

Penerapan Sistem Pemasaran berbasis E-Commerce pada Produk Batik Tulis Dan Cap di Kelurahan Cipocok

Ahmad Dadan Hawari

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prima Graha

Riki Gana Suyatna

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prima Graha

Korespondensi : Dadhanhawari15@gmail.com

Abstract. Banten Batik own distinctive characteristics _ And unique because it's on the side every the motive tell a story history legacy culture sultanate offerings in the form of culture , society sultanate Banten . In effort For conserve And protect batik then required introduction to world various various batik motifs in Indonesia and its history. Research qualitative emphasize exists complaint from Heritage batik craftsmen Banten in the Citra Gading Complex , Village Karundang , sub-district cipocok , city attack , against low sale of Heirloom batik Banten . In fact , the number of batik produced is not comparable with number of batik sold . It means more many batiks do not sold , compared to those sold . Temporary system sales carried out by Heritage batik craftsmen Banten in the complex image Gading , village Karundang , sub-district cipocok , city attack , banten , that is system sale conventional . Through promotion between batik craftsman , neighbor , nor batik buyers . The aim is to help , marketing system conventional This not enough maximum to sale of heirloom batik offer . So , it is necessary breakthroughs new For push sale of heirloom batik offer . Wrong One Current problem _ this , that is constraint on batik marketing , which continues experience decline . The reason is the height competition between batik craftsmen . So , total more batik production a lot , in comparison with batik sold , as long as this is the sales process use system Sale conventional . Promotion , take advantage fellow batik craftsmen as well batik buyers . Craftsman Not yet Can take advantage progress technology . So , reach market only limited local to Serang City . for push its height batik sales , with use system digital marketing sales . stages to be done in the digital marketing process of selling heirloom batik offer . including , making webset official special on the page specifically www.batikpusakabanten.com website This under control Heritage Batik Center Banten complex image Gading , sub-district Karundang, subdistrict cipocok , city attack . For speed up the promotion process And sales , then The website www.batikpusakabanten.com will be later will strengthened with it was formed account Facebook , Twitter, Instagram , and networking social other with the same theme buy batik.dalam webset that , too available features interesting , that's the goal For make it easier service ordering .

Keywords: batik sales; Implementation of Marketing Systems; Batik craftsmen; history of cultural heritage

Abstrak. Batik Banten memiliki ciri yang khas dan unik karena di samping setiap motifnya bercerita sejarah peninggalan kebudayaan kesultanan banten yang berupa kebudayaan,masyarakat kesultanan Banten. Dalam upaya untuk melestarikan dan melindungi batik maka diperlukan pengenalan kepada dunia berbagai macam motif batik yang ada di Indonesia dan sejarahnya.Penelitian kualitatif menekankan adanya keluhan dari pengrajin batik Pusaka Banten Di Komplek Citra Gading, Kelurahan karundang, kecamatan cipocok, kota serang, terhadap rendahnya penjualan batik Pusaka Banten. Bahkan, Jumlah batik yang diproduksi, tidak sebanding dengan jumlah batik yang terjual. Artinya lebih banyak batik yang tidak terjual, dibandingkan yang terjual. Sementara sistem penjualan yang dijalankan oleh Pengrajin batik Pusaka Banten di komplek citra gading,kelurahan karundang, kecamatan cipocok, kota serang, banten, ialah sistem penjualan konvensional. Melalui promosi antar pengrajin batik, tetangga , maupun pembeli batik. Tujuannya, untuk membantu , system pemasaran konvensional ini kurang maksimal terhadap penjualan batik pusaka banten. Sehingga, diperlukan terobosan-terobosan baru untuk mendorong penjualan batik pusaka banten. salah satu Permasalahan yang saat ini , ialah kendala pada pemasaran batik, yang terus mengalami penurunan. Penyebabnya, tingginya persaingan antar pengrajin batik. Sehingga, jumlah produksi batik lebih banyak, dibandingkan dengan batik yang terjual, Selama ini proses penjualan menggunakan sistem Penjualan konvensional. Promosinya, memanfaatkan sesama pengrajin batik serta pembeli batik. Pengrajin belum bisa memanfaatkan kemajuan teknologi. Sehingga, jangkauan pasar hanya terbatas dilokal Kota Serang.untuk mendorong tingginya penjualan batik, dengan menggunakan sistem penjualan digital marketing. tahapan yang akan dilakukan dalam proses digital marketing penjualan batik pusaka banten. diantaranya, membuat webset resmi khusus dilaman khusus www.batikpusakabanten.com webset ini dibawah kendali Centra Batik Pusaka Banten komplek citra gading, kelurahan karundang,kecamatan cipocok, kota serang. untuk mempercepat proses promosi dan penjualan, maka Webset www.batikpusakabanten.com tersebut, nantinya

Received November 18, 2023; Accepted Desember 22, 2023; Published Maret 30, 2024

* Ahmad Dadan Hawari , Dadhanhawari15@gmail.com

akan diperkuat dengan dibentuknya akun facebook, twitter, Instagram, dan jejaring sosial lainnya dengan tema yang sama beli batik. dalam webset tersebut, juga tersedia fitur-fitur menarik, yang tujuannya untuk mempermudah pelayanan pemesanan

Kata Kunci: penjualan batik; Penerapan Sistem Pemasaran; Pengrajin batik ;sejarah peninggalan kebudayaan

LATAR BELAKANG

Batik merupakan salah satu warisan budaya yang menjadi kebanggaan bangsa Indonesia. United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) telah mengakui batik sebagai warisan budaya Indonesia, hal tersebut merupakan penghargaan yang luar biasa terhadap budaya Indonesia, serta dapat mencegah klaim batik Indonesia oleh Negara lain (UNESCO, 2009). Walaupun batik telah mendapat penghargaan dari UNESCO, tetapi banyak masyarakat Indonesia yang tidak mengetahui sejarah dalam motif – motif batik tersebut. Batik Banten memiliki ciri yang khas dan unik karena di samping setiap motifnya bercerita sejarah peninggalan kebudayaan kesultanan banten yang berupa kebudayaan, masyarakat kesultanan Banten.

Dalam upaya untuk melestarikan dan melindungi batik maka diperlukan pengenalan kepada dunia berbagai macam motif batik yang ada di Indonesia dan sejarahnya. Untuk itu dengan memanfaatkan teknologi internet dapat dibangun model creative digital berbasis web berupa Supermuseum Batik Online (Budiman, 2012).

Supermuseum merupakan singkatan dari supermarket dan Museum. Model Museum berbasis web yang didalamnya terdapat kios-kios yang dapat digunakan para pengrajin home industry untuk memperluas pemasaran. Model museum online dengan creative digital dibangun seperti museum batik didunia nyata yang berisikan beraneka ragam kekayaan motif-motif batik di Indonesia dan sejarah dari motif-motif tersebut. Dengan museum online ini setiap motif batik dapat diusahakan memiliki hak kekayaan intelektual (HKI) dengan mengetahui asal muasal dan sejarah dari motif tersebut (Budiman, 2012).

Supermarket pada supermuseum yang dijelaskan di atas dapat diwujudkan dengan membangun e-market. Emarket atau e-market place merupakan suatu tempat atau arena di dunia maya dimana calon pembeli saling bertemu untuk melakukan transaksi secara elektronik melalui medium internet (Indrajit, 2001). Sebenarnya emarket merupakan pengembangan dari e-commerce. Bila biasanya e-commerce memiliki satu penjual, e-market menggabungkan lebih dari satu e-commerce menjadi sebuah pasar elektronik yang dijelaskan sebelumnya.

Batik di banten tumbuh dan berkembang sangat pesat, salah satu nya adalah batik puasaka banten yang berlokasi di komplek citra gading Kecamatan Cipocok kota serang

Propinsi Banten. Motif motif kain yang diambil berdasarkan situs-situs peninggalan kesultanan banten, ragam corak budaya masyarakat dan alam sekitar banten.

Kelurahan karundang adalah sebuah kelurahan yang beralamatkan Kecamatan cipocok, Kota Serang, Provinsi Banten. Kelurahan karundang memiliki banyak potensi sumber daya alam yang masih belum bisa dimanfaatkan secara optimal. Rata-rata penduduk kelurahan karundang berprofesi sebagai petani,peternak dan pekerja.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian Dan Perdagangan provinsi banten menyebutkan, ada beberapa pengrajin batik diantaranya batik pusaka banten , batik mukanas, batik Krakatoa, batik cikadu batik sahate, canting pradana dan lain lain.pengrajin batik di masing-masing daerah berbeda. Dari motif dan corak namun semuanya bercerita tentang ragam budaya banten. ada sebagian centra batik, dalam pewarnaan maupun motif, juga mengikuti permintaan Pasar. Misalnya dalam segi motif. Pengrajin batik, lebih banyak bermotif permintaan pasar kebanyakan, yakni motif batik menara banten, rampak bedug, benteng surosowan,ratuing banten,umpak labu.

Tingginya Jumlah toko batik di Kota serang, disatu sisi mampu membiasakan masyarakat serang, untuk membumikan kreativitas kekayaan budaya Banten, berupa membuat tulis dan cap. dengan keuntungan, yang didapatkan yakni mampu menambah penghasilan, selain pendapatan utama masyarakat serang, yakni guru,petani dan pegawai dll. Namun, disisi yang lain, permasalahan yang sering dihadapi oleh pengrajin batik, yakni ketatnya persaingan pasar, dan pola pikir masyarakat yang belum sadar menggunakan batik khas banten sebagai identitas.

kendala ini terjadi karena belum maksimalnya pemasaran produk batik secara digital karena kurangnya pengetahuan yang dimiliki. Keberhasilan suatu usaha sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran. Dengan kata lain, tujuan dari kegiatan pemasaran tentunya agar produk yang dipasarkan mendapatkan tanggapan positif dari konsumen, sehingga berdampak positif pula bagi penjual. Pemasaran ini dikenal dengan istilah ecommerce. E-commerce berbeda dengan bisnis secara umum dikarenakan pihak yang berbisnis tidak memerlukan bangunan fisik, atau memerlukan ruang penyimpanan atau investasi infrastruktur lain, seperti pada bidang ritel secara umum. Hal ini mengurangi biaya bisnis dan mendorong laba yang lebih tinggi untuk pelaku e-commerce. Menurut Hotana, M. S. (2018) Electronic Commerce atau disingkat dengan e-commerce adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, service provider, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer, yaitu internet . E-commerce adalah lahan baru untuk membangkitkan dan mengeksploitasi bisnis yang mengutamakan efektifitas dalam pelaksanaannya. Poduk batik tulis dan cap yang

dihasilkan memiliki kualitas yang sangat bagus dengan melewati proses pembuatan yang terbilang sangat teliti, bahkan dalam membuat satu produk batik tulis dan cap memerlukan waktu yang cukup lama tergantung motif. Setiap motif pada batik tulis dan cap memiliki tingkat kesulitan yang berbeda-beda yang membuat lamanya waktu yang dibutuhkan untuk membuat produk batik tulis dan cap. Saat ini produk batik tulis dan cap dipasarkan melalu pameran-pameran, galeri dan lain-lain.

Permasalahan

1. Kurangnya kesadaran masyarakat menggunakan batik khas banten sebagai identitas.
2. Pelatihan Marketing digital yang dikhususkan kepada Batik Pusaka Banten Kelurahan Karundangkecamatan cipocok kota serang.
3. Sarana pemasaran yang kurang luas.

Solusi Permasalahan

Untuk menindaklanjuti permasalahan yang ditemui di kelurahan karundang kecamatan cipocok, maka solusi permasalahan yang dapat diusulkan adalah mengikuti Table.1 dibawah ini.

Tabel 1. Solusi Permasalahan yang Ditawarkan untuk Mitra

Permasalahan	Solusi Permasalahan	Indikator Capaian
<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya kesadaran masyarakat menggunakan batik khas banten sebagai identitas. 	<ul style="list-style-type: none"> • adanya peran pemerintah untuk menggalakan penggunaan batik daerah khas banten pada setiap kegiatan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat mulai sadar untuk mulai menggunakan batik khas banten sebagai identitas.
<ul style="list-style-type: none"> • Belum memahami pemasaran online sehingga batik yang dijual terbatas sesuai dengan pesanan selain itu keterbatasan peralatan untuk membuat batik menghambat proses pembuatan batik tulis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan Marketing digital yang dikhususkan kepada Batik Pusaka Banten Kelurahan Karundangkecamatan cipocok kota serang. • Pemasaran produk Batik cap dan tulis di berbagai media sosial dan juga e commerce. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mampu memahami sistem pemasaran secara digital (80%) • Mampu memasarkan produk batik di berbagai e commerce (80%).
<ul style="list-style-type: none"> • Sarana pemasaran yang kurang luas. 	<ul style="list-style-type: none"> • pemerintah hendaknya dapat membuka pasar atau memberikan pasar yang lebih luas kepada para pengrajin batik. 	<ul style="list-style-type: none"> • Keputusan untuk membuka pasar atau memberikan akses pasar yang lebih luas kepada para pengrajin batik merupakan langkah yang dapat mendukung pengembangan industri batik dan kesejahteraan para pengrajin. Dengan memberikan akses pasar yang lebih luas, pengrajin batik dapat meningkatkan penjualan produk mereka. Ini akan berdampak positif pada

		ekonomi lokal, meningkatkan pendapatan pengrajin, dan mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah kota serang.
--	--	---

METODE PENELITIAN

Kegiatan penelitian ini dilakukan dalam rangka untuk mengetahui, tinggi rendahnya pemasaran batik Pusaka Banten, serta membandingkan pemasaran antara pemasaran konvensional dengan pemasaran digital (Digital Marketing). Setelah diketahui tingkat pengaruhnya, Selanjutnya peneliti mendorong centra batik Pusaka Banten di komplek citra gading, kelurahan karundang. untuk melaksanakan konsep penjualan digita marketing Batik Pusaka Banten. Penelitian ini melakukan pendekatan Penelitian Deskriptif Kualitatif komperatif. Melalui pendekatan ini diharapkan mampu mengetahui secara utuh tingkat pengaruh, dengan beberapa pertimbangan. Pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antar peneliti dan informan. Ketiga, metode ini lebih peka dan dapat menyesuaikan diri dengan setting penelitian dan mampu melakukan penajaman terhadap pola-pola nilai yang dihadapi. Penelitian deskriptif kualitatif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya. Penelitian kualitatif menekankan pada proses kerja dan seluruh fenomena yang dihadapi, diterjemahkan dalam kegiatan sehari-hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilatar belakangi, adanya keluhan dari pengrajin batik Pusaka Banten Di Komplek Citra Gading, Kelurahan karundang, kecamatan cipocok, kota serang, terhadap rendahnya penjualan batik Pusaka Banten. Bahkan, Jumlah batik yang diproduksi, tidak sebanding dengan jumlah batik yang terjual. Artinya lebih banyak batik yang tidak terjual, dibandingkan yang terjual.

Sementara sistem penjualan yang dijalankan oleh Pengrajin batik Pusaka Banten di komplek citra gading, kelurahan karundang, kecamatan cipocok, kota serang, banten, ialah sistem penjualan konvensional. Melalui promosi antar pengrajin batik, tetangga, maupun pembeli batik.

Hasil penelitiannya, perlunya merubah konsep pemasaran batik Pusaka Banten, dari konvensional ke digital marketing. Tujuannya, untuk membantu pemasaran batik Pusaka Banten, di komplek citra gading, kelurahan karundang,kecamatan cipocok, kota serang, banten.

Peneliti menganggap, system pemasaran konvensional ini kurang maksimal terhadap penjualan batik pusaka banten. Sehingga, diperlukan terobosan-terobosan baru untuk mendorong penjualan batik pusaka banten.

Tingginya Pengetahuan masyarakat terhadap kebutuhan internet dan semakin mudahnya masyarakat mendapatkan Smart Phone. Salah satu alasan, peneliti mendorong pembatik pusaka banten di komplek citra gading, kelurahan karundang,kecamatan cipocok ,kota serang,untuk merubah konsep penjualan batik pusaka banten.

Di Centra Batik, komplek citra gading, kelurahan karundang, Kecamatan cipocok, Kota serang. terbagi menjadi 2 bagian. Bagian pertama fokus menjadi pengrajin. Bagian Kedua, menjadi pengrajin, sekaligus memproduksi batik.

Jumlah pengrajin batik di centra batik komplek citra gading, kelurahan karundang kecamatan cipocok, kota serang. sejumlah 1 orang. Sementara, pengrajin batik sekaligus memproduksi batik sebanyak 6 Orang. Jenis motif batik, yang sering diproduksi di centra batik tersebut, yakni motif menara banten artinya bangunan menara masjid simbol dari peradaban islam memiliki fungsi untuk mengumandangkan adzan dan memantau keadaan situasi , Jenis Motiv Batik benteng sirosowan artinya bangunan keratin surosowan yang menjadikan benteng pertahanan keamanan.

Adapun jenis kain yang digunakan sebagai bahan batik, diantaranya, jenis kain ATBM,kain sutra,kain katun,Mahal-Murahnya harga batik, tergantung diantaranya, jenis Kain yang digunakan, Jenis Motive. Serta penggunaan batik tulis ataupun Batik Cap. Batik tulis akan lebih mahal dibandingkan dengan batik cap. Keindahan batik tulis, juga akan berpengaruh terhadap harga batik. Jika, lukisan pada batik tulis bersih, maka tingkat kemahalan barang, akan tinggi.

Perbedaan harga batik cap ditentukan dari jenis kain dan pewarnaan,pewarnaan yang digunakan dalam batik cap ada dua yaitu pewarnaan alam dan pewarnaan sintetis, Pewarnaan alam menggunakan bahan alami seperti kulit kayu dan buah buahan dan harga nya relative sangat mahal sedangkan Pewarnaan sintetis menggunakan warna pabrik seperti warna remazol, naptol, soga dan lain lain dan harga nya standar. Sedangkan Perbedaan harga batik tulis ditentukan oleh penggunaan kain dan kerumitan disain batik dan pewarnaan,adapun pewarnaan dalam batik tulis masih sama dengan pewarnaan batik cap, ada dua yaitu pewarnaan alam dengan pewarnaan sintetis, Kualitas batik tulis akan tinggi penawaran harganya, dibandingkan

dengan batik cap. Proses pewarnaan dalam batik, juga akan berpengaruh terhadap tingkat mahal dan murahnya batik.

Untuk Motiv Batik, motif batik Jenis ‘Menara Banten’ terdapat pada situs kesultanan Banten. Mahalnya batik tulis ini faktornya diantaranya, proses produksinya selama 1 bulan. Lebihnya, hasil batiknya halus, proses perendaman di air dilakukan selama 1 Malam (selama didalam air, air batik dicampur abu tanah), selanjutnya dilakukan penjemuran yang dicampur minyak batik asli, serta menggunakan batik cap.

Mengapa mahal?. Karena proses pembuatannya lama, warna tidak akan luntur, sekalipun dicuci, dan bahu batik tetap terasa, sekalipun sudah lama dipakai, serta proses melukisnya, juga tidak sembarangan serta nilai keaslian khas batik pusaka Banten.

Berikut daftar harga batik di Centra Batik pusaka Banten kompleks Citra Gading, Kelurahan Karundang, Kecamatan Cipocok, Kota Serang.

Tabel;1

No	Harga	Penggunaan	Keterangan
1	Rp. 1.000.000 – 1.500.000	Batik Cap	Perbedaanya ter-letak pada kesulitan pewarnaan dan kain.
2	Rp. 150.000 – 250.000	Batik Cap	
3	Rp. 500.000 – 2.000.000	Batik Tulis	Proses pembuatan, proses Pewarnaan, Motive, Kualitas Kain Batik dan tingkat luntur tidaknya saat dicuci.

Kendala Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pengrajin maupun yang memproduksi batik di Centra Batik Pusaka Banten Komplek Citra Gading, Kelurahan Krundang, Kecamatan Cipocok, Kota Serang. salah satu Permasalahan yang saat ini dihadapi, ialah kendala pada pemasaran batik, yang terus mengalami penurunan. Penyebabnya, tingginya persaingan antar pengrajin batik. Sehingga, jumlah produksi batik lebih banyak, dibandingkan dengan batik yang terjual.

Selama ini proses penjualan batik di Centra Batik Pusaka Banten Komplek Citra Gading, Kelurahan Krundang, Kecamatan Cipocok, Kota Serang, menggunakan sistem Penjualan konvensional. Promosinya, memanfaatkan sesama pengrajin batik serta pembeli batik. Pengrajin belum bisa memanfaatkan kemajuan teknologi. Sehingga, jangkauan pasar hanya terbatas dilokal Kota Serang.

Turunan daya beli masyarakat akan batik, juga disebabkan karena belum ada standart harga yang ditentukan oleh pemerintah setempat. Akibatnya, ada batik yang dijual diatas standart, ataupun di jual dibawah standart, karena tidak lakunya batik.

Inovasi Pemasaran

Tidak seimbangnya Jumlah produksi batik dengan batik yang terjual, diperlukan inovasi pemasaran untuk mendorong tingginya penjualan batik, dengan menggunakan sistem penjualan digital marketing.

tahapan yang akan dilakukan dalam proses digital marketing penjualan batik pusaka banten. diantaranya, membuat webset resmi khusus dilaman khusus www.batikpusakabanten.com webset ini dibawah kendali Centra Batik Pusaka Banten kompleks citra gading, kelurahan karundang,kecamatan cipocok, kota serang.

untuk mempercepat proses promosi dan penjualan, maka Webset www.batikpusakabanten.com tersebut, nantinya akan diperkuat dengan dibentuknya akun facebook, twitter, Instagram, dan jejaring sosial lainnya dengan tema yang sama beli batik.dalam webset tersebut, juga tersedia fitur-fitur menarik, yang tujuannya untuk mempermudah pelayanan pemesanan. Misalnya, Fitur Jenis Pengemasan Produk, informasi harga, informasi kualitas produk, fitur jenis transaksi dan pengiriman produk, termasuk konsultasi khasiat produk.dengan demikian konsumen leluasa bisa mengetahui secara utuh, produk yang akan diperjualbelikan, sebelum barang diterima oleh konsumen.

setelah marketing digital melalui situs www.batikpusakabanten.com berjalan dan berkembang dengan baik. Selanjutnya, diperlukan jejaring penjualan digital marketing. Itu dilakukan untuk memperluas pasar batik.

Angket

Peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan metode angket untuk mengetahui pendapat para pengrajin batik dan masyarakat umum. Peneliti akan mengambil sampel populasi adalah pengrajin batik Pusaka Banten kompleks Citra Gading Kelurahan Karundang Kecamatan Cipocok Kota Serang, pengunjung dan masyarakat umum dengan menggunakan teknik random sampling sebanyak 92 responden.Angket yang kembali lagi ke penelitian terisi dengan baik sebanyak 24 angket. Data data yang terkumpul dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Pengumpulan Data Angket

No	Pertanyaan	Jawaban	
		IYA	TIDAK
1	Kemungkinan sering Anda membeli produk batik secara online dalam 6 bulan terakhir?	24	0
2	Apakah Anda lebih suka membeli batik tulis atau batik cap saat berbelanja online?	19	5
3	Apakah Anda cenderung membeli batik dari platform e-commerce tertentu? (contoh : Tokopedia,Shopee,Lazada,dll.)	10	14
4	Apakah variasi desain batik menjadi faktor penting dalam pembelian Anda secara online?	7	17
5	Bagaimana mudahnya navigasi situs web atau aplikasi e-commerce dalam mencari produk batik?	24	0

6	Apakah Anda merasa yakin dengan keamanan pembayaran saat membeli batik secara online?	18	6
7	Apakah diskon atau penawaran khusus mempengaruhi keputusan Anda dalam membeli batik secara online?	4	20
8	Bagaimana pendapat Anda tentang penggunaan teknologi dalam memfasilitasi pengalaman berbelanja batik secara online?	15	9
9	Kemungkinan sering Anda mencari ulasan atau testimoni pembeli sebelum membeli batik secara online?	18	6
10	Apakah Anda lebih memilih pembelian batik dengan sistem pengiriman cepat atau pengiriman reguler?	14	10
11	Apakah Anda pernah mengalami masalah saat melakukan transaksi pembelian batik secara online? (jika iya, jelaskan)	9	15
12	Apakah Anda lebih suka melihat batik dalam bentuk foto atau video saat berbelanja online?	4	20
13	Mungkinkah penting bagi Anda untuk memiliki opsi pengembalian atau penukaran produk batik saat berbelanja online?	17	7
14	Apakah Anda pernah menggunakan fitur live chat atau layanan pelanggan saat berbelanja batik online?	8	16
15	Mungkinkah Anda puas dengan kualitas produk batik yang Anda beli secara online?	2	22
16	Apakah Anda lebih suka melihat batik dalam mode virtual try-on sebelum membeli?	5	19
17	Bagaimana mudahnya proses pembelian batik secara online dari mulai memilih hingga proses check-out?	6	18
18	Apakah Anda cenderung membagikan pengalaman berbelanja batik secara online di media sosial?	13	11
19	Apakah Anda lebih memilih pembayaran menggunakan kartu kredit, transfer bank, atau sistem pembayaran lainnya saat membeli batik secara online?	5	19
20	Apakah Anda merasa sistem pengiriman barang saat berbelanja batik online telah memenuhi ekspektasi Anda?	4	20
Jumlah		226	254
Persentase (jumlah angket yang masuk 24)		47%	53%

KESIMPULAN

Dari kenyataan tersebut, sudah terlihat jelas tingginya pengaruh digital marketing terhadap daya beli masyarakat modern. digital marketing kini merupakan strategi pemasaran yang lebih prospektif karena para calon pelanggan potensial mulai membeli produk melalui internet. setiap perusahaan baik besar atau kecil akan merasakan manfaat dari strategi digital marketing ini.

dunia maya tidak lagi hanya menghubungkan orang dengan perangkat sebagai sumber informasi namun orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia melalui perangkat dan bermacam-macam teknologi di dalamnya seperti jejaring social.

Model marketing seperti ini dinamakan digital marketing, dimana anda melakukan promosi, pencarian pasar melalui media digital secara online. dengan memanfaatkan berbagai sumber daya seperti berbagai macam jejaring social.

digital marketing akan memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan konsumen sehingga dapat membantu pemasaran produk dari perusahaan. Pemasaran digital biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang bertujuan untuk memudahkan para calon pelanggan. Digital marketing menggunakan media sosial platform seperti facebook, twitter, e-mail, pesan teks, dan search engine untuk memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon pelanggan serta konsumen.

Melalui digital marketing, akan mempermudah Centra Batik pusaka banten kompleks citra gading, kelurahan karundang,kecamatan cipocok,kota serang. untuk melakukan pemasaran batik tulis dan cap. dan akan mempermudah akses pemasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Salam Hormat untuk Bapak/Ibu [1,Ir,Riki Gana Suyatna,S.T.,M.M.,IPP.],

Saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus atas bimbingan yang sangat berharga selama proses penelitian saya. Tanpa panduan dan dukungan Bapak/Ibu, pencapaian ini tidak akan menjadi kenyataan.

Bimbingan Bapak/Ibu tidak hanya memberikan arah yang jelas pada penelitian saya, tetapi juga memberikan wawasan mendalam dalam melihat tantangan dan peluang yang mungkin timbul. Setiap saran dan masukan Bapak/Ibu memberikan pencerahan baru dan membantu saya untuk terus berkembang.

Kepedulian dan dedikasi Bapak/Ibu terhadap perkembangan akademis saya sungguh luar biasa. Saya merasa beruntung dapat memiliki seorang pembimbing sebaik Bapak/Ibu yang selalu siap membantu dan memberikan dorongan semangat.

Terima kasih atas kesabaran Bapak/Ibu dalam menjawab setiap pertanyaan saya dan memberikan bimbingan yang bersifat membangun. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya pengetahuan saya dalam bidang ini, tetapi juga memupuk semangat untuk terus belajar dan berkembang.

Semua pencapaian ini tidak mungkin terjadi tanpa dukungan dan arahan Bapak/Ibu. Saya berharap dapat terus belajar dari Bapak/Ibu dan menerapkan nilai-nilai serta keterampilan yang telah Bapak/Ibu ajarkan.

Sekali lagi, terima kasih banyak, Bapak/Ibu [1,Ir,Riki Gana Suyatna,S.T.,M.M.,IPP.], atas semua bimbingan yang luar biasa ini.

Dengan Penuh Penghargaan,
[Achmad Dadan Hawari]

DAFTAR REFERENSI

- Ntijanto, Aplikasi Praktis Riset Pemasaran (Cara Praktis Meneliti Konsumen Dan Pesaing), edisi Revisi, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Sadono Sukirno, Ekonomi Pembangunan (Proses, Masalah, Dan Dasar Kebijakan), Edisi Kedua, Jakarta, Prenadamedia Group, 2006
- Sudradjat rasyid, dkk, Kewirausahaan Santri (Bimbingan Santri Mandiri). Jakarta: PT.Citrayudha, 2009.
- Yudi Pramoko, Sukses Tanpa Gelar, Volume 2, Jakarta: Tajmahal, 2005.
- A.Qodri Azizy, Cara Kaya Dan Menuai Surga ,edisi Revisi (Cetakan III) Jakarta; Renaisan, 2005
- Sudarwan danim & Darwis, Metode Penelitian Kebidanan Proses dan Kebijakan (Jakarta: Buku Kedokteran EGC.
- Situs <http://plat-m.com/ukm-go-online-di-madura/>. diunduh, tanggal 02 Oktober 2017.
- Situs www.suramadumedia.blogspot.com . diunduh Tanggal 02 oktober 2017.
- di <http://www.dimakstrategy.com/strategi-pemasaran-digital-dan-langkahlangkahnnya/> diunduh Tanggal 03 September 2017.
- Situs resmi Kementrian Informasi Dan Konomikasi Republik Indonesia https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomorenam-dunia/0/sorotan_media
- Kompastekno <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.jutA>.
- Unesco, 2009, Indonesian Batik, <http://www.unesco.org/culture/ich/en/RL/00170>. Diakses 28 Maret 2013. Budiman, F., 2012, Rekayasa Model 'Supermuseum' Batik Online Untuk Mengenalkan Keanekaragaman Motif Batik Tradisional di Indonesia Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran Batik Produk Usaha Kecil dan Home Industri. Penelitian Hibah Strategis Nasional DIKTI 2012. Eko Indrajit, Richardus, 2001, E-commerce: Strategi Bisnis Di Dunia Maya, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- R. Rahmidani, "Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan," Jurnal SNEMA-2015 Padang-Indonesia, pp. 344-352, 2015. <http://fe.unp.ac.id/sites/default/files/unggahan/26>.