



## DINAMIKA UMKM BATIK JAMBI SEBERANG PADA MASA PANDEMI COVID- 19 TAHUN 2020

**Zalvia Indah Sari<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>sarizalvia@gmail.com

<sup>1</sup>Universitas Jambi

### Informasi Artikel

#### Article history:

Received April 20, 2024

Revised Mei 29, 2024

Accepted Juni 10, 2024

Available online Agustus 25, 2024

#### Kata Kunci :

Strategi Pemasaran, Penjualan Masa Covid-19

#### Keywords:

Marketing Strategy, Sales During Covid-19



This is an open access article under the [CC-BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.

Copyright ©2024 by Author.  
Published by Universitas Jambi

### ABSTRAK

Adanya pandemi COVID-19 memberikan dampak yang cukup buruk bagi semua sektor, terutama di sektor ekonomi. Dimana banyak pengusaha yang mengalami dampak dari adanya covid-19 seperti merugi serta ada gulung tikar, hal ini diakibatkan adanya ketidakstabilan ekonomi. Yang menjadi salah satu penunjang bagi perekonomian Indonesia yaitu adanya UMKM yang menciptakan lapangan pekerjaan serta memberikan kesempatan UMKM Batik terutama di Jambi Seberang berkembang dikalangan masyarakat. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan lokasi penelitian UMKM Batik Jambi Seberang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perjalanan atau dinamika UMKM Batik Jambi Seberang pada masa COVID-19 di tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Batik di Jambi Seberang tetap menjalankan usahanya walau terhalang COVID-19, mereka tetap berjualan walau hasil yang didapat sedikit menurun. Akan tetapi, mereka dapat menyelesaikan permasalahan itu dengan cara menarik kembali perhatian para

pelanggan dengan cara melakukan promosi pemasaran melalui media sosial guna daya tarik bagi pelanggan.

### ABSTRACT

*The COVID-19 pandemic has had quite a bad impact on all sectors, especially the economic sector. Where many entrepreneurs are experiencing the impact of Covid-19, such as losses and going out of business, this is due to economic instability. One of the supports for the Indonesian economy is the existence of MSMEs which create jobs and provide opportunities for Batik MSMEs, especially in Jambi Seberang, to develop among the community. This research method uses qualitative research methods with the Batik Jambi Seberang MSME research location. The aim of this research is to find out how the journey or dynamics of Jambi Seberang Batik MSMEs were during the COVID-19 period in 2020. The results of the research show that Batik MSMEs in Jambi Seberang continued to run their businesses even though they were hindered by COVID-19, they continued to sell even though the results obtained were small. decrease. However, they can solve this problem by attracting customers' attention again by carrying out marketing promotions via social media to attract customers.*

### PENDAHULUAN

Dikutip dari *Center for diseases control and Prevention*, pada bulan Maret tahun 2020 menjadi awal pandemi covid-19 di berbagai negara. Pandemi covid-19 ini berawal dari adanya wabah penyakit pneumonia di Kota Wuhan, China di awal Desember tahun 2019. Penyebaran covid-19 terjadi sangat cepat hingga pada akhir tahun 2020 yang menyebar luas di berbagai negara di dunia. Pandemi covid-19 berkembang begitu cepat sehingga banyak negara yang tidak bisa beradaptasi dengan adanya pandemi tersebut bahkan ada negara yang tidak percaya dengan virus tersebut. Salah satu negara yang terdampak dari adanya covid-19 adalah Indonesia.

Indonesia merupakan salah satu negara yang lambat akan respon terhadap adanya pandemi covid-19. Dimana kasus awal di Indonesia terjadi di Depok pada Maret tahun 2020 yang terjadi begitu cepat, penyebaran hingga dalam waktu satu bulan sudah banyak masyarakat yang terinfeksi covid-19. Hingga akhir bulan Maret 2021 sebanyak 1,3 juta dengan jumlah kematian 40 ribu orang (Covid-19.go.id, 2021). Dimana menjadikan Indonesia sebagai negara terbanyak yang terinfeksi covid-19 di Asia Tenggara.

Pandemi covid-19 memberikan dampak yang sangat buruk bagi semua negara terutama Indonesia. Pandemi tersebut bukan hanya memberikan dampak di bidang kesehatan saja akan tetapi juga berdampak terhadap bidang-bidang lain seperti, bidang pendidikan, bidang sosial serta bidang ekonomi. Adanya pembatasan dan karantina antar wilayah mengakibatkan kurangnya masyarakat dalam menjalani aktivitas ekonomi. Dimana kondisi tersebut terjadi begitu cepat dan dalam kurun waktu yang begitu lama sehingga terjadinya penurunan pertumbuhan ekonomi di wilayah terdampak (Chaplyuk et al., 2021; McKibbin & Fernando, 2020).

Adanya penurunan dari pertumbuhan ekonomi akan memberikan dampak ekonomi lainnya diantaranya adanya pengangguran. Selain aspek ekonomi akan juga berdampak ke bidang sosial yaitu kemiskinan. Kemiskinan merupakan salah satu kelompok yang paling rentan terhadap pandemi covid-19. Di wilayah Indonesia terutama Pulau Jawa yang menjadi tempat berkembangnya covid-19 yang menjadi pusat pemerintahan serta ekonomi yang memiliki kasus paling tinggi dan dikatakan zona merah.

McKibbin & Fernando (2020) menyatakan negara yang terdampak covid-19 akan mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi dengan tingkat yang berbeda tergantung dengan kebijakan dan jumlah penduduknya. Adanya perlambatan pertumbuhan ekonomi salah satunya diakibatkan adanya pembatasan aktivitas sehingga terjadinya perubahan penyaluran dan permintaan barang dan jasa. Bukan itu saja dari adanya pandemi covid-19 akan juga berdampak terhadap pengangguran serta kemiskinan. Banyak pekerja yang kehilangan pekerjaan dan kurangnyaketersediaan lapangan.

Selain dari adanya pengangguran, yang menjadi dampak lain terhadap ekonomi yaitu sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). UMKM menjadi salah satu dampak dari adanya covid-19 yang mana menjadi salah satu penunjang di sektor ekonomi yang berperan penting bagi perekonomian di Indonesia. Salah satu UMKM

diseluruh Indonesia yang terdampak oleh adanya covid-19 yaitu UMKM batik Jambi Seberang di provinsi Jambi.

Menurut Tambunan (2013:2) UMKM adalah unit usaha yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Menurut AUFAR (2014: 8) usaha kecil adalah entitas usaha yang memiliki kekayaan sebesar 200.000.000 tidak termasuk tanah serta bangunan, sementara usaha mikro merupakan usaha milik warga Indonesia dengan kekayaan sebesar 200.000.000-10.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

UMKM mengaku mengalami penurunan pada hasil omset penjualan akibat adanya pandemi covid-19, diantaranya pada UMKM sentra Batik Jambi seberang. Sektor perekonomian yang terkena imbas adanya covid-19 salah satunya yaitu UMKM yang mana menjadi sorotan bagi pemerintah karena merupakan salah satu penunjang disektor ekonomi yang berperan penting dalam menopang perekonomian di Indonesia. Sehingga pemerintah harus memberikan perhatian khusus karena UMKM menjadi penyumbang terbesar dan membantu dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja, serta bagi perindustrian barang.

Batik adalah kain bermotif yang dibuat dengan teknik *resist* dengan mengguankan material berupa lilin malam (Soedarmono: 2008). Menurut Van Roojen (2011) mengatakan Batik menjadi salah satu kekayaan budaya Indonesia yang digunakan oleh wanita dan pria dan menjadi busan penting melayu. Menurut bahasa batik berasal dari bahasa jawa, yaitu yang bearti *amba* dan *nitik* memiliki arti menuliskan, menorehkan titik-titik. Batik juga merupakan kain bergambar yang dibuat khusus dengan cara menuliskannya pada kain dan diproses dengan cara yang tertentu menggunakan canting.

Batik sangat berperan penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat di Jambi Seberang yang menjadi salah satu sektor pendukung dan penunjang pertumbuhan ekonomi. Pelaku sentra batik harus memiliki strategi yang harus dilakukan dikala masa pandemi covid-19. Salah satu cara dilakukannya pemasaran serta promosi.

Menurut (Kotler dan Keller, 2016), pemasaran adalah proses yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dengan menciptakan, menawarkan serta menukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Pemasaran adalah kegiatan ekonomi yang membantu menciptakan nilai ekonomi berupa harga barang dan jasa. Menurut Nanda L & Togi P faktor dalam menciptakan nilai adalah pemasaran, produksi dan konsumsi. Strategi pemasaran adalah keseluruhan rencana atau suatu penerapanyang telah dibuat dan diatur oleh organisasi dengan target sasaran pelanggan yang menjangkau konsumen dan mengubahnya menjadi pelanggan tetap. Adapun tujuan dari strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk dan sebagai tolak ukur serta memperluas pasar pemasaran.

Begitu juga dengan promosi, promosi adalah bagian dari pemasaran (Morrisan, 2010). Aktivitas promosi sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan pada saat pandemi covid-19. Promosi merupakan aktivitas dalam menawarkan produk baik melalui media cetak ataupun media online dengan

memiliki keterampilan komunikasi yang baik serta terarah, sehingga pesan yang disampaikan harus tertuju pada target sasaran.

Saat pandemi covid-19, pemasaran serta promosi dilakukan dengan berbagai cara yang awalnya dilakukan secara konvensional kini berubah dengan menggunakan media digital, baik itu dipromosikan lewat online ataupun pameran virtual. Dengan adanya pemasaran melalui media berupa internet sangat menunjang dikarenakan pada saat pandemi penggunaan internet begitu pesat dan banyak melakukan pekerjaan dirumah saja. Peningkatan itu dapat dimanfaatkan untuk melaksanakan pemasaran serta promosi produk dengan efektif efisien serta menghemat biaya.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yakni jurnal yang ditulis Zamzami, Mohammad Ihsan, Ade Perdana Siregar tahun 2020 yang berjudul *“Pelatihan Pemanfaatan Platform Digital sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Bisnis bagi Pelaku Usaha Batik Jambi pada Masa Covid-19.”* Dengan hasil penelitian *peningkatan motivasi dalam pengembangan usaha untuk pertumbuhan ekonomi daerah dengan membuka wawasan peserta secara luas mengenai peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi, peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi dan konsep usaha dalam pengambilan keputusan melalui identifikasi masalah dan pemilihan alternatif solusi, peningkatan pemahaman mengenai pemasaran dan kemampuan IT sangat bermanfaat bagi mitra dalam melakukan pemasaran digital pada masa covid 19.*

*Selanjutnya Skripsi yang ditulis Nabila Aulia Almas tahun 2022 yang berjudul “Strategi Promosi Umkm Batik Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Muria Batik Kudus)”. Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan Strategi Promosi yang digunakan Muria Batik selama pandemi covid-19, Pertama, mempromosikan produk melalui Advertising Online melalui Instagram Ads. Upaya ini tidak bertahan lama dikarenakan dampak terhadap penjualan selama pandemi covid-19 pengaruhnya cukup kecil bagi Muria Batik. Dalam mempromosikan melalui media online Muria Batik merekrut tim IT untuk membantu mengoptimalkan selama pandemi covid-19. Terakhir, hambatan pelaksanaan strategi promosi Muria Batik selama pandemi covid-19 diantaranya menyakinkan pembeli produk batik premium dan kelangkaan bahan baku untuk pembuatan kain batik khas Kudus.*

Dari uraian diatas, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana dinamika UMKM Batik Jambi pada masa masa COVID-19 berjalan dengan baik atau tidak. Untuk itu penulis mengambil judul penelitian artikel dengan judul ***“Dinamika UMKM Batik Jambi Seberang pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020”***

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek secara alamiah,

dimana peneliti adalah sebagai sumber instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan mengenai suatu masalah. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif yaitu pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar, dan bukan angka. Data dalam penelitian tersebut dapat diambil dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, catatan pribadi ataupun dokumentasi lainnya (Moleong, 2017:6). Penelitian akan menggali berbagai informasi mengenai bagaimana dinamika dan pemasaran batik Jambi Seberang pada masa pandemi covid-19 di tahun 2020.

### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi langsung dilakukan secara aktif dan terlibat langsung atau terjun langsung melakukan proses penelitian yang kita amati secara jelas. Adapun yang peneliti amati secara langsung yaitu mengenai bagaimana pemasaran dan promosi UMKM Batik di Jambi Seberang pada masa pandemi yang terjadi di tahun 2020-2021.
2. Observasi tidak langsung dilakukan dengan cara pengamatan tidak terjun langsung kelapangan dimana pengamatan ini dilakukan dengan menggunakan data-data berupa jurnal, buku serta artikel.
3. Wawancara terstruktur adalah metode yang digunakan dengan menggunakan pertanyaan standar sebelum melakukan penelitian atau pengumpulan informasi yang relevan. Wawancara terstruktur ini dilakukan bersama para pengrajin yang memiliki sentra UMKM Batik yang ada di seberang Kota Jambi.
4. Wawancara tidak terstruktur dilakukan dengan secara bebas dengan tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun sistematis serta lengkap, yaitu melakukan dengan wawancara dengan warga setempat dengan beberapa pertanyaan saja dengan hanya menanyakan sedikit permasalahan yang kita teliti.

Setelah data terkumpul maka akan dilakukan teknik analisis data. Analisis data adalah upaya untuk mengolah data menjadi sebuah informasi sehingga data tersebut mudah dipahami dan digunakan untuk solusi dalam permasalahan maupun menarik kesimpulan. Menurut Miles dan Huberman (1992) teknik analisis data terbagi menjadi tiga tahap yaitu: 1) Reduksi data yang merupakan proses merangkum, mengidentifikasi, menfokuskan masalah, menentukan tema dan pola berdasarkan catatan lapangan, wawancara yang akan menjadi tulisan yang kita akan analisis. 2) Penyajian data, melakukan suatu tindakan dari susunan data yang telah kita rangkum dalam bentuk deskriptif. 3) penarikan kesimpulan hasil akhir dari sebuah pemikiran berdasarkan analisis sebelumnya yang dianalisis untuk memperoleh kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Sejarah Batik Jambi Seberang**

Batik merupakan warisan Nusantara yang keunikannya di tandai dengan berbagai macam motif dengan maknanya tersendiri. Batik adalah salah satu bagian dari hasil karya seni budaya negara Indonesia yang diwariskan nenek moyang secara turun temurun yang harus dilestarikan dan dibudayakan. Batik merupakan salah satu warisan kebudayaan yang paling banyak diminati oleh kalangan masyarakat di seluruh daerah baik laki-laki maupun perempuan. Batik di Indonesia berasal dari berbagai daerah, yang mana setiap daerah ditandai dengan berbagai macam motif dan corak yang berbeda dengan keunikan masing-masing baik dalam warna dan riasnya.

Jambi adalah salah satu daerah yang memiliki batik yang tersebar didaerahnya. Batik Jambi memiliki ciri khas yang berbeda dengan daerah lain yang belum dipengaruhi oleh budaya luar yaitu dengan motif, corak serta pewarnaannya yang ciri khas. Ciri khas itu terletak pada tata letak motif serta susunan yang diambil dari berbagai macam fauna dan flora yang menjafi endemik Jambi. Corak yang diciptakan pada batik Jambi menjelaskan unsur kebudayaan yang unik terhadap leluhur dan alam yang ada disekitar. Jambi dikenal dengan masyarakat melayu memiliki banyak sekali pengrajin batik. Pengrajin batik atau bisa juga disebut dengan UMKM atau usaha rumah tangga menjadi salah satu pendorong bagi pertumbuhan ekonomi yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan butuh banyak tenaga kerja, terutama yang ada di Jambi Seberang.

Batik Jambi Seberang didirikan sejak berdirinya Kerajaan Melayu Kuno di Jambi Seberang tepatnya di desa Kampung Tengah. Pada masa kerajaan batik belum menjadi bahan yang belum diperjualbelikan tetapi digunakan hanya untuk keluarga kerajaan saja. Setelah adanya penjajahan oleh bangsa Belanda, batik sudah mulai dipakai oleh masyarakat biasa. Tahun 1920 batik Jambi sempat mengalami kemunduran dan hanya sisa beberapa saja. Dan pada tahun 1970 ditemukan beberapa batik Jambi kuno milik ibu Ratu Mas Khadijah salah satu pengusaha batik masa itu.

Setahun kemudian tepatnya tahun 1980, Ibu Ratu Mas Khadijah dilatih untuk dapat menumbuhkan kembali perbatikan yang ada di Jambi Seberang yang di adakan di Desa Ulu Gedong dengan diadakannya pelatihan dan pendidikan mengenai batik. Setelah diadakannya pelatihan itu, masyarakat Melayu Jambi yang bermukim disekitaran sungai Batanghari mulai tergerak dalam melakukan kerajinan batik. Pada tahun 1990 industri batik di Jambi Seberang berdiri lagi setelah mengalami kemunduran. Pada tahun itu pengerjaan batik belum dilakukan secara modern yang dilakukan dengan sangat sederhana dengan menggunakan beberapa alat tradisional berupa canting atau batik tulis. Pewarna yang dipakai juga masih sederhana dengan motif yang masih sedikit.

Pada tahun 2019 batik mengalami kenaikan yang begitu pesat baik dari segi motif dan corak, peralatan serta pewarnaan yang banyak macamnya. Perkembangan itu diimbangi dengan permintaan konsumen yang banyak sehingga pada tahun 2019

produksi batik di Jambi Seberang meningkat. Dan pada tahun tersebut batik di Jambi Seberang, menjadi salah satu sentra batik terbesar yang ada di Provinsi Jambi. Dengan beberapa rumah batik yang memproduksi kain batik di daerah Seberang diantaranya, Rumah Batik Azmiah, Rumah Batik Cempaka, Rumah Batik Tampuk Manggis, Rumah Batik Diana, Pengarajin Batik Rohana, Rumah Batik Jambi Rezeki, Batik Jambi Zhorif, dan masih banyak lagi. Lokasi sentra batik ini berada di Desa Olak Kemang, Ulu Gedong dan Kmapung Arab Melayu.

## **2. Motif Batik Yang Ada Di UMKM Batik Jambi Seberang**

Beberapa motif dan corak Batik Jambi Seberang diantaranya.

- a. Motif Angso Duo dilukiskan dengan dua ekor angsa yang saling berhadapan satu sama lain. Dari beberapa motif ada motif angsa berhadapan, angsa yang beriringan yang dikombinasikan dengan beberapa motif lain berupa durian pecah serta kapal dengan warna yang begitu cerah serta tegas. Dari motif ini memiliki arti yang terkandung didalamnya yaitu, nilai kesamaan antara manusia dan hewan yang saling menghormati karena sesama ciptaan Tuhan yang Maha Esa.
- b. Motif Batanghari merupakan salah satu motif yang diambil dari nama sungai yang ada di Provinsi Jambi yang menjadi salah satu sungai terpanjang di Pulau Sumatera. Motif ini diibaratkan sebuah pola yang berbentuk tanaman yang berselur-sulur yang menjulur dari bawah ke atas. Sulur ini diartikan sebagai lambang yang diibaratkan perjalanan hidup yang berliku-liku dengan keseimbangan alam, air yang mengalir.
- c. Motif Kapal Sangkat. Motif ini bisa juga disebut dengan kapal karam yang memiliki makna yaitu masyarakat peladang yang ditandai dengan tiga bendera di atasnya, dan makna satu lagi yaitu masyarakat maritim ditandai dengan 4 bendera di atasnya.
- d. Motif Duren Pecah yang menggambarkan kedua kulit durian yang pecah atau terbelah dua yang terpaut di pangkal tangkainya. Kedua kulit yang terbelah tersebut memiliki makna yang berbeda diantaranya kulit yang pertama adalah pondasi, serta iman dan taqwa, dan kulit yang satunya dimaknai dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dapat disimpulkan dari makna batik Jambi Duren Pecah ini adalah kita harus melaksanakan suatu pekerjaan dengan berlandaskan iman dan taqwa serta didukung oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- e. Motif Batik Kuaok adalah gambar seekor burung Kuaok yang sedang bercermin dengan mengepakkan sayapnya. Kuaok merupakan salah satu burung endemik juga di Jambi. Pada motif ini memiliki arti yang terkandung didalamnya yaitu sebagai pengenalan diri.

Itulah beberapa motif batik Jambi Seberang yang ada di Jambi yang banyak diminati oleh penggemar batik. Selebihnya motif lainnya berupa motif yang lebih modern ada yang bermotif bunga, hewan, benda dan lain sebagainya.

## **3. Dinamika UMKM Batik Jambi Seberang Pada masa Pandemi Covid-19**

Tahun 2019 adalah tahun yang buruk bagi negara di seluruh dunia, terutama negara kita Indonesia. Penyebaran covid-19 terjadi sangat cepat hingga pada akhir tahun 2020 yang menyebar luas Indonesia. Pandemi covid-19 memberikan dampak yang sangat buruk bagi Indonesia. Pandemi tersebut bukan hanya memberikan dampak di bidang kesehatan saja akan tetapi juga berdampak terhadap bidang-bidang lain seperti, bidang pendidikan, bidang sosial serta bidang ekonomi. Adanya pembatasan dan karantina antar wilayah mengakibatkan kurangnya masyarakat dalam menjalani aktivitas ekonomi terutama di Provinsi Jambi

Yang menjadi dampak terhadap ekonomi yaitu sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). UMKM menjadi salah satu dampak dari adanya covid-19 yang mana menjadi salah satu penunjang di sektor ekonomi yang berperan penting bagi perekonomian di Indonesia. Salah satu UMKM diseluruh Indonesia yang terdampak oleh adanya covid-19 yaitu UMKM batik Jambi Seberang di provinsi Jambi. Pandemi ini memberikan dampak yang kurang baik bagi pengusaha atau sentra batik di Jambi seberang. Dimana mereka mengalami penurunan pendapatan serta produksi dan menurunnya permintaan dari pada konsumen.

Maka dari itu peneliti melakukan penelitian kebeberapa sentra atau UMKM batik yang ada di Jambi Seberang, bagaimana upaya mereka dalam menangani masalah yang terjadi pada saat pandemi covid-19 yang melanda pada saat itu. Ada beberapa upaya pelaksanaan yang dilakukan sentra batik di Jambi Seberang pada saat itu diantaranya sebagai berikut:

#### **4. Strategi Promosi, Pemasaran serta Peran Bauran Yang Digunakan Pada Masa Pandemi Covid-19**

Virus corona atau covid-19 banyak mencuri perhatian seluruh masyarakat di dunia terutama di Indonesia. Munculnya memberikan dampak yang buruk bagi kehidupan saat itu. Terutama para pelaku sentra usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM. Covid-19 sangat menghambat proses para pelaku sentra usaha karena pekerjaan yang biasanya dilaksanakan secara tatap muka menjadi terbatas dan sulit.

Mereka kesulitan dalam mencapai target yang seharusnya didapat pada saat perekonomian nasional terganggu akibat adanya covid-19. Selain itu banyak para pengrajin atau sentra usaha yang lesu dan tidak mampu untuk mendongkrak angka penjualan yang berimbas pada pendapatan yang menurun. Salah satu imbasnya yaitu terjadi pada UMKM batik yang ada di Jambi Seberang terdampak akibat adanya covid-19.

Untuk itu agar bertahan dimasa pandemi sekarang para sentra UMKM harus memiliki strategi yang baik guna dapat memperbaiki perekonomian yang mengalami penurunan diantaranya dengan melakukan suatu strategi baik promosi, pemasarannya serta peran baurannya dalam melakukan pemasaran. Keputusan yang diambil itu haruslah berguna serta menguntungkan bagi pengusaha agar memberikan dampak yang baik pula dalam meningkatkan penjualan, pendapatan serta naiknya permintaan konsumen terhadap produksi batik yang selama masa pandemi covid-19 ini.

## 5. Strategi Promosi yang digunakan UMKM Batik Jambi Seberang Masa Pandemi Covid-19

Promosi adalah suatu kegiatan marketing yang sangat penting dalam melakukan suatu usaha atau penjualan. Dalam hal ini para pengusaha berusaha bagaimana mempromosikan produk atau jasa yang dihasilkan baik itu secara langsung ataupun secara tidak langsung. Tanpa adanya kegiatan promosi para pelanggan tidak akan tau produk apa yang dihasilkan oleh sentra. Jadi promosi sangat dibutuhkan dalam melaksanakan suatu penawaran produk serta sebagai sarana yang sangat ampuh dalam menarik perhatian konsumen ataupun pelanggan. Salah satu strategi yang digunakan oleh UMKM Batik di Jambi Seberang diantaranya:

### a) Iklan

Adalah salah satu sarana promosi yang efektif dalam mengenalkan suatu produk ke masyarakat luas dengan jangkauannya yang lebih luas serta komunikatif. Yang dilakukan adalah dengan melakukan penyebaran berupa brosur yang berbentuk iklan yang menarik serta kreatif sehingga dapat menarik minat dari pada pelanggan. Periklanan tersebut dilaksanakan pada saat para konsumen berkunjung ke sentra batik, bukan itu saja penyebaran juga dilakukan ditempat-tempat yang ramai dan sering dikunjungi oleh masyarakat.

### b) Interaksi Individu dan Individu

Maksudnya promosi ini dilakukan secara individu yang saling bertemu dengan tujuan untuk mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain. Interaksi ini guna meningkatkan jumlah konsumen yang dilakukan dengan personal atau individu sehingga dapat menarik minat dari pada konsumen. Promosi ini dapat dilakukan dengan pemberian nama kartu dan kartu ucapan selamat.

### c) Kegiatan promosi Penjualan

Pada promosi penjualan ini guna untuk meningkatkan serta mendorong pembelian terhadap produk batik yang dihasilkan baik berupa kain, baju, jaket, masker dan lain sebagainya. Promosi ini sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat para konsumen dalam melakukan pembelian terhadap produk yang dihasilkan. Kegiatan promosi penjualan ini dapat berupa contoh barang jadi agar para konsumen dapat langsung melihat serta memilih barangnya secara langsung, potongan harga juga menjadi salah satu pendorong bagi para konsumen dalam membeli produk dan menarik perhatian konsumen untuk membelinya.

Dalam pelaksanaan promosi penjualan, penetapan harga yang tepat sangat dibutuhkan guna pemasaran yang dapat berjalan dengan baik terhadap produk yang kita tawarkan. Contohnya seperti memberikan potongan harga sehingga para konsumen tertarik dalam meningkatkan hasil penjualan batik.

### d) Media Sosial Sebagai Sarana Promosi

Penggunaan sosial media sebagai sarana promosi sangat lah baik untuk dimanfaatkan dengan canggihnya teknologi masa kini. Pemanfaatan itu dilakukan guna sebagai sarana promosi. Media promosi adalah perangkat yang membuat pesan-pesan kepada para konsumen atau para pelanggan dengan menggunakan media

sosial yang berhubungan dengan IPTEK. Media sosial yang dapat digunakan berupa internet, brosur, Instagram, facebook, website-website serta marketplace.

## **KESIMPULAN**

COVID-19 tidak menjadi penghalang untuk para pengusaha Batik di Jambi Seberang dalam menjalankan usahanya. Batik Jambi Seberang melakukan beberapa strategi untuk menarik kembali para pelanggan dengan melakukan promosi, pemasaran dan peran bauran. Promosi yang dilaksanakan bagi pengrajin Batik di Jambi Seberang dilakukan dengan dengan mempromosikan sejarah tatap muka, media sosial, iklan dan lainnya

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aeni, Nurul. (2021). Pandemi COVID-19: Dampak Kesehatan, Ekonomi, dan Sosial COVID-19 Pandemic: The Health, Economic, and Social Effects. Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK. Vol. 17 No. 1. Hal 17-34.  
<https://eprints.uny.ac.id/18427/5/5.%20BAB%20III.pdf>, diakses pada tanggal 16 Februari 2023, pada pukul 22. 18 WIB.
- Nabila Aulia Almas (2022). "Strategi Promosi Umkm Batik Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Muria Batik Kudus)". Skripsi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Indonesia.
- Siti, Nuzul, Laila. (2021). "Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah". Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah. Vol 4 No 1,
- Suryabrata, Sumadi. 1995." Metode Penelitian". Jakarta Raja Grafindo Press, Hlm.18
- Zamzami, Mohammad ihsan, Ade Perdana Siregar. 2020. "Pelatihan Pemanfaatan Platform Digital sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Bisnis bagi Pelaku Usaha Batik Jambi pada Masa Covid-19." Jurnal Inovasi, Teknologi Dan Dharma Bagi Masyarakat. Vol.2 No. 1.