

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Batik Paoman Art yang terletak di Indramayu adalah salah satu obyek wisata batik tertua dan terbesar di Indramayu yang menyediakan *outlet* untuk membeli berbagai produk batik. Paoman Art memiliki nilai-nilai sejarah yang membedakannya dengan perusahaan lainnya. Hj. Siti Ruminah, pemilik Paoman Art, mengatakan bahwa ia mendirikan perusahaan pada tahun 1971 dengan dibantu 1 orang pengrajin, 2 lembar kain, dan keterampilan membatik yang diperolehnya dari keluarga secara turun temurun. Di tempat ini pengunjung dapat berbelanja berbagai jenis produk batik dan bisa melihat proses pembuatan batik tulis serta cap, dan *workshop* yang memfasilitasi pengunjung yang datang bisa belajar membuat Batik, Paoman Art terletak di Jl.Siliwangi nomor 315 (#10) Indramayu.

Paoman Art sebagai pelopor pelestarian Batik asal Indramayu sudah memiliki 50 motif bersertifikat HKI sebagai batik khas Indramayu. Proses pembuatan batik pun menggunakan bahan-bahan alami tanpa menggunakan zat kimia, warna-warna yang dihasilkan menjadi lebih natural.

Walaupun ada pembeli dari luar daerah bahkan luar negeri, namun masih sedikit masyarakat di Jawa Barat yang mengetahui keberadaannya. Hal tersebut disebabkan kurangnya promosi yang dilakukan Paoman Art. Media yang sesuai dengan situasi saat ini adalah media online seperti *website*, *instagram*, dan lain sebagainya.. *Website* yang sudah ada pun sangat tidak informatif, baik dari pengenalan sejarah batik Paoman Art, ciri khas, sampai sistem penjualan yang masih belum berjalan. Hal itu menjadikan batik Paoman tidak dikenal di Jawa Barat.

Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini memberikan dampak buruk di berbagai aspek, termasuk lumpuhnya perekonomian Industri batik di Indonesia, salah satunya Batik Paoman Art. Kondisi yang dihadapi saat ini mengharuskan masyarakat untuk membatasi segala kegiatan yang dilakukan secara tatap muka atau disebut *physical*

distancing. Hal ini ditujukan untuk menekan angka penyebaran virus Covid-19. Pekerjaan, pendidikan, dan segala kegiatan lainnya harus dilakukan dari rumah. Tempat wisata, mall, dan rumah makan dibatasi bahkan ditutup selama pandemi ini. Akses jalanan pun dibatasi sehingga kegiatan perjalanan antar kota tidak mungkin dilakukan tanpa adanya keperluan mendesak.

Sejalan dengan kebijakan pemerintah Kota Indramayu terkait dengan protokol penanganan pandemi untuk memutus rantai penyebaran Covid-19 ini berakibat secara langsung terhadap seluruh pelaku kegiatan wirausaha secara *offline*. Sehingga toko atau tempat berjualan menjadi sepi pengunjung, menurunnya angka penjualan berbanding lurus dengan menurunnya jumlah pendapatan. Mayoritas pengunjung atau konsumen dari Batik Paoman Art ini merupakan masyarakat daerah Jawa Barat dengan status sosial sebagai pegawai dinas yang saat ini tentunya sedang menerapkan sistem *WFH (Work From Home)*, artinya tingkat pengunjung dan penjualan di Batik Paoman Art turut menurun seiring dengan adanya hal tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh, Batik Paoman Art biasa menjual produk dengan jumlah rata-rata 100 produk dalam satu bulan. Hal berbeda terjadi pada masa pandemi Covid-19, saat ini angka penjualan berkurang hingga 50% dari penjualan biasa, sehingga dapat dikatakan bahwa Batik Paoman Art tengah mengalami krisis.

Strategi yang sejauh ini dilakukan Batik Paoman Art untuk bertahan di masa pandemi yaitu mengurangi hari kerja para pegawai dan mengurangi kegiatan produksi. Promosi dilakukan secara *online* melalui pesan whatsapp yang dibagikan kepada pelanggan yang dikenal saja, sedangkan website yang ada belum digunakan secara optimal. Hal tersebut hanya dalam ruang lingkup yang kecil dan tidak berlaku dalam jangka panjang sehingga dibutuhkan solusi dan strategi baru untuk dapat mempertahankan penjualan Batik Paoman Art seiring berjalannya waktu dan perubahan yang terjadi. *Website* yang menarik dan informatif dapat menjadi jawaban atas permasalahan yang dihadapi Batik Paoman Art sekaligus dapat memperluas pasar penjualan Batik Paoman Art sebagai upaya memperkenalkan Batik Indramayu pada umumnya dan Batik Paoman Art pada khususnya ke masyarakat yang lebih luas.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi, maka pokok masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mempromosikan Batik Paoman Art agar target market mau membeli produk secara *online*, atau mengunjungi tempat ini?
2. Bagaimana membuat media DKV yang dapat mempromosikan Batik Paoman Art secara menarik kepada target *market* nya?
3. Bagaimana cara mempertahankan penjualan Batik Paoman Art ditengah krisis ekonomi pada masa pandemi Covid-19?

1.2.2 Ruang Lingkup

Rancangan yang akan dibuat adalah strategi promosi menggunakan media yang akan menjadi media yang informatif dan efektif serta lebih mudah diakses oleh masyarakat luas, sehingga promosi yang dilakukan akan lebih mudah.

Dalam perancangan strategi promosi tersebut melalui website, media sosial, dan video untuk mempromosikan Batik Paoman Art, mulai dari sejarah hingga perkembangannya saat ini. Target dari perancangan ini adalah kalangan remaja hingga kalangan dewasa dengan rentang usia 25 - 35 tahun yang berada di Jawa Barat sehingga Batik Paoman tersebut tidak hanya dikenal di daerahnya saja.

1.3 Tujuan Perancangan

1. Mempromosikan Batik Paoman Art agar target market mau membeli secara *online* atau mengunjungi tempat ini.
2. Membuat media DKV yang dapat mempromosikan Batik Paoman Art secara menarik kepada target market nya.
3. Mempertahankan dan memperluas pasar Batik Paoman Art ditengah masa pandemic Covid-19.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Adapun dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa sumber dan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Mengunjungi dan mengamati *workshop* dan tempat penjualan Batik Paoman Art pada tanggal 29 Februari 2020, dan mewawancarai pemilik dari Paoman Art untuk mengetahui sejarah berdirinya Paoman Art.

b. Wawancara

- Wawancara tak terstruktur dengan Bapak Edi yang dipercaya oleh Dinas Koperasi UKM Perdagangan dan Perindustrian kota Indramayu, untuk mengelola anggota UKM Batik Paoman.
- Wawancara terstruktur dengan Hj. Siti Ruminah sebagai pemilik dari Paoman Art.
- Wawancara terstruktur kepada karyawan Paoman Art yang secara langsung merasakan dampak pandemic Covid-19.

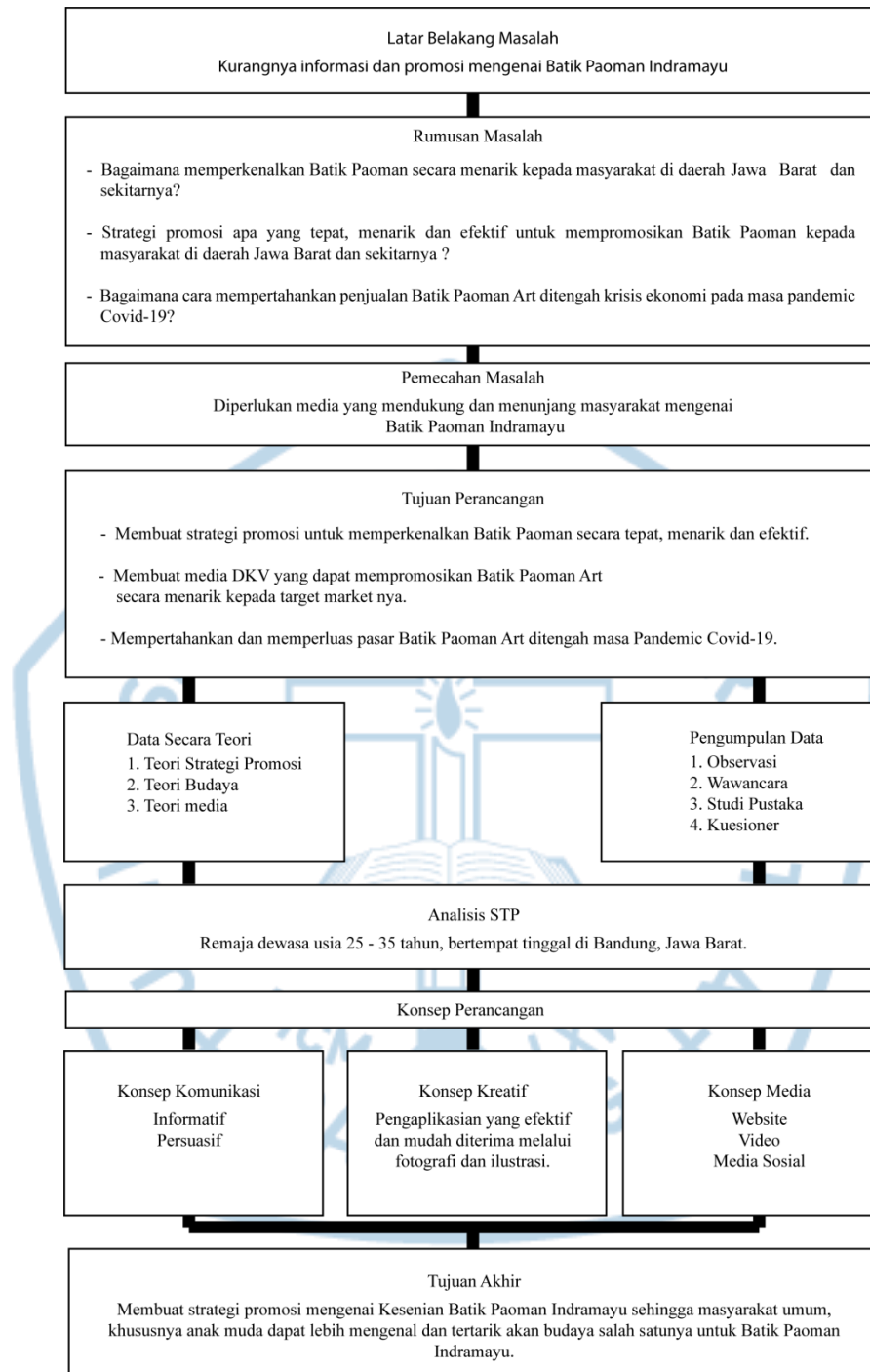
c. Kuesioner

Membuat sejumlah kuisisioner yang dibagikan kepada 100 koresponden yang berasal dari kota Bandung.

d. Studi pustaka

Mengumpulkan data-data dan informasi yang didapat melalui, literatur, jurnal, dan situs yang digunakan sebagai dasar untuk menyampaikan informasi, agar informasi yang disampaikan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya

1.5 Skema Perancangan



Tabel 1.1 Diagram Skema Perancangan
(Sumber : Penulis, 2020)