online*.

Strategi Rumah Batik Rolla dalam membangun kepercayaan konsumen

Kepercayaan konsumen, baik itu merupakan calon pembeli maupun pelanggan merupakan langkah paling vital untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan dalam suatu bisnis. Sikap ini sangat mendasar untuk diperhatikan, terutama bagi praktisi bisnis yang terjun pada dunia *online*. Dalam bisnis secara *online* membangun kepercayaan konsumen harus dilakukan secara serius dan mendapatkan prioritas pertama. Besarnya pengaruh kepercayaan atas bisnis oleh calon konsumen dan pelanggan bisa menjadi faktor signifikan untuk mengukur keberhasilan bisnis. Peningkatan penjualan yang menjadi target utama sangat tergantung seberapa banyak orang percaya pada bisnis dan perusahaan.

Perkembangan *website* toko online dan beragam situs *e-commerce* lainnya (bisnis berbasis web), persaingan dalam pemasaran online saat ini menjadi kian ketat. Oleh karena itu, banyak perusahaan tidak segan mengeluarkan biaya yang sangat besar hanya untuk membangun kepercayaan konsumen dalam bisnis mereka. Setelah pebisnis memiliki *website* untuk menjalankan bisnisnya, prioritas utama yakni membangun kepercayaan konsumen wajib dijalankan seiring upaya promosi dan marketing perusahaan. Perusahaan perlu membuat strategi yang baik dan sumber daya yang cukup dalam memaksimalkan hal ini. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah menjadikan *website* bisnis tersebut menjadi *website* yang dapat dipercaya.

Berikut adalah beberapa poin yang dapat dilakukan untuk memulai membangun kepercayaan konsumen pada *website* menurut Pimpinan Rumah Batik Rolla, Ibu Iriane dan Ria Juhairia di bagian *Quality Control*:

1. Pastikan *website* bisnis baik dan nyaman untuk pembaca. Desain *website* bisnis yang baik akan sangat menentukan, terutama seberapa menariknya tampilan *website*, menu navigasi yang tepat, seberapa mudah pengunjung mendapatkan informasi hingga kenyamanan saat pembaca berkunjung ke *website*. Untuk itu, sangat

disarankan menanamkan investasi saat menentukan desain dan tampilan untuk *website* bisnis.

2. Hadirkan informasi profil, sistem dan bisnis anda dengan jelas. Keberadaan Perusahaan dan Jenis Bisnis yang dilakukan harus bisa memberikan informasi yang jujur, bisa dipertanggung jawabkan dan memiliki legalitas. Semakin lengkap informasi pada poin akan membuat pengunjung mudah dan sukarela untuk melakukan bisnis dengan perusahaan. Dan pada akhirnya akan menarik dan meningkatkan penjualan produk, barang dan jasa pada bisnis.

3. Hadirkan layanan pelanggan yang baik dan detail (live support dan contact). Calon pelanggan yang berkunjung ke *website* bisnis akan sangat menginginkan bisa menghubungi secara langsung, secepat mungkin dan mendapatkan respon yang cepat pula. Jadikan prioritas untuk selalu menghadirkan fitur Live Support pada *website* bisnis anda. Baik itu berupa live chat, live messenger, kontak BBM / Telepon, email support dan lain sebagainya.

4. Berikan Jaminan dan Garansi, bila diperlukan. Pada umumnya calon pelanggan yang membutuhkan informasi mengenai jaminan dan garansi atas bisnis. Informasi ini menjadi vital bagi pelanggan, karena bisa mendapatkan gambaran seperti apa bisnis dan perusahaan kedepannya. Dilain sisi, kepercayaan dan kenyamanan dalam bertransaksi akan terjaga dengan baik bagi pelanggan. Memberikan informasi lengkap seperti legalitas perusahaan, jaminan keamanan dalam bertransaksi, garansi produk, jaminan dan informasi pengiriman barang, dan tata cara klaim aduan atas pelayanan anda mesti diperhatikan. Beberapa perusahaan *online* menerapkan sistem pengembalian barang dan layanan keluhan pelanggan secara *online – real time* melalui *live support website*.

5. Sertakan Testimony. Beri ruang khusus untuk pelanggan menyampaikan testimony dengan cara mereka sendiri. Adanya halaman khusus dengan sistem komentar (*feed back*) yang mudah pada *website* akan membantu dalam menerapkan hal ini. Selain itu, setiap ada penjualan dan transaksi yang berlangsung jangan lupa untuk aktif meminta respon dan pendapat pelanggan secara langsung. Mintalah kesukarelaan mereka untuk menulis beberapa pengalaman mereka pada *website*, baik pada halaman testimony maupun *email* perusahaan. Pada saat memasang testimony yang didapat, akan lebih baik perusahaan memberikan informasi detail si pemberi testimony. Menyertakan nama, alamat dan email bisa menjadi pilihan yang tepat.

Menurut Ibu Iriane, 5 Poin dalam membangun kepercayaan konsumen bagi bisnis diatas sudah banyak diterapkan bagi pelaku bisnis *online* saat ini.

Proses Pembelian dan Alur Pembayaran Secara Online

Alur Proses pembelian adalah proses transaksi awal pembelian suatu produk atau barang yang dibeli konsumen sampai kepada tangan pelanggan. Proses ini dilakukan untuk memperoleh informasi kepada pengguna jasa *online* khususnya konsumen dari Rumah Batik Rolla itu sendiri. Penggunaan bisnis *online* dapat mempermudah konsumen

untuk mendapatkan pelayanan yang terbaik dari Rumah Batik Rolla. Konsumen Rumah Batik Rolla melakukan proses pembelian dengan cara membuka alamat website www.batikjember.com atau pada akun jejaring sosial *facebook* dengan alamat irianechn@ymail.com. Langkah berikutnya, konsumen entri ke alamat tersebut untuk memilih produk batik yang di promosikan di akun Rumah Batik Rolla. Apabila “Tidak” ada barang yang cocok atau barang yang diinginkan konsumen tidak ada maka tidak melanjutkan ke alur selanjutnya. Sebaliknya, apabila “Ya” (ada barang yang cocok) maka konsumen melanjutkan alur selanjutnya untuk menuliskan identitas konsumen atau menghubungi nomor telepon yang telah dicantumkan dan ditentukan oleh perusahaan Rumah Batik Rolla Jember. Pihak Rumah Batik Rolla akan mengkonfirmasi konsumen untuk mengetahui produk mana yang akan dibeli dan konsumen juga akan memberi konfirmasi lanjutan kepada pihak Rumah Batik Rolla berkaitan dengan setuju atau tidak akan membeli produk tersebut. Alur selanjutnya yaitu konsumen melakukan proses pembayaran dengan cara mentransfer uang melalui bank yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Pembayaran dilakukan apabila konsumen telah menyatakan *deal* dengan pihak Rumah Batik Rolla. Sebelum melakukan transfer, pihak Rumah Batik Rolla akan memberikan total jumlah uang yang harus ditransfer. Konfirmasi berikutnya pemberitahuan nomor rekening dan pemberitahuan bank yang ditunjuk oleh Rumah Batik Rolla. Setelah proses pembayaran dilakukan konsumen mengkonfirmasi kepada Rumah Batik Rolla bahwa telah melakukan proses pembayaran. Barang yang telah dipesan dan dibayar konsumen dikirim melalui jasa pengiriman barang.

Semua usaha atau bisnis online maupun *offline* akan terjadi kesalahan atau komplain dari konsumen. Alur komplain ini dilakukan agar usaha ini dapat terus maju dan bersaing dengan perusahaan lain. Alur komplain yang diberikan Rumah Batik Rolla antara lain; (1) Konsumen memberikan konfirmasi apabila terjadi kesalahan pengiriman barang; (2) Rumah Batik Rolla menerima *complain* dari konsumen dan menanggapi; (3) Konsumen mengirimkan kembali barang yang salah atau rusak ke Rumah Batik Rolla; (4) Barang yang salah atau rusak diperiksa oleh perusahaan; (5) Memberikan tanggapan kepada konsumen; (6) Rumah Batik Rolla mengirimkan kembali barang yang sudah di *complain* kepada konsumen.

Alur komplain diberlakukan hanya dengan syarat yang sudah ditentukan oleh Rumah Batik Rolla. Produk batik yang sudah di *complain* tidak dapat di *complain* kembali akibat kerusakan karena sebelum mengirim barang ke konsumen, Rumah Batik Rolla akan mengecek kembali produk batik yang sudah dibeli konsumen. Ongkos kirim barang tidak diberatkan lagi kepada konsumen karena komplain terjadi akibat kesalahan dari pihak Rumah Batik Rolla. Meskipun ada kebijakan seperti itu, Rumah Batik Rolla belum pernah menerima pesan komplain dari konsumen. Hal tersebut dikarenakan pihak Rumah Batik Rolla selalu berhati-hati dalam setiap proses pelayanan terhadap konsumen.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan tentang pemasaran secara *online* pada produk batik pada Rumah Batik Rolla dapat di simpulkan bahwa bisnis *online* bukan merupakan hal baru dan sebenarnya sering dilakukan walaupun dalam bentuk yang sederhana. Proses pemasaran *online* yang terdapat di Rumah Batik Rolla menyediakan banyak cara yang bisa dimanfaatkan untuk melakukan promosi yaitu dengan cara memperkenalkan motif-motif batik produksi Rumah Batik Rolla kepada masyarakat melalui *website*, *facebook*, dan toko online yang dijalankan ibu Iriane. Agar banyak orang mengunjungi *website* toko tersebut maka Ibu Iriane selaku pemilik perusahaan Rumah Batik Rolla Jember melakukan upaya promosi dengan meng-*upload* gambar motif terbaru produk batik dan diperbarui sesering mungkin dan selalu menghadirkan motif-motif baru demi menarik perhatian konsumen serta mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Iklan yang menarik perhatian konsumen adalah iklan yang kreatif dan menghadirkan ide-ide baru yang segar.

Rumah Batik Rolla selalu menghadirkan motif-motif baru demi menarik perhatian konsumen serta mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen memang tidak mudah meskipun usaha ini sudah menggunakan akun berbayar seperti *berniaga.com* atau *tokobagus.com*. Usaha ini juga belum bisa dikaitkan peraturan perundang-undangan karena usaha ini juga menggunakan situs *free* atau tak berbayar yaitu jejaring sosial *facebook*.

Saran

Saran untuk perusahaan Rumah Batik Rolla yaitu dalam penggunaan peran bisnis *online* perlu ditingkatkan karena sesuai dengan usaha yang dijalankan yaitu produksi batik khas, maka proses pemasaran secara *online* memang perlu dijalankan dan diterapkan. Hal ini bertujuan agar usaha ini akan terus berlangsung walaupun pemilik dan pencipta motif batik khas Jember tidak produktif lagi. Selain itu untuk kualitas produk perlu adanya peningkatan yang lebih ekstra mengingat saat ini mulai banyak para pebisnis yang membuka usaha sejenis. Dalam hal promosi motif, penetapan nama motif yang telah dikembangkan sebaiknya diberi nama agar pengrajin batik lainnya lebih terpacu untuk menciptakan motif-motif baru, selain itu mempermudah konsumen dalam mengenali dan mengetahui produk-produk apa saja yang telah dikembangkan atau yang telah diciptakan oleh Rumah Batik Rolla Jember

Daftar Pustaka

- [1] Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- [2] Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- [3] Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta