

## **HAK CIPTA :**

“E-SUPERMUSEUM BATIK INDONESIA”

Output dari Hasil Hibah Penelitian Strategi Nasional , Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi, sesuai dengan DIPA no: 0579/023-04.2.01/13/2012.

**Hak Cipta Dibiayai Oleh Anggaran Pendapatan Dan Belanja Negara Tahun Anggaran 2013, Pada Program Insentif Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Riset Dan Teknologi, Berdasarkan Keputusan Menteri Negara Riset Dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 180 /M/Kp/V/2013**

**50 karya Terbaik dalam kompetisi dan penghargaan inovasi solusi bisnis tingkat nasional, pada program IMULAI 4.0 yang di selenggarakan oleh U.S. Agency for International Development (USAID) dan Microsoft**



**REPUBLIK INDONESIA**  
**KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA**  
**SURAT PENDAFTARAN CIPTAAN**

Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta yaitu Undang-Undang tentang perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra (tidak melindungi hak kekayaan intelektual lainnya), dengan ini menerangkan bahwa hal-hal tersebut di bawah ini telah terdaftar dalam Daftar Umum Ciptaan:

- I. Nomor dan tanggal permohonan : C00201205095, 06 November 2012
- II. Pencipta  
Nama : **FIKRI BUDIMAN, M.Kom.**  
Alamat : Perum. Bukit Diponegoro B.205 Rt.002 Rw.008  
Kel. Tembalang, Kec. Tembalang, Semarang  
Jawa Tengah 50275.  
Kewarganegaraan : Indonesia
- III. Pemegang Hak Cipta  
Nama : **LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M) UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO**  
Alamat : Jalan Nakula I No.5-11  
Semarang, Jawa Tengah 50131.  
Kewarganegaraan : -
- IV. Jenis Ciptaan : Program Komputer
- V. Judul Ciptaan : **E-SUPERMUSEUM BATIK INDONESIA**
- VI. Tanggal dan tempat diumumkan : 07 Oktober 2011, di Yogyakarta  
untuk pertama kali di wilayah  
Indonesia atau di luar wilayah  
Indonesia
- VII. Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak pertama kali diumumkan.
- VIII. Nomor pendaftaran : 065376

Pendaftaran Ciptaan dalam Daftar Umum Ciptaan tidak mengandung arti sebagai pengesahan atas isi, arti, maksud, atau bentuk dari Ciptaan yang didaftar, Direktorat Jenderal yang menyelenggarakan pendaftaran Ciptaan tidak bertanggung jawab atas isi, arti, maksud, atau bentuk dari Ciptaan yang terdaftar. (Pasal 36 dan Penjelasan Pasal 36 Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta)

Jakarta, 11 November 2013

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA  
DIREKTUR JENDERAL HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL  
u.b.

DIREKTUR HAK CIPTA, DESAIN INDUSTRI,  
DESAIN TATA LETAK SIRKUIT TERPADU, DAN RAHASIA DAGANG



Yuslisar Ningsih, S.H., M.H.  
NIP. 195511291982032001

2012-01-000007154

# Certificate of Completion

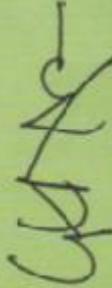
This is to acknowledge that

Fikri Budiman  
"e-Supermuseum Batik Indonesia"  
Has completed

The competition and achieved top 50 best innovations

Held on

June 2012, Jakarta



Glenn Anders  
Mission Director USAID



Andreas Diantoro  
President Director Microsoft Indonesia



Kompetisi dan Penghargaan Inovasi Bisnis Berbasis TK

**Microsoft**

Be what's next.

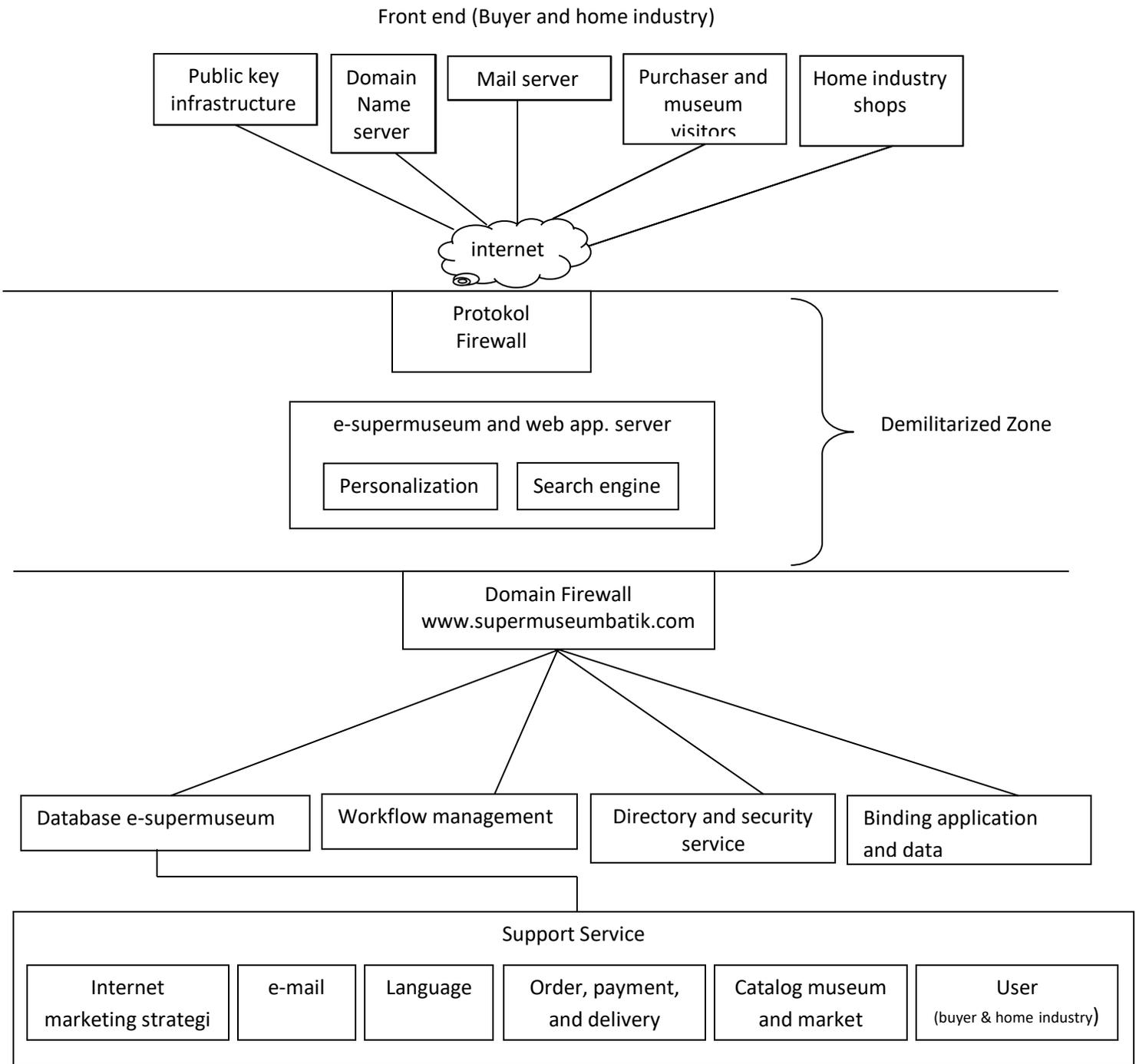


Tema Penelitian Strategi Nasional:  
Teknologi Informasi dan Komunikasi

**REKAYASA MODEL "SUPERMUSEUM" BATIK *ONLINE* SEBAGAI  
PORTAL PENGETAHUAN UNTUK MENGENALKAN KEANEKA  
RAGAMAN MOTIF BATIK TRADISIONAL DI INDONESIA DALAM  
UPAYA MENINGKATKAN PEMASARAN BATIK PRODUK  
USAHA KECIL DAN *HOME INDUSTRY***

**Fikri Budiman, M.Kom**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO SEMARANG  
Jl. Nakula I no. 5-11 Semarang  
September, 2012**



Gambar 1. e-supermuseum with home industry and buyer integration.

## Ringkasan Eksekutif

Batik Indonesia pada 2-10-2009 sudah secara resmi dimasukkan dalam 76 warisan budaya tak benda oleh UNESCO, “Representatif List of The Intangible Cultural Heritage of Humanity”. Batik Indonesia dinilai sarat dengan teknik, simbol, dan budaya . Upaya untuk meningkatkan pemasaran perlu melestarikan dan melindungi batik dengan mengenalkan kepada dunia berbagai macam motif batik yang ada di Indonesia dan sejarahnya.

Dengan ekonomi berbasis internet meratakan ladang persaingan sehingga tidak ada lagi yang disebut sebagai pengusaha kecil atau home industri. Biasanya dalam ekonomi tidak berbasis internet pengusaha besar mengalahkan yang kecil, tetapi pada ekonomi berbasis internet pengusaha yang cepat mengalahkan yang lambat. Dengan internet informasi dan bisnis akan lebih efisien dan ekonomis dibandingkan dengan media lainnya. Internet yang 24 jam *online*, tanpa mengenal jarak akan memberikan kemudahan menyebar luaskan informasi akan kekayaan motif batik warisan budaya, produksi para pengrajin, dan pelayanan kepada pembeli atau calon pembeli.

Pemanfaatan teknologi internet untuk bisnis UKM atau home industry yang dikembangkan adalah model bisnis berbasis *web* berupa *Supermuseum Batik Online*. Supermuseum merupakan singkatan dari supermarket dan Museum. Model Museum berbasis web yang didalamnya terdapat kios-kios maya yang dapat digunakan para pengrajin home industry untuk memperluas pemasaran. Website ini menawarkan banyak pilihan produk batik yang dijual dari beberapa pengrajin. Sistem penjualan yang digunakan dalam website supermuseum batik *online* ini adalah pengunjung dapat langsung belanja atau dengan *guide* masuk ke museum maya untuk mengenal keindahan batik tradisional Indonesia dan proses pembuatannya, jika yang dilihat di museum ada jenis batik yang diinginkan maka pengunjung akan ditunjukkan toko yang menjual jenis batik tersebut di supermaket maya yang ada disamping museum tersebut.

Model bisnis disini pemilik website e-supermuseum bertugas melakukan marketing internet dan mengelola proses jual-beli termasuk mengatur *Supply Chain Management* untuk ketepatan waktu pengadaan, pengiriman, dan kualitas barang yang bagus. Setiap UKM dengan produk unggulannya yang memiliki ciri khas batik tradisional dan pengembangan motifnya dapat menempati satu kios tanpa membayar sewa. Hosting dan Sewa domain ditanggung bersama para

UKM/home industri pemilik kios. Pembagian hasil penjualan adalah dari laba 40% untuk pengelola dan 60% untuk UKM.

Pemasaran batik tradisional yang merupakan produk unggulan UKM lewat kios-kios e-supermuseum dilakukan dengan internet marketing yang dilakukan secara intensif. E-museum yang terdapat di e-supermuseum menjadi daya tarik untuk mengenalkan keindahan proses pembuatan dan motif batik tradisional Indonesia. Pemasaran dilakukan dengan mengoptimalkan e-supermuseum di search engine (SEO), dengan memberikan kata-kata kunci masalah batik yang banyak dicari oleh pengunjung internet. Melakukan Direct Traffic, yaitu strategi mendatangkan traffic dimana visitor langsung datang ke website anda tanpa melalui website lain, dengan : Email Marketing atau list building, Free PDF Ebook, mencantumkan alamat website pada kartu nama, membuat affiliate program. serta memanfaatkan media offline, seperti brosur dan iklan di media cetak.

## **Pasar dan Peluang**

Motif batik tradisional banyak dicari di pasar dunia, hal ini di internet dapat diketahui berapa banyak orang mencari berdasarkan kata kunci/keywords “batik” yang dimasukkan dalam search engine, yaitu dengan melihat di “adwords.google.com”. Dari sini dapat terlihat bahwa orang yang ingin mengetahui tentang batik dengan memasukan kata kunci “what is batik” atau “how to batik” rata-rata 1.500.000 orang per bulannya.

Melihat banyaknya pengguna internet global terus tumbuh pesat, dengan basis di seluruh dunia pengguna internet di kisaran 2 miliar diawal tahun 2012, maka dengan marketing internet yang tepat sasaran maka akan berdampak baik terhadap penjualan.

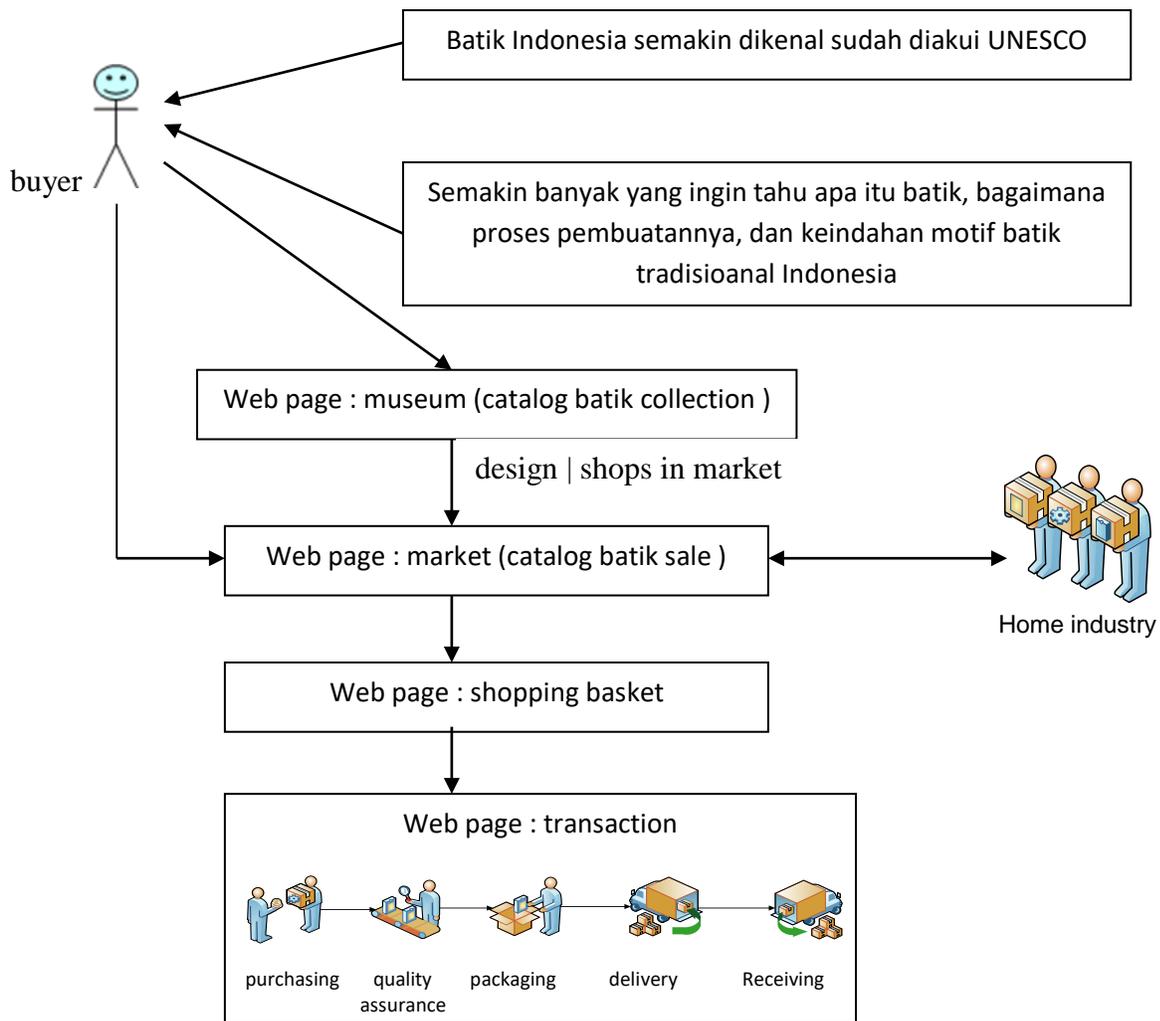
Dengan pasar yang begitu besar, maka dengan supply chain management yang baik kita dapat memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen. Karena Pemenang yang menonjol dalam penjualan di internet adalah yang memberikan pelayanan terbaik seperti Amazon, di mana penjualan melonjak berkat harga diskon agresif, pengiriman gratis untuk "Perdana" anggotanya dan terus tumbuh berbagai kategori barang dagangan. Pendapatan Amazon meningkat 41% pada 2011 menjadi \$ 48,0 miliar.

Peluang pasar didunia maya begitu besar, keingin tahuan masyarakat dunia juga besar terhadap apa itu batik, dan bagaimana proses pembuatannya yang sudah diakui oleh UNESCO. Dengan keingin tahuan tersebut e-museum yang dibangun menjadi daya tarik untuk lebih

mengenal dan dapat menimbulkan keinginan untuk membeli di toko-toko pada e-supermarket yang tersedia.

## Model Bisnis

Pengembangan dari e-supermuseum, adalah gabungan e-supermarket (e-marketplace) dan e-museum. Konsumen akan diajak menikmati keindahan batik Indonesia pada museum di e-supermuseum, sehingga konsumen semakin ingin memiliki batik yang ada di museum, dengan mengklik batik yang diinginkan konsumen akan dibimbing belanja pada toko-toko milik UKM/home industry yang ada di supermarket. Atau kalau sudah pernah mengunjungi museum, konsumen langsung dapat menikmati belanja di di supermarketnya.



Gambar 2. Model bisnis e-supermuseum

## Produk/Jasa

Penyediaan e-supermuseum untuk lebih mengenalkan keindahan batik tradisional, proses pembuatan dan asal usulnya. Dan disekitar museum terdapat toko-toko yang dapat disewa oleh UKM atau *home industri* untuk memasarkan kain batik tradisioanal hasil pengembangan dari yang ada dimuseum, yaitu pengembangan motif keraton, dan motif pesisir utara yang sangat dipengaruhi dengan motif pendatang (India, cina, belanda) yang berbaur dengan motif jawa atau keraton. Kain batik ini dapat dibuat untuk kemeja, rok, bahkan pakaian resmi dan pesta (glamour).

## Pembeli Produk/Jasa

Masyarakat Indonesia dan internasional yang menyenangi keindahan kain-kain etnik budaya, dan para perancang mode baik dari Indonesia maupun manca negara.

## Alasan membeli Produk

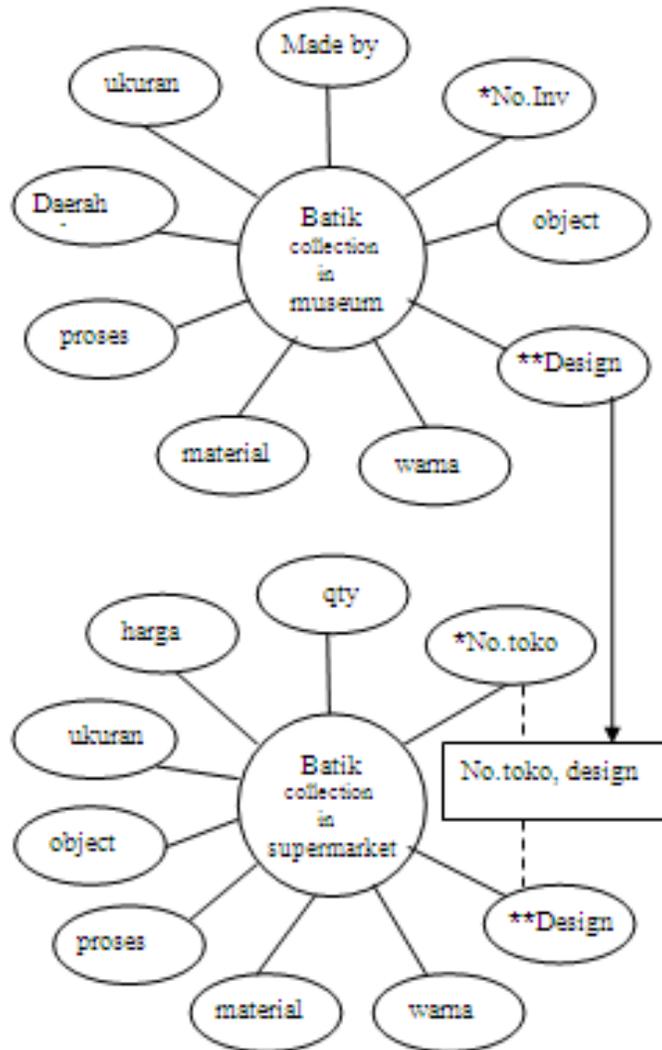
e-supermuseum memiliki keunggulan dengan adanya museum online yang menyediakan pengetahuan dan memiliki daya pikat menyediakan segala informasi tentang batik, sehingga pembeli mendapat pengetahuan tentang keindahan motif batik tradisional Indonesia, dan merasa memiliki guide dalam berbelanja di supermarket online pada e-supermuseum.

Motif-motif batik yang ada pada e-supermuseum adalah motif-motif unggulan produk *home industry* yang merupakan pengembangan dari motif tradisional yang begitu indah.

## Analisis SWOT

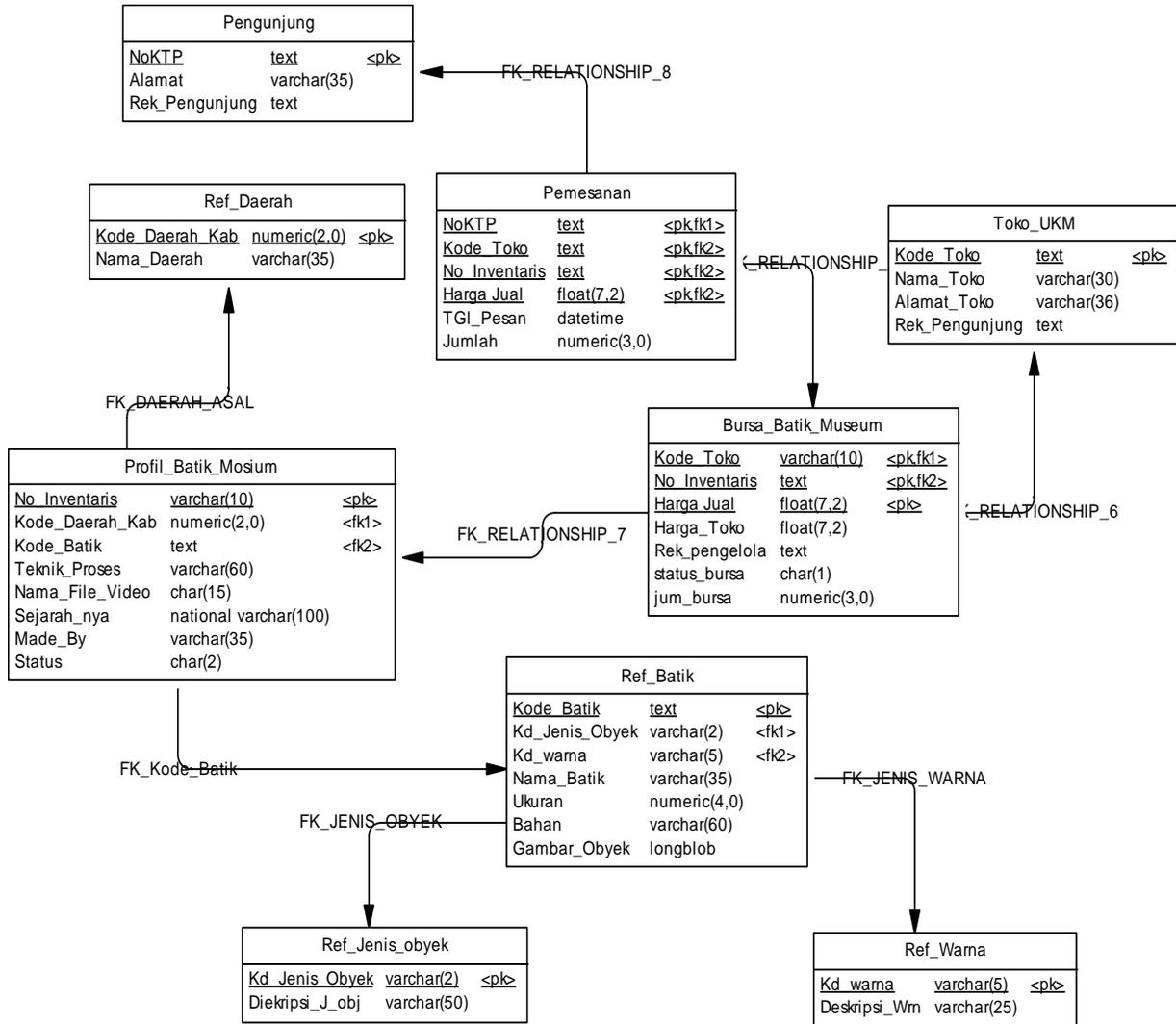
<b>STRENGTHS (Kekuatan)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Model penjualan online baru, yaitu penggabungan supermarket dan museum.</li><li>• Produk yang dijual merupakan produk unggulan UKM dan keindahan serta prosesnya masih seperti batik tradisional, yang terkenal awet dan unik keindahannya pada dua sisi kain.</li></ul>	<b>WEAKNESSES (Kelemahan)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tiap UKM harus diberi pelatihan untuk pengelolaan toko online.</li><li>• Kontrol untuk UKM dalam memenuhi target pasar dan menjaga kualitas mutu untuk kepuasan konsumen yang berbelanja online.</li></ul>
<b>OPPORTUNITIES (Peluang)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Batik tradisional Indonesia sudah diakui UNESCO, hal ini sangat membantu dalam promosi.</li><li>• Pemerintah daerah sudah turun tangan membantu dalam meningkatkan pemasaran UKM batik.</li><li>• Didukung oleh museum Batik di Pekalongan, Yogyakarta, dan Solo.</li></ul>	<b>THREATS (Ancaman)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Adanya batik printing yang meniru motif-motif tradisional.</li><li>• Adanya batik-batik lukis dari Negara cina, Malaysia, dan india</li></ul>

Dari model bisnis yang tergambar dalam alur proses dan transaksi, maka dapat dijelaskan analisa data batik yang terdapat pada museum dan yang di supermarket dalam bentuk skema data modeling sebagai berikut :



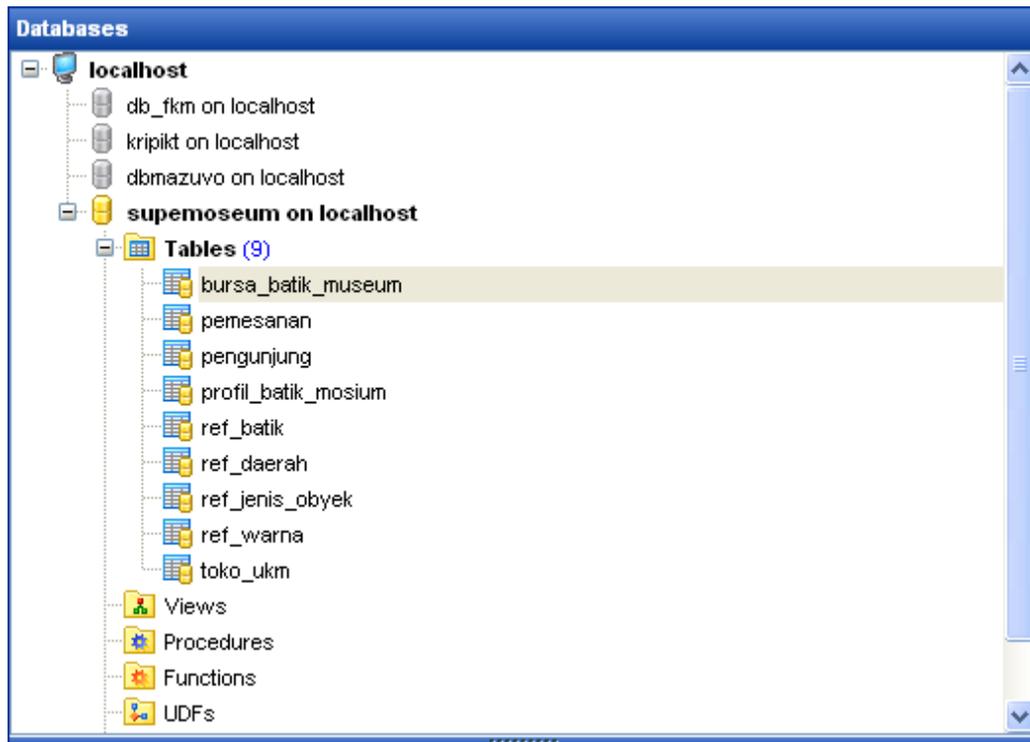
Gambar 3. Skema model data “batik” die-supermuseum

Dari skema data modeling dikembangkan ke perancangan database menggunakan perangkat lunak bantu power design, yang dimulai dari level conceptual data model dalam bentuk pemetaan notasi-notasi. Dari rancangan dilakukan *generate database*, sehingga dihasilkan struktur-struktur tabel dalam basis data fisik yang digambarkan dalam bentuk *physical design* di bawah ini :



Gambar 4. Physical design database e-supermuseum

Dari proses *generate* juga dihasilkan script untuk MySQL 5.0 yang membentuk tabel-tabel database e-supermuseum sebagai berikut :



Gambar 5. Database e-supermuseum

## Publikasi Ilmiah

- Seminar Nasional “Trend Penelitian Administrasi Bisnis dan Manajemen”, dengan judul makalah : “ Model Supermuseum Batik Online Untuk Mengenalkan dan Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Kecil dan Home Industry”, di Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang, 29-10-2011.
- Konferensi Nasional Sistem Informasi 2012, dengan judul makalah “Rekayasa Model Museum Batik Online Untuk Mempopulerkan Warisan Budaya Motif Batik Tradisional”, di STIKOM BALI, 23-2-2012
- Seminar Nasional KOMMIT Universitas Gunadarma, Jakarta, 18-19 September 2012 :
  - No.urut : 31
  - No.artikel : KOMMIT2706E56
  - Judul : “Desain Database e-supermuseum Batik Indonesia”





# Sertifikat



Diberikan Kepada

**Fikri Budiman**

Atas Partisipasinya Sebagai

**Pemakalah**

dalam

**Seminar Ilmiah Nasional**

**Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)**

**Untuk Ketahanan Nasional**

Diselenggarakan oleh Universitas Gunadarma  
Depok, 18-19 September 2012

Prof. Dr. E.S. Margianti.,SE.,MM

Rektor



Prof. Dr. Didin Mukodin.,MM

Panitia