

INDUSTRI KERAJINAN BATIK DAN HIASAN PRODUK WAYANG KULIT PADA MASA EPIDEMIK CORONAVIRUS (COVID-19) DI DESA WUKIRSARI

Masiswo¹, Rihastiwi Setiya Murti²

¹ Balai Besar kerajinan dan batik

Email:masiswo@gmail.com

² Balai Besar kulit, karet dan plastik

Email:rihastiwi@gmail.com

ABSTRACT

The Covid-19 epidemic has a negative impact on almost all large, medium and small industrial companies. The batik and leather puppet industry in Wukirsari village during the Covid-19 outbreak was affected by a decline in product sales. The decline in product sales during Covid-19 encouraged industry players to be creative and innovative in maintaining the operations of the batik and leather puppet industry. Efforts to maintain industrial business during the Covid-19 outbreak by spurring the creative power of industrial entrepreneurs/craftsmen to be more innovative in creating products and sales systems. The purpose of this study was to determine the effect of the Covid-19 epidemic on the sales of batik products and leather puppet crafts as well as creative and innovative efforts of craftsmen to maintain the operations of the batik and leather puppet industry in Wukirsari village. The research methods used were field surveys, documentation, interviews with craftsmen and stakeholders related to the batik and leather puppet industry. Quantitative analysis is to determine the decline in sales during the Covid-19 epidemic and qualitative analysis is used to answer the creative-innovative efforts made by craftsmen and stakeholders of the batik and leather puppet industry in Wukirsari village. The results showed that the decline in sales of batik products was around 56% and leather puppet 65%. The creative efforts that emerged during the Covid-19 epidemic were the creation of new batik motifs and innovative marketing systems that used more social media: Facebook, Instagram, Twitter.

Keywords: industry, batik, leather puppet, covid 19, creative, innovative.

ABSTRAK

Epidemi covid-19 berdampak negatif pada hampir semua perusahaan industri besar, menengah, dan kecil. Industri kerajinan batik dan wayang kulit di desa Wukirsari selama wabah covid-19 terdampak penurunan penjualan produk. Penurunan penjualan produk selama covid-19 mendorong pelaku industri untuk berupaya kreatif dan inovatif dalam mempertahankan operasional industri kerajinan batik dan wayang kulit. Upaya mempertahankan usaha industri selama wabah covid-19 dengan memacu kekuatan kreatif pengusaha/perajin industri agar lebih inovatif untuk berkreasi dalam penciptaan produk dan sistem penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh epidemi covid-19 terhadap penjualan produk batik dan kerajinan wayang kulit serta upaya kreatif dan inovatif perajin untuk mempertahankan operasional industri kerajinan batik dan wayang kulit di desa Wukirsari. Metode penelitian yang digunakan adalah survei lapangan, dokumentasi, wawancara dengan perajin dan pemangku kepentingan terkait dengan industri batik dan wayang kulit. Analisis kuantitatif untuk mengetahui penurunan penjualan selama epidemi Covid-19 dan analisis kualitatif digunakan untuk menjawab upaya kreatif-inovatif yang dilakukan oleh perajin dan pemangku kepentingan industri kerajinan batik dan wayang kulit di desa Wukirsari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penurunan penjualan produk batik adalah sekitar 56% dan wayang kulit 65%. Upaya kreatif yang muncul selama epidemi Covid-19 adalah penciptaan motif batik baru dan inovasi sistem pemasaran yang menggunakan lebih banyak media sosial: Facebook, Instagram, Twitter.

Kata kunci: industri, batik, wayang kulit, covid 19, kreatif, inovatif.

PENDAHULUAN

Wukirsari merupakan salah satu desa di Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Desa Wukirsari terletak di sebelah selatan Kota Yogyakarta dengan luas wilayah lebih kurang 15 km persegi. Secara administratif desa Wukirsari terdiri dari 16 dusun. Penduduk Wukirsari sebagian besar bekerja di sektor pertanian, industri, perdagangan, dan jasa. Desa Wukirsari mempunyai kekayaan industri seni kerajinan dengan berbagai macam jenis komoditi (batik, kulit, kayu, manik-manik) sehingga banyak menyerap tenaga kerja dari masyarakat setempat yang berpotensi dapat meningkatkan kesejahteraan penduduk. Salah satu contoh industri yang ada di desa Wukirsari adalah industri seni kerajinan batik dan produk wayang kulit.

Industri seni kerajinan batik dan wayang kulit desa Wukirsari telah lama menjadi sumber pendapatan masyarakat setempat di samping sektor pertanian dan sektor industri yang lain. Berpijak pada aktivitas industri seni kerajinan batik dan wayang kulit banyak wisatawan untuk belajar batik, maka desa Wukirsari diproyeksikan sebagai kawasan desa wisata edukatif. Kondisi geografis serta lingkungan industri seni kerajinan batik dan tatah sunging wayang kulit telah menginspirasi pemerintah daerah kabupaten Bantul untuk mengangkat desa Wukirsari menjadi bagian dari kunjungan wisata yang secara tidak langsung berpotensi besar bagi peningkatan pendapatan masyarakat.

Terjadinya pandemi corona virus-19 yang masuk ke Indonesia dan menyebar ke berbagai daerah pada awal Maret 2020 menjadikan permasalahan usaha industri kerajinan batik dan wayang kulit desa Wukirsari mengalami penurunan penjualan. Karena penjualan menurun aktivitas produksi batik dan wayang kulit pun berhenti. Para perajin memproduksi batik tidak seperti biasanya dalam jumlah besar, hanya memproduksi untuk mengisi kekosongan selama berlangsungnya masa pembatasan sosial skala besar covid-19.

Kementerian Perindustrian mengatakan hampir semua sektor industri terkena dampak negatif dari adanya virus corona atau covid-19. Beberapa strategi sudah menyiapkan berbagai cara untuk memulihkan industri-industri yang terpapar karena corona. Masa pandemi covid-19 memukul usaha sentra industri batik tulis Giriloyo, Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul. Nur Ahmadi mengatakan pada masa pandemi covid-19 penjualan Batik menurun. Hantaman pandemi Covid-19 setahun terakhir berdampak besar terhadap kehidupan perajin batik dan masyarakat Giriloyo. Hal yang sama juga terjadi penurunan penjualan terhadap industri pembuatan wayang kulit.

Wabah covid-19 membuat usaha industri batik dan wayang kulit lumpuh dan berimplikasi pada sumber pendapatan masyarakat Wukirsari. Dengan adanya wabah covid-19 terhadap usaha industri kerajinan batik dan wayang kulit menarik untuk dikaji dengan tujuan untuk mengetahui tingkat penurunan penjualan dan usaha inovasi dan kreativitas pemasaran batik dan wayang kulit di desa Wukirsari.

METODE PENELITIAN

Penelitian dikerjakan dengan metode gabungan kuantitatif-kualitatif. Teknik pengumpulan data penelitian adalah survei lapangan, dokumentasi, wawancara dengan perajin dan pemangku kepentingan terkait dengan industri batik dan wayang kulit. Analisis kuantitatif untuk mengetahui penurunan penjualan selama epidemi Covid-19 dan analisis kualitatif digunakan untuk menjawab upaya kreatif-inovatif yang dilakukan oleh perajin dan pemangku kepentingan industri kerajinan batik dan wayang kulit di desa Wukirsari.

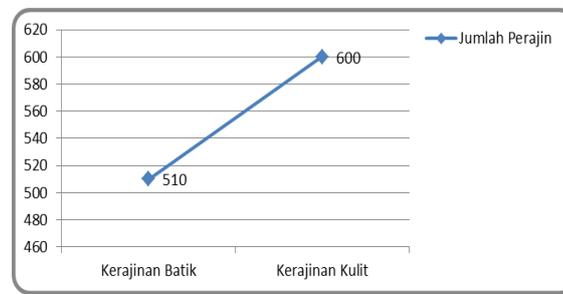
Lexy J. Moleong mengatakan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek

penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Kasiram menyatakan penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu proses menemukan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan tentang apa yang ingin diketahui.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandemi covid-19 memberikan dampak yang luar biasa bagi para perajin batik di kawasan Bantul, Yogyakarta. Di wilayah Imogiri yang dikenal sebagai sentra batik, penghasilan para perajin turun hingga hampir 100% pada bulan Maret-Mei 2020

Wabah covid-19 yang menyebar ke beberapa daerah Indonesia membawa dampak terhadap operasional industri kerajinan batik dan wayang kulit di desa Wukirsari, Imogiri kabupaten Bantul, Yogyakarta. Covid-19 berpengaruh terhadap penjualan produk kerajinan batik dan wayang kulit. Penurunan penjualan produk batik mencapai 56% sedangkan produk wayang kulit 65% selama kurun waktu maret 2020 sampai Februari 2021 (1 tahun). Penurunan penjualan ini berimplikasi pada pendapatan masyarakat perajin batik dan wayang kulit.



Gambar 1 jumlah perajin kerajinan batik dan kulit

Jazir Hamid salah satu perajin batik mengatakan penurunan penghasilan dirasakan oleh ratusan perajin di desa Wukirsari. Para perajin saat ini hanya menyelesaikan pesanan batik tulis sebelum masa covid-19, karena memang proses pembuatannya membutuhkan waktu yang berbulan-bulan. Sementara hampir enam bulan untuk para wisatawan yang biasa datang berombongan untuk belajar batik di Wukirsari juga tidak ada karena wabah pandemi covid-19.

Meskipun mengalami penurunan penjualan produk batik dan wayang kulit tidak menurunkan semangat bekerja para perajin untuk berinovasi dalam sistem penjualan secara online di masa pandemi covid-19. Karena pembatasan sosial skala besar yang diberlakukan masa awal pandemi covid-19 menjadikan sistem pemasaran online sebagai alternatif penjualan yang efektif untuk dikerjakan oleh para perajin.

Peraturan pemerintah no 21 tahun 2020 yang diterbitkan pada tanggal 31 Maret 2020, tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) secara tidak langsung memberi dampak sangat signifikan terhadap penjualan produk batik dan wayang kulit. Dengan diterbitkannya PP tersebut para warga desa Wukirsari khususnya sentra batik dan wayang kulit berinisiatif menutup akses jalan masuk ke kampung untuk menghindari menyebarnya penularan covid-19, meskipun pembatasan yang dimaksud bukan menutup akses yang bersifat aktivitas industri. Dengan ditutupnya akses jalan masuk berarti tidak boleh ada tamu/pengunjung ke desa Wukirsari yang biasanya ramai dengan wisata edukatif dan transaksi jual beli secara langsung produk batik dan wayang kulit.

Ahmad Sunhaji mengatakan bahwa pada tiga bulan pertama awal pandemi covid-19 yaitu bulan Maret sampai Mei penurunan pemasaran/penjualan mencapai 97%.

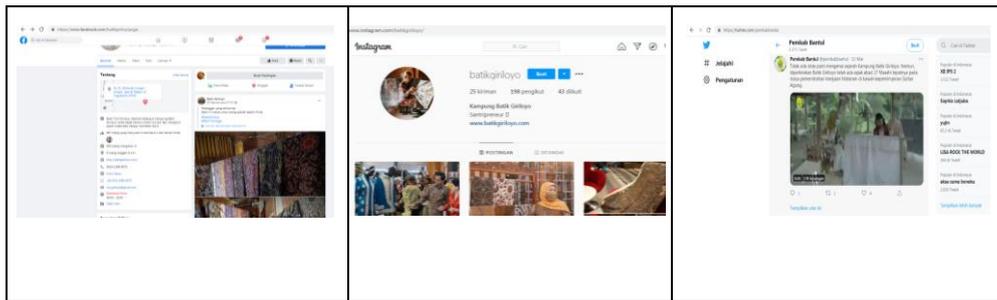
Adanya penurunan penjualan secara offline yang mengandalkan pada kedatangan tamu kunjungan langsung, maka perlu pemikiran kreatif dan inovatif untuk meningkatkan pemasaran. Pemasaran menjadi operasional segala bentuk model penjualan yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk memasarkan atau menawarkan produk ke konsumen. Jika pemasaran dari suatu perusahaan berfungsi dengan sangat baik, maka perusahaan tersebut juga dapat meraih kesuksesan.

John Westwood mengatakan pemasaran adalah sebuah usaha yang dilakukan secara teratur demi memenuhi keperluan para pelanggan dan menghasilkan laba atau profit bagi perusahaan. Pemasaran yang unik dan kekinian adalah dengan mempromosikan produk atau layanan jasa secara online melalui media sosial yang banyak disenangi oleh para pengikut platform sosial. Karena pemasaran online lebih efektif dan mudah untuk mengelolanya tanpa harus keluar rumah. Oleh karena adanya pandemi covid-19 yang mengganggu pemasaran produk batik dan wayang kulit desa Wukirsari dilakukan sistem pemasaran online melalui media sosial facebook, instagram dan twiteer. Manfaat pemasaran online meliputi pertama, para pelanggan dengan mudah memesan produk 24 jam di mana pun mereka berada. Pelanggan tidak harus pergi ke tempat para perusahaan berjualan. Kedua, para pelanggan dapat memperoleh setumpuk informasi komparatif tentang perusahaan, produk, dan pesaing tanpa meninggalkan kantor ataupun rumah mereka.

Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein Situs jejaring sosial, di mana user memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain yang dapat dimanfaatkan sebagai saran pemasaran. Secara garis besar media sosial dapat dikatakan sebagai media online, di mana para penggunanya (user) melalui aplikasi berbasis internet yang penggunanya dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang canggih.

Pada waktu kebijakan pemerintah dalam rangka meningkatkan operasional perekonomian dengan melonggarkan pembatasan sosial berskala besar mulai ada aktivitas kunjungan yang bisa masuk ke sentra batik dan wayang kulit desa Wukirsari. Dengan adanya covid-19 kreativitas penciptaan produk batik pun terdorong untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan kondisi saat ini yang membutuhkan masker sebagai pelindung diri dari penularan covid-19. Perkembangan produk dalam bentuk masker didorong oleh perubahan lingkungan yang berkaitan kebutuhan dan fungsinya sebagai alat kesehatan. Kreativitas adalah sumber daya setiap orang yang melibatkan enam sumber daya yang berbeda tetapi saling terkait, yaitu: kemampuan intelektual, pengetahuan, pola berpikir, kepribadian, motivasi, dan lingkungan.

Hal ini dinyatakan oleh Nur Ahmadi bahwa sejak tiga bulan pertama awal wabah covid-19 para perajin mengalihkan produk buatannya tidak lagi berupa baju tetapi menjadi masker kain.. Karena saat ini maker lebih banyak dicari oleh masyarakat sebagai alat pelindung diri dari penularan covid-19. Lebih lanjut dikatakan bahwa mendapat pesanan 70 ribu masker kain batik yang diproduksi oleh perajin batik Wukirsari. Pemanfaatan sosial media sebagai saran pemasaran sedikit membantu meningkatkan penjualan produk batik dan wayang kulit, karena para perajin batik yang mayoritas dikendalikan oleh para perempuan yang masih gagap dengan teknologi informasi/media digital.



Gambar 2 penggunaan media sosial untuk pemasaran produk

Gagap teknologi informasi/media digital untuk pemasaran online ditanggapi oleh Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta (UPNVY) memberikan pendampingan promosi digital berbasis *storytelling*. Samuel Simanjutak mengatakan, program pendampingan untuk para perajin yang terdampak Covid-19 melalui penguatan inovasi komunikasi pemasaran dan promosi melalui pendampingan pembuatan katalog produk batik tulis secara *digital storytelling*. *Digital storytelling* merupakan penyampaian alur, narasi informasi atau cerita sebagai perantara informasi produk berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Teori pendukung yang lain menurut Behan dan Holme dalam Munir. teknologi informasi dan komunikasi adalah segala sesuatu yang mendukung untuk me-record, menyimpan, memproses, mendapat lagi, memancar/mengantarkan dan menerima informasi. Fasilitasi TIK dengan *digital storytelling* menjadi solusi dari permasalahan komunikasi pemasaran yang terputus karena pandemi Covid-19. Hasil dari pendampingan yang terkait dengan TIK bermanfaat terhadap perajin batik dan hiasan wayang kulit bisa lebih mudah menginformasikan produk batik secara online, dengan harapan konsumen mendapatkan informasi lengkap untuk membeli produk batik. Nur Ahmadi selaku ketua paguyuban batik Giriloyo, Wukirsari mengatakan bahwa setelah mendapatkan pendampingan TIK para pelaku industri batik lebih trampil menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan omzet penjualan secara global serta nilai historis dari produk yang dihasilkan dapat tersampaikan kepada konsumen. Begitu juga Ristianito perajin wayang kulit tetap berproduksi meskipun masa pandemi covid-19 ada penurunan penjualan. Suyono selaku ketua paguyuban perajin kulit mengatakan hampir seluruh perajin wayang kulit mengalami penurunan penjualan kurang lebih 65% selama hampir satu tahun di masa pandemi covid-19.



Gambar 3 produk batik dan wayang kulit

Disamping pendampingan TIK, batik Giriloyo juga mendapatkan sosialisasi penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE (Cleanliness, Health, Safety and Environmental) oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia melalui Direktorat Pengembangan Destinasi Regional 1 sebagai upaya revitalisasi destinasi wisata. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pengelola destinasi, serta masyarakat setempat terkait penerapan protokol kesehatan Covid-19 berbasis CHSE dalam rangka revitalisasi destinasi menuju

adaptasi kebiasaan baru. Upaya ini guna mencegah aktivitas wisatawan dari berbagai daerah yang datang ke Wukirasi supaya tidak terjadi penyebaran Covid-19.

Batik Giriloyo, Wukirsari populer dengan motif-motif tradisional gaya Yogyakarta warisan dari kerajaan Mataram yang masih dilestarikan seperti corak motif Sekar Jagad, Sido Asih, Sido Mukti dan Wahyu Tumurun. Pun para perajin juga mengkombinasikan motif klasik dengan motif modern atau motif buatan mereka sendiri sehingga membuat batik Giriloyo banyak diminati konsumen.

Pada masa pandemi covid-19 respon para pembeli produk batik dan wayang kulit berbeda dari masa-masa sebelumnya. Pada kondisi saat ini pembeli menentukan skala prioritas untuk kebutuhan yang lebih dianggap penting, karena sumber pendapatan semakin sulit akibat pandemi covid-19. Kain batik dan hiasan wayang kulit serta wisata edukatif batik tidak lagi memberikan daya tarik yang membuat para pelanggan mau menghabiskan uang untuk berbelanja dan berwisata di kampung batik selama masa pandemi. Dengan demikian perlu dilakukan berbagai penyesuaian agar dapat memantik keinginan para pembeli untuk kembali datang dan berbelanja kain batik. Hal-hal yang dapat dilakukan diantaranya adalah gencar melakukan promosi, bekerja sama dengan berbagai macam marketplace, facebook, intragram, twiteer maupun media sosial lainnya. Disisi lain untuk meningkatkan penjualan diberlakukan sistem voucher paket pembelian, diskon supaya pelanggan merasa puas. Hal yang sama dilakukan untuk kerajinan wayang kulit dengan memberlukan diskon atau pemotongan harga yang variatif. Pemasaran adalah bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen, atau berorientasi pada konsumen.

Jazzir Hamid mengatakan jumlah kunjungan wisatawan ke sentra batik menurun, pada tahun 2019 jumlah kunjungan 28.000 orang tahun 2020 hanya kisaran 7.500-an wisatawan. Ini mengakibatkan tingkat penjualan produk batik dan wayang kulit mengalami penurunan, karena sebagian besar para pengunjung atau wisatawan akan membeli produk batik sebagai barang kenag-kenangan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Terjadinya wabah covid-19 membawa dampak penurunan penjualan produk kerajinan batik dan wayang kulit. Akibat penurunan penjualan secara offline memotivasi para perajin untuk mengunah sistem penjualan secara online melalui media sosial facebook, instagram, twiteer dan media lainnya. Untuk meningkatkan kemampuan penggunaan teknologi informasi digital ada pendampingan dari Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta (UPNVY).

Rekomendasi

Pemerintah daerah kabupaten Bantul melalui dinas terkait perlu mengadakan pelatihan kemampuan teknologi informasi terkait pemasaran kerajinan batik dan wayang kulit di desa Wukirsari.

REFERENSI

- Westwood, John. 2006, How to write marketing plan. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. [Jenis ref: Buku]
- Sternberg, R.J. 2003, Wisdom, intelligence, and creativity synthesized. Cambridge: Cambridge University Press. [Jenis ref: Buku]
- Zhang, L-F & Sternberg, R.J., (2011). Revisiting the investment theory of creativity. Creativity Research Journal. 23 (3). [Jenis ref: jurnal]

Moleong, j, Lexy. 2006, Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. [Jenis ref: Buku]

Kasiram, Moh. 2008, Metodologi Penelitian. Malang: UIN-Malang Pers. [Jenis ref: Buku]

Munir. 2009, Pembelajaran Jarak Jauh Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi. Bandung: Alfabeta. [Jenis ref: Buku]

Philip kotler & Gary Amstrong 2006, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, PT Gelora Aksara Pratama, Erlangga, [Jenis ref: Buku]

Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Jilid II, Prenhallindo, Jakarta. [Jenis ref: Buku]

Pusat Hubungan Masyarakat, Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI, 2014, Cet. 1, Pusat Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan RI, Jakarta. [Jenis ref: Buku]

Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2010, *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons.

Internet

(<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200505162525-4-156501/60> industri-lumpuh-karena-corona-bagaimana-memulihkannya), diakses 26 februari 2021.

(<https://rri.co.id/yogyakarta/bisnis/ekonomi/906478/perajin-batik-di-bantul-sepi-order-terdampak-pandemi>), diakses 14 februari 2021.

<https://jogja.tribunnews.com/2020/08/04/upnvy-bantu-promoso-batik-tulis-giriloyo-bantul-lewat-digital-storytelling>), diakses 3 Maret 2021.

Wawancara

Ahmad Sunhaji, perajin batik dusun Giriloyo, desa Wukirsari, 10 Maret 2021).

Nur Ahmadi, ketua paguyuban perajin batik dusun desa Wukirsari, 26 Desember 2020.

Jazir Hamid, perajin batik dusun Giriloyo, desa Wukirsari, 6 Nopember 2020.

Ristianto, perajin wayang kulit desa Wukirsari, 7 Januari 2020.

Suyono, ketua paguyuban kerajinan wayang kulit desa Wukirsari, 2 Maret 2021.

Samuel Simanjutak, Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta (UPN VY) 27 Februari 2021.