urnal Informatika, Vol.2, Juni 2016

by Rasiman Upgris

Submission date: 24-Jan-2018 08:58PM (UTC+0700)
Submission ID: 906205834
File name: 10._Jurnal_Informatika,_Vol.2,_Juni_2016.pdf (7.49M)
Word count: 2715
Character count: 17513

IMPLEMENTASI STRATEGI *REGIONAL CHASER* DAN *LOCAL CHAMPION PLUS GLOBAL MARKET ONLINE* PADA INDUSTRI SPESIAL *"GREEN BATIK"* DAN *INTERPRENEURS BUILDING* DI JAWA TENGAH

Rasiman, Muhammad Prayito, Ahmad Nasir Tsalatsa
(Universitas PGRI Semarang)
Email: mpdrasiman@yahoo.co.id

Abstract *- Batik has various motives and its manufacture for basic materials. In mathematics kinds of batik motif can be made easily and pull through some mathematical concepts. Batik motifs that evolve at this point is still quite monotonous. In order motif sell high value, it can be modified to become more attractive in accordance with a pattern emerging at this time.*

The research objective is (1) make creative engineering design green batik motif, (2) maximize marketing with the implementation of regional strategies and local champion chaser plus global online market, and (3) maximizing the potential of local knowledge so as to boost the economy in some areas in Central Java.

This research approach, focuses on the empowerment of exploiting Information and Communication Technology in the creation of batik motif design and marketing to penetrate the international market.

Research result : (1) batik craftsmen can design green batik motif with lots of patterns and shades, (2) some craftsmen used to market batik online, and (3)increasing the community's economy "batik" artisans in some areas.

Keyword: *Regional Chaser, Local Champion, Global Market Online, Green Batik*

Abstrak - Batik mempunyai berbagai motif dan bahan dasar untuk pembuatannya. Dalam ilmu matematika macam-macam motif batik dapat dibuat dengan mudah dan menarikmelalui beberapakonsep matematika. Motif batik yang berkembang pada saat ini masih tergolong monoton. Agar motif batik bernilai jual tinggi, maka dapat di modifikasi menjadi lebih menarik sesuai dengan motif yang sedang berkembang pada saat ini.

Tujuan penelitian adalah (1) membuat teknik kreatif design motif *green batik*,(2) memaksimalkan marketingdengan implementasi strategi *regional chaser* dan *local champion* plus global *market online*,dan (3) memaksimalkan potensi kearifan lokal sehingga mampu meningkatkan perekonomian di beberapa daerah di Jawa Tengah.

Pendekatan penelitian ini, menitikberatkan pada pengupayaan pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam kreasi motif design dan pemasaran batik untuk menembus pasar internasional.

Hasil penelitian: (1) pengrajin batik dapat membuat design motif green batik dengan banyak pola dan corak, (2) beberapa pengrajin terbiasa memasarkan batik tulis secara online, dan (3) meningkatnya perekonomian masyarakat pengrajin batik di beberapa daerah pengrajin batik.

Keyword: *Regional Chaser, Local Champion, Global Market Online, Green Batik,*

PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia. Daerah penghasil batik banyak terdapat di pulau Jawa dan tersebardi daerah Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Pada awalnya batik hanya dikenal oleh kalangan keraton yang digunakanuntuk upacara keagamaan maupun acara-acara kerajaan,sehingga pada waktu itu batik banyak digunakan oleh para Raja, Bangsawan, dan Abdi Kerajaan. Batik mulai digunakan oleh masyarakat umum pada awalabad ke-19 dan jenis batik pertama yang dikenal berupa batik tulis, kemudian berkembang menjadi batik cap dan printing bermotifbatik. Batik tidak hanya dipakai oleh masyarakat lokal saja, tetapi batik juga sangat popular dimasyarakat Internasional karena keindahan dari berbagai motif serta mutu warna alami yang menarik.

Di Jawa Tengah terdapat beberapa kota penghasil batik yang cukup besar.Sentra pembuatan batik Jawa Tengah berada di kota Pekalongan, Solo, dan Semarang. Motif batik tiap kota berbeda-beda, perbedaan motif yang beranekaragam di setiap daerahdipengaruhi oleh perbedaan kondisi dari letak geografis, kepercayaan, adat istiadat, tatanan sosial, gaya hidup sertalingkungan setempat. Ada juga faktor-faktor yang menyebabkankemiripan dari ragam motif disetiap daerah dikarenakan adanyacita rasa yang sama, hubungan niaga dan kekerabatan, sertaperkawinan diantara para pembatik. Motif batik memiliki maknafilosofis tersendiri, tergantung siapa dan apa tujuan dari sangpembatik. Selain itu motif batik juga merupakansimbol-simbol yang penuh makna, memperlihatkan cara berpikir masyarakat pembuat batik daerah tersebut. Seiring dengan perkembangan jaman motif batik perlu di modifikasi semenarik mungkin agar pemakai batik tidak merasa bosan dan lebih terlihat modern.

Industri batik tulis masih mengandalkan proses pemasaran secara tradisional, tetapi juga terdapat industri batik cap yang mampu melakukan ekspor secara tidak langsung bekerja sama dengan eksportir (pihak ketiga) untuk dipasarkan ke Singapura, Malaysia, China dan Arab [5]. Guna mempertahankan pasar ekspor ini, selama ini yang kami lihat industri batik menerapkan konsep aspek-aspek pemasaran *product, price, promotion* dan *place*, tetapi dalam kenyatannya terjadi hambatan dalam aspek pemasaran.

Lemahnya jaringan perajin batik untuk mengakses pasar, serta rendahnya apresiasi sebagian masyarakat terhadap batik menjadi persoalan klasik yang sampai saat ini masih belum terpecahkan. Untuk itulah, para perajin batik membutuhkan dukungan dari berbagai pihak dalam bidang pemasaran. Model batik klasik yang terkesan monoton akan berubah menjadi batik modern yang kontemporer dengan harapan makin lama digemari pencinta dan pemakai batik. Batik menjadi pakaian yang cocok dikenakan untuk ke kantor, acara formal, atau santai sekalipun, sehingga menciptakan trend baru di kalangan fashion Indonesia bahkan ke kancah dunia. Banyaknya penggemar batik menjadi peluang usaha baru. yakni, penjualan batik berkonsep toko atau butik.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, dapat dirumuskan tujuan penelitian adalah untuk:

1. Membuat keknik kreatif design motif *green batik.*
2. Memaksimalkan marketing dengan implementasi *strategi regional chaser* dan *local champion plus global market online*.
3. Memaksimalkan potensi kearifan lokal sehingga mampu meningkatkan perekonomian di beberapa daerah di Jawa Tengah.

Dari sisi teknologi, para pengusaha industri batik pada umumnya belum

melakukan perbaikan sistem dan teknik produksi agar lebih produktif dan mutunya bisa sama untuk setiap lembar kain batik. Itu belum termasuk pemakaian zat warna alam yang masih belum mendapat hasil stabil satu sama lain. Dilihat dari sisi ketersediaan bahan baku sutera, jumlahnya masih kurang dari permintaan pasar. Selain itu, serat dan benang sutera umumnya masih impor. Dari sisi pemasaran, adalah tantangan dari negara pesaing yang semakin meluas antara lain dari Malaysia, Thailand, Singapura, Vietnam, Afrika Selatan dan Polandia. Segi pemasaran batik Indonesia juga belum fokus untuk mengangkat batik Indonesia sebagai *high fashion* dunia.

Pemberdayaan tersebut mampu membawa implikasi ekonomis bagi pengembangan batik, bahkan bagi ekonomi sekaligus industri kreatif. Pemerintah telah mencanangkan 2009 sebagai Tahun Indonesia Kreatif. Industri kreatif mampu menyumbang 6,3% dari produk domestik bruto (PDB), menyerap 5,4% tenaga kerja dan berkontribusi 9% dari total nilai ekspor nasional (*Kompas*, 25 Juni 2009). Suatu kontribusi yang tidak kecil.

Penelitian ini memiliki target untuk pengembangan tehnik kreatif design batik yang ramah lingkungan, terbentuknya karakter intrepeneurs masyarakat di daerah Pekalongan, Semarang Solo.Selanjutnya masyarakat dapat melakukan expor ke berbagai negara di dunia.

METODE

Pendekatan penelitian ini menitik-beratkan pada pengupayaan pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam kreasi motif design dan pemasaran batik untuk menembus pasar internasional. Guna memasarkan batik tulis dari beberapa pengrajin batik kecil menengah menuju pasar internasional, perlu adanya teknologi dan sumber daya manusia yang berkarakter entrepreneur, sehingga mampu membawa batik bersaing di pasar internasional.

Untuk menganalisis kebutuhan dan hambatan pengrajin batik tulis kecil dan menengah, kami melakukan metode observasi dan wawancara secara terarah. Dalam survey wawancara tersebut beberapa informasi berikut sangat dibutuhkan yaitu proses produksi batik secara detail dati kain mori sampai jadi batik yang siap jual, proses penjualan dan marketing, hambatan dalam pembayaran, pengemasan dan pengiriman.

Motif batik di berbagai daerah memiliki ciri khas tersendiri. Pengguna batik semakin banyak dari tahun ke tahun, tetapi pertumbuhan motif batik yang sesuai dengan perkembangan jaman tidak bisa meng-imbanginya karena kesulitan memunculkan motif batik baru yang lebih ramah lingkungan. Mencermati perkembangan batik tulis di Indonesia mampu menembus pasar internasional, untuk meneliti batik tulis sebagai kain yang memiliki nilai seni yang tinggi. Menduniakan kain batik ke penjuru pasar internasional, sehingga mampu mengenalkan batik sebagai hasil karya bangsa Indonesia, yang diakui dunia dengan bukti HAKI.

Studi pendahuluan dilakukan di lokasi studi yaitu pekalongan-semarang dan solo, termasuk didalamnya proses pembuatan batik tulis untuk mendapatkan gambaran umum kondisi lapangan. Pada kegiatan ini hal-hal yang dilaksanakan adalah mengamati secara visual terhadap situasi yang akan diteliti. Sambil melakukan observasi lapangan, penulis melakukan studi pustaka untuk mendukung penelitian ini.

Setelah dilakukan studi pendahuluan diberbagai kota di jawa tengah diperoleh data yang akurat tentang kondisi batik di jawa tengah. Hasil data yang terkumpul kemudian di koordinasikan dengan mitra terkait yaitu 5 kementrian di Indonesia yang meliputi kementerian perindusrian, kementrian perdagangan, kementerian pariwisata dan

ekonomi kreatif, kementerian koperasi dan usaha kecil menengah, kementerian luar negeri. Mitra akan berkoordinasi dengan tim peneliti untuk membahas solusi yang ditawarkan dengan luaran yang di rencanakan sehingga diperoleh berbagai solusi yang ditawarkan untuk diambil solusi yang terbaik agar rumusan permasalahan dapat diselesaikan.

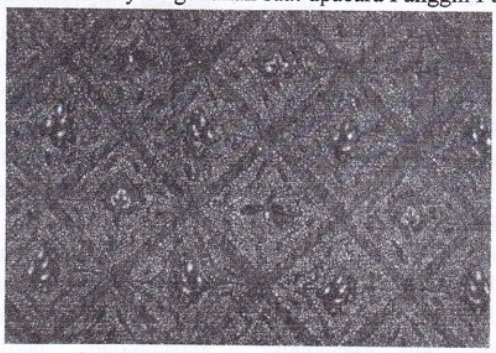
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Green Batik

Kesenian batik adalah kesenian gambar di atas kain untuk pakaian yang menjadi salah satu kebudayaan keluarga raja-raja Indonesia zaman dulu. Awalnya batik dikerjakan hanya terbatas dalam kraton saja dan hasilnya untuk pakaian raja dan keluarga serta para pengikutnya. Oleh karena banyak dari pengikut raja yang tinggal diluar kraton, maka kesenian batik ini dibawa oleh mereka keluar kraton dan dikerjakan ditempatnya masing-masing. Lama-lama kesenian batik ini ditiru oleh rakyat terdekat dan selanjutnya meluas menjadi pekerjaan kaum wanita dalam rumah tangganya untuk mengisi waktu senggang. Selanjutnya, batik yang tadinya hanya pakaian keluarga kraton, kemudian menjadi pakaian rakyat yang digemari, baik wanita maupun pria. Bahan kain putih yang dipergunakan waktu itu adalah hasil tenunan sendiri. Sedang bahan-bahan pewarna yang dipakai tediri dari tumbuh-tumbuhan asli Indonesia yang dibuat sendiri antara lain dari: pohon mengkudu, tinggi, soga, nila, dan bahan sodanya dibuat dari soda abu, serta garamnya dibuat dari tanah lumpur

Gambar 1.Beberapa motif dari batik Semarang.

Contoh motif batik solo adalah Motif Sidomukti yang artinya agar selalu mukti, berkecukupan, motif ini biasanya digunakan saat upacara Panggih Pengantin.



Gambar 2. Contoh motif batik Solo

Gambar 3. Beberapa motif batik Pekalongan

Salah satu cara yang dapat di pakai untuk pembuatan green batik adalah dengan 5 hal yaitu *Rethink* (berpikir ulang), *Reduce* (mengurangi), *Reuse* (memanfaatkan kembali bahan bekas), *Recovery* (pemulihan kembali) dan *Recycle* (daur ulang). Rethink maksudnya kalau kita mau membuat batik kita pikir dulu seberapa banyak kain dan bahan yang akan dipakai, karena biasanya kalau batik tradisional tidak begitu.Reduce, produksi bersih sudah mengurangi penggunaan air dengan menerapkan teknologi tepat guna. Reuse, menggunakan kembali lilin yang sudah dipakai. Recovery, misalnya lilin yang sudah tidak terpakai bisa digunakan kembali dan Recycle, menggunakan pewarna alami tanpa merusak tanaman yang masih tumbuh tapi memanfaatkan sampah.

2. ***Marketing Online***

Marketing online merupakan kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan media Internet. Pada awalnya menggunakan halaman-halaman statis berformat HTML yang bisa diakses oleh pengguna Internet. Itulah awal dari website yang kemudian menjadi semacam 'brosur online' dan bahkan 'kantor kedua' bagi perusahaan-perusahaan untuk menampilkan jati dirinya ke seluruh dunia.

Pada perkembangannya online marketing tidak hanya menggunakan media website, namun juga email dan aplikasi-aplikasi lain yang berjalan di atas protocol Internet.Pemanfaatan karakteristik media Internet mampu memaksimalkan hasil yang didapat melalui aktifitas periklanan di Internet. Hal tersebut menjadikan media Internet kini dipakai sebagai bagian dari bauran pemasaran (***marketing mix***) dengan pendekatan yang berbeda sesuai dengan karakteristik media dan target audiens yang ingin dicapai.Selain aktifitas periklanan di atas, ada juga teknik periklanan yang lebih murah dan efisien, yaitu menggunakan **mesin pencari** (*Search Engine Otimization*). Dengan SEO, website akan mudah ditemukan di mesin pencari dan kemungkinan dikunjungi semakin tinggi karena saat ini 80% pengguna internet mencari data dengan memanfaatkan mesin pencari sebagai basis awal pencarian.

3. Potensi Lokal

Kewirausahaan pertama kali muncul pada abad 18 diawali dengan penemuan-penemuan baru seperti mesin uap, mesin pemintal dan lain sebagainya. Tujuan utama mereka adalah pertumbuhan dan perluasan organisasi melalui inovasi dan kreativitas. Keuntungan dan kekayaan bukan tujuan utama.

Secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.[5].

Pengertian kewirausahaan relatif berbeda-beda antar para ahli/sumber acuan dengan titik berat perhatian atau penekanan yang berbeda-beda, diantaranya adalah penciptaan organisasi baru (Nasution, 2001), menjalankan kombinasi (kegiatan) yang baru, ekplorasi berbagai peluang menghadapi ketidakpastian, dan mendapatkan secara bersama faktor-faktor produksi [9].

Dampak dari green batik yang sudah dimodifikasi menjadi motif batik yang kreatif dan sesuai kebutuhan pasar, maka para pengrajin batik mendapatkan keuntungan yang cukup memadai. Di samping itu, dengan sistem pemasaran secara online juga berdampak yang cukup segnifikan terhadap pemasaran batik di Jawa Tengah. Hal ini, secara tidak langsung maupun langsung juga mempengaruhi perekonomian masyarakat Jawa tengah. Khususnya masyarakat pengrajin batik di beberapa kota yang sentral penghasil Batik, seperti Solo, Pekalongan, Lasem, dan Semarang.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas, maka motif dan corak batik dengan pola green batik menjadi lebih menarik dan berdampak pada nilai jual. Hal ini dimungkinkan karena motif yang dihasilkan memenuhi selera pasar. Hasil penelitian Rizkiyah (Dalam Yusmawati, 2000) tentang kebijakan pembangunan industri batik menunjukkan, bahwa implementasi kebijakan yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pekalongan yang diwakili oleh Dinas Koperasi, UMKM, Industri, Perdagangan dan Pasar belum begitu signifikan dalam melakukan pembangunan industri kecil batik di Kabupaten Pekalongan. Hal itu disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya, kurangnya komunikasi yang jelas antara Pemerintah dengan pengusaha batik dalam mewujudkan program-progran untuk membangun industri batik menjadi lebih maju lagi, seringnya fikiran yang negatif dari para pengusaha terhadap pemerintah baik itu merasa pemerintah tidak adil, tidak perhatian atau terlalu cuek, yang terkadang dari pemerintah Kabupaten Pekalongan merasa, program sudah banyak dilakukan untuk membantu masyarakat kabupaten Pekalongan, namun masya-rakatnya yang tidak antusias atau begitu pula sebaliknya.

Demikian juga berdasarkan hasil penelitian Ratih Widiastuti (2011) menemukan corak karakter khas batik Juwana yang mampu bersaing dengan batik lainnya di Indonesia [6]. Selain itu Ratih juga menyarankan agar adanya sebuah museum batik khusus untuk batik Juwana yang mudah dijangkau oleh masyarakat luas sehingga bisa untuk mengedukasi para generasi muda agar lebih tertarik mempelajari batik sebagai

warisan budaya [4]. Corak batik yang bervariasi dan sesuai dengan kondisi lingkungan sangat berdampat positip terhadap perkembangan dan kemajuan industri batik itu sendiri [10].

Marketingonline merupakan jenis pemasaran dengan menggunakan media Internet.Pada awalnya menggunakan website yang kemudian menjadi semacam 'brosur online' dan bahkan 'kantor kedua' bagi perusahaan-perusahaan untuk menampilkan jati dirinya ke seluruh dunia. Dengan perkembangan online marketing tidak hanya menggunakan media website, namun juga email dan aplikasi-aplikasi lain yang berjalan di atas protocol Internet.Pemanfaatan karakteristik media Internet mampu memaksimalkan hasil yang didapat melalui aktifitas periklanan di Internet. Hal tersebut, menjadikan pemasaran ini dapat meningkatkan omset penjualan batik di lingkungan Jawa Tengah maupun pada skala nasional. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Ghalib Agfa Polyana (2015) tentang strategi pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya saing pada UKM ekonomi kreatif batik bakaran di Pati.Menurut Polyana bahwa UKM batik Juwana masih membutuhkan terobosan yang menarik dan efisien dalam menghadapi persaingan produk dan pemasaran [2].

Terkait dengan corak dan motif yang memenuhi selera pasar serta dilakukan pemasaran secara online tentunya berdampak yang sangat segnifikan terhadap ekonomi masyarakat khususnya pada daerah-daerah yang memproduksi batik. Dampak yang lebih dominan adalah menggelitanya per-ekonomian masyarakat, walaupun pengaruh ini bukan satu-satunya. Masih banyak faktor lain yang mempengaruhi perekonomian di masyarakat sekitar pengrajin batik.

Dengan dihasilkannya motif dan corak batik serta pemasaran secara online, maka para industri penghasil batik tradisional perlu mendapatkan perlindungan hak paten sehingga hasil karyanya tidak dengan mudah diakui pihak lain [1] [5].

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengrajin batik dapat membuat design motif green batik dengan banyak pola dan corak.
2. Beberapa pengrajin sudah terbiasa memasarkan batik tulis secara online.
3. Meningkatnya perekonomian masya-rakat pengrajin batik di beberapa daerah pengrajin batik.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin. 2005. *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya* Hukum. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

[2] Ghalib Agfa Polnaya. 2015. Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati, Jawa Tengah. Semarang: Perpustakaan UNDIP.

[3] Helianti Hilman. 2004. *Hak Kekayaan Intelektual dan Perkembangannya.* Jakarta : Pusat Pengkajian Hukum.

[4] Harian *Kompas*, 25 Juni 2009

[5] Nasution H.A. Bustanul A.N Mukhammad S. 2001.*Membangun Spirit Entrepreneur Muda Indonesia.* Jakarta: Gramedia.

[6] Ratih Widiastuti. 2011. Museum Batik Bakaran di Kota Pati. Semarang. Perpustakan UNDIP

[7] Santosa Doellah. 2002. *Batik Pengaruh Zaman dan Lingkungan.* Surakarta: Danar hadi

[8] Sondari, Koko. Yusmawati.2000. *Album Seni Budaya : Batik Pesisir,Proyek Pengembangan Media Kebudayaan.* Jakarta: Direktorat Jendral Kebudayaan,Departemen Pendidikan RI.

[9] http://www.greenersmagz.com/dailyten/batik-ramah-lingkungan-dengan-5r/ (diakses 10 Desember 2013)

[10]http://forum.kompas.com/nasional/30459-macam-macam-batik-di-indonesia.html (diakses 10 Desember 2013)

[11] http://www.fabricbatik.com/mengenal-batik-lebih-dekat-3.php(diakses 10 Desember 201

urnal Informatika, Vol.2, Juni 2016

ORIGINALITY REPORT

30%	30%	1%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

8%

★ businesslounge.co

Internet Source

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 1%
Exclude bibliography	On		

urnal Informatika, Vol.2, Juni 2016

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8