

## Aplikasi *E-Commerce* Sentra Batik di Kota Semarang Sebagai Salah Satu Upaya Media Promosi dan Transaksi Secara *Online*

Fatkul Amin, R. Soelistijadi, dan Aji Priambodo

Program Studi Teknik Informatika, Universitas Stikubank

email : fatkhulamin@gmail.com, diananursery@yahoo.com, ajipro@gmail.com

### Abstrak

Semakin mudahnya bertransaksi akan membuat konsumen semakin menyenangkan dan membuat konsumen merasa nyaman. *E-Commerce* sebagai jembatan antara penjual dan pembeli agar kedua belah pihak diuntungkan dari banyak hal seperti waktu dan tempat bertemu. *Website* Omah batik Semarang dibuat sebagai media komunikasi antara produsen yang khusus membuat dan mengembangkan Batik Semarang. Batik Semarang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan batik dari daerah lain. *Website* Omah Batik Semarang membuat penjualan dan pembeli Batik Semarang semakin mudah dan efektif dalam bertransaksi. Kemudahan bertransaksi dengan menyediakan informasi secara online efektif meningkatkan pemasaran omah batik Semarang.

Kata Kunci : *E-Commerce*, Batik Semarang, *website* Omah Batik Semarang

### LATAR BELAKANG

Batik Semarang adalah varian dari batik pesisiran, yang sebenarnya bukan pemain baru dalam dunia seni batik. Batik Semarang pernah berjaya pada abad 18-abad 19, karena waktu itu batik Semarang telah dipakai oleh semua kalangan, baik dari kelas bawah, menengah maupun atas. Motif masa itu yang dikuak pada tahun 1980-an--terutama didominasi motif tetumbuhan atau *semen* yang berasal dari kata *semi* atau *tumbuh* dalam bentuk sarung *kepala pasung*. Di wilayah lain istilah ini biasa dikenal dengan nama *kepala tumpal*, *pucuk rebung* atau *sorotan* Motif ini didominasi warna coklat dan hitam yang menampilkan kesan agung. Unikny, motif batik semarangian justru diketahui dari hasil repro *Los Angeles Country of Art*, yang menampakkan motif sarung kepala pasung yang pernah dibuat tahun 1910.

Melihat motif-motif yang ada, terlihat sekali pengaruh Belanda, karenanya banyak

juga yang menyebut batik-batik Semarang sebagai batik kolonial. Namun sebelum itu awalnya produksi batik kebanyakan didominasi keturunan Tionghoa, dengan batiknya yang bercirikan warna merah, berhiaskan bung-bunga teratai ataupun burung merak. Burung merak ini sebagai pengganti dari burung *hong* atau phoenix yang menjadi simbol keberuntungan dan keabadian bagi masyarakat China. Tapi kemudian tak seorang pun tahu kenapa gaya batik seperi ini tiba-tiba menghilang.

Batik Semarang sebagai salah satu warisan budaya masyarakat Kota Semarang, keberadaannya saat ini belum banyak dikenal oleh masyarakat luas baik dari segi motif batik maupun aktivitas perbatikan. Untuk batik di Jawa misalnya orang/masyarakat akan menyebut Solo, Yogya, Pekalongan, Lasem, Cirebon, Banyumas dll. Namun demikian bukan berarti Kota Semarang tidak mempunyai warisan budaya batik sama sekali, karena pada kenyataannya dalam beberapa literature muncul beberapa

batik yang tegas-tegas disebut Batik Semarang khususnya dalam ulasan mengenai batik pesisir. Begitu pula muncul beberapa nama pengusaha batik, adanya kampung batik disekitar wilayah bubakan. Kenyataan inilah yang dapat dipakai pijakan jejak historis Batik Semarang.

Terbakarnya Kampung Batik di kawasan Bubakan, Kota Semarang, pada zaman pendudukan Jepang ikut andil terhadap tenggelamnya batik semarang, selain karena kalah bersaing dengan batik printing. Padahal, waktu itu terdapat puluhan industri batik dengan jumlah perajin mencapai ratusan orang. Dalam berita Belanda (Kolonial Verslag, 1919 & 1925), disebutkan bahwa industri batik di Semarang mencapai 107 buah, dengan jumlah perajin sebanyak 800 orang. Memang, Semarang di sini bisa Kota Semarang dan Kabupaten Semarang karena batas wilayah waktu itu belum seperti sekarang. Sejarawan dari Universitas Diponegoro Semarang Dr Dewi Yulianti mengatakan, batik semarang pernah jaya pada awal abad ke-20 hingga tahun 1980-an. Pada awal abad ke-20 ada perusahaan batik "Batikkerij Tan Kong Tien" yang cukup ternama pada waktu itu, kemudian pada tahun 1980-an ada perusahaan batik "Sri Retno" yang cukup penting bagi industri batik di Kota Semarang. "Setelah itu, batik semarang seolah lenyap karena terdesak batik printing. Baru sekitar tahun 2005 ada Batik Semarang yang kembali memproduksi batik semarang.

Kini, industri batik semarang di Kota Semarang kurang dari lima, itu pun baru berjalan tiga tahun terakhir. Dua di antaranya adalah Batik Semarang 16 milik Uni S Adi Susilo sejak 2005 dan Batik Semarang Indah milik II W Endah sejak 2006. Namun, bibit pengembangan batik semarang mulai ada. Kini ada sekitar 100 pembatik yang tertarik membuat batik

semarang, baik untuk mengisi waktu luang maupun berniat mengembangkannya.

Dalam perkembangannya muncul berbagai pengrajin batik Kota Semarang yang secara intensif mengusung motif dengan ciri khas Semarang, diantaranya motif warak ngendok dan Pandan Arang, Semen Dango Awang, Jembatan Mberok, Yaik Permai, Tugumuda, Kekiteran Sukun, Blekok Srongol, Lawang Sewu, Nawang, Merak Semawis, Merak Kinasih, Pohon Asem, Kukilo Asri, Puspitasari, Samudera Amengkunagari, Puspita Lestari, Asem Arang Gede, Asem Arang Daun, Asem Semarangan, Asem Gunung, Aksara Wayang. Motif-motif tersebut memunculkan ikon khas Semarang dan tidak akan dijumpai pada batik manapun.

Pemerintah Kota Semarang terus berupaya untuk mengembangkan batik Semarang menjadi produk unggulan yang mampu bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain dan mampu mendukung peningkatan perekonomian dan pariwisata khususnya di Kota Semarang. Hingga tahun ini ± terdapat 40 pengrajin batik yang tersebar di Kota Semarang. Dan diharapkan industri batik Semarang dapat bersaing dengan batik dikota-kota lain. Untuk data IKM Batik dapat dilihat selengkapnya di lampiran.

## TUJUAN DAN MANFAAT

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang dihadapi oleh IKM batik di wilayah semarang, maka tujuan dari penelitian ini :

- a. membuat program aplikasi dalam bentuk *E-Commerce* sebagai salah satu sarana promosi dan transaksi secara on-line bagi penusaha dengan kluster Batik Semarangan.
- b. Pendampingan pelaksanaan pemakaian program aplikasi ini dengan

memanfaatkan link antar pengusaha dalam upaya kebutuhan komunikasi dan informasi yang berkaitan dengan perkembangan batik.

- c. Bagaimana memperkenalkan produk-produk unggulan terutama seni batik Semarang menggunakan media informasi yang dapat melayani dengan cepat dan akurat serta mempunyai jangkauan yang luas yaitu dengan menggunakan *web* dan transaksi secara *online*

## LANDASAN TEORI

### Pengertian Sistem

Menurut Murdick R.G (1993:6) bahwa suatu sistem adalah seperangkat elemen yang membentuk suatu kegiatan atau suatu prosedur atau bagan pengolahan yang mencari suatu tujuan bersama-sama dengan mengoperasikan data pada waktu tertentu untuk menghasilkan informasi.

Menurut Jogiyanto H.M (1999:8) informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan berarti bagi yang menerimanya. Kualitasnya informasi tergantung dari tiga hal :

1. Akurat

Berarti informasi harus bebas dari kesalahan dan tidak menyesatkan

2. Tepat waktu

Informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat karena informasi yang sudah usang tidak memiliki nilai lagi.

3. Relevan

Informasi tersebut harus memiliki manfaat untuk pemakainya.

### E-Commerce

Pembuatan toko online menggunakan *Wordpress* dipilih karena aplikasi yang

mudah digunakan oleh siapapun. Artinya *OS Wordpress* termasuk mudah untuk digunakan oleh admin dan user. *Wordpress* juga memiliki banyak keunggulan lain seperti *Search Engine Optimization Friendly* dan banyak digunakan oleh  *blogger* atau komunitas internet di dunia maya.

1. Murah dan efisien

Biaya transaksi perbankan yang dilakukan melalui internet jauh lebih murah daripada yang dilakukan melalui ATM, telepon dan kantor cabang. Sedangkan modal untuk membuat toko online dengan fasilitas yang lumayan lengkap adalah sangat murah. Selain itu biaya operasional toko online lebih murah dibandingkan dengan toko offline,

2. Akses tanpa batas

Saat sebuah bisnis memiliki alamat di internet, apa yang ditampilkan akan bisa diakses oleh pengunjung dari belahan dunia manapun. Sehingga semakin sering alamat tersebut dikunjungi, semakin besar pula potensi untuk mendapatkan *revenue*.

3. *Revenue stream*

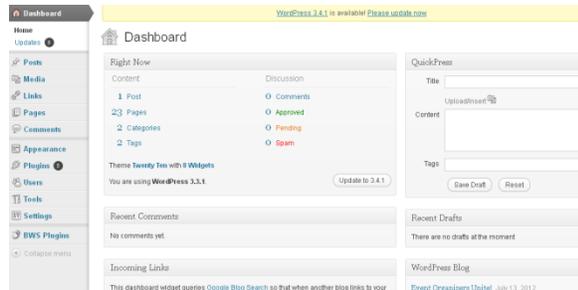
Selain biaya operasional yang murah, *E-commerce* memberikan *revenue* yang bisa jadi sulit diperoleh melalui cara yang konvensional

4. Memperpendek jarak

Pengiriman produk yang bisa dilakukan secara online memungkinkan pengiriman dilakukan dengan seketika sehingga memperpendek jarak.

### *Wordpress*

*Wordpress* memiliki *Dashboard* atau tempat edit bagi admin yang mudah dipahami dan digunakan (gambar 1).

Gambar 1. *Dashboard Wordpress*a. *Post*

Tool ini digunakan untuk menuliskan naskah, artikel atau makalah yang akan di unggah pada *website*.

b. *Media*

Media pendukung yang dimiliki *wordpress* memungkinkan anda bisa memasukkan image dan lain sebagainya

c. *Link*

Tempat anda membuat link yang akan terhubung ke *website* lain melalui link yang ada pada *website* kita

d. *Pages*

Tool untuk membuat halaman suatu *website*

e. *Appearance*

Tool untuk merubah theme, editor, dan lain-lain

f. *Plugin*

Tool untuk mengoptimalkan kebutuhan anda atau tool optimasi web pada *wordpress*

g. *User*

Tool untuk menambah, edit atau mengurangi *user*

h. *Tools*

Tool untuk ekspor dan impor *file*

i. *Setting*

Tool edit untuk *wordpress* anda secara dasar atau umum.

**Kelebihan Wordpress**

*Wordpress* memiliki banyak keunggulan sehingga banyak digunakan di banyak *website* atau *blog* yang ada di dunia maya. Berikut ini kelebihan *wordpress*;

- a. *Template System*, yang akan memudahkan anda menggonta-ganti tampilan blog semudah mengklik. Anda bisa mengubah-ubah tampilan blog hanya dalam hitungan detik. Dan blog anda tetap berjalan seperti semula.
- b. *Integrated link management*, anda bisa mengatur dan mengorganisir link atau tautan ke blog atau *website* lain dengan hanya mengisi formulir saja CafeBisnis Online
- c. *Search engine-friendly* permalink structure, tiap artikel mampu member alamat halaman yang mudah dibaca oleh mesin pencari.
- d. *Support for plugins*, blog anda bisa ditambah kemampuannya, bisa dirubah fungsinya hanya dengan menggunakan plugin. Mengaktifkan dan menginstall plugin juga amat mudah
- e. *Support for widgets*, anda bisa mengatur urutan blok modul hanya dengan drag and drop. Anda bisa menambah modul di sidebar hanya dengan mengklik aja.
- f. *Nested categories and multiple categories for articles*, anda bisa mengumpulkan artikel-artikel dalam satu kategori atau satu artikel masuk ke banyak kategori.
- g. *Trackback and Pingback*, anda juga bisa saling terhubung dengan blog-blog lain
- h. *Typographic filters* for proper formatting and styling of text, memungkinkan anda begitu mudah membuat artikel,

mengubah huruf dan gaya penulisan. Semuanya cukup dengan klik. Anda bahkan tak perlu hafal kode HTML sekalipun

- i. *Static pages*, jika anda butuh sebuah halaman statis yang berisi info tentang diri anda atau apapun juga, WordPress siap melayani.
- j. *Multiple authors*, capek nulis sendiri dan ingin mengundang penulis luar, wordpress bisa menangannya.
- k. *Can store a list of users who visit your blog*, bisa juga mendata pengunjung yang mengunjungi blog anda
- l. *Can block site visitors by IP address*, bisa memblokir pengunjung dari IP tertentu
- m. *Tag support*, tiap artikel bisa ditambahkan tag untuk mempermudah search engine mengenali isi blog atau artikel anda.
- n. *Comment Support*, anda bisa berinteraksi langsung dengan pengunjung. Mereka bisa memberikan komentar di tiap artikel CafeBisnis Online.

**RANCANG BANGUN WEB BATIK**

Perancangan website merupakan landasan penting sebuah website. *Website e-commerce* yang baik agar *user friendly* harus didukung oleh desain yang menarik tanpa meninggalkan unsur-unsur pokok pada proses pembuatan toko *online*. *Website* tidak harus kompleks dengan penuh animasi atau penuh dengan multimedia, namun *website* harus mudah diakses, mudah dipahami oleh user dan user mau menggunakannya dengan senang dan dipercaya.

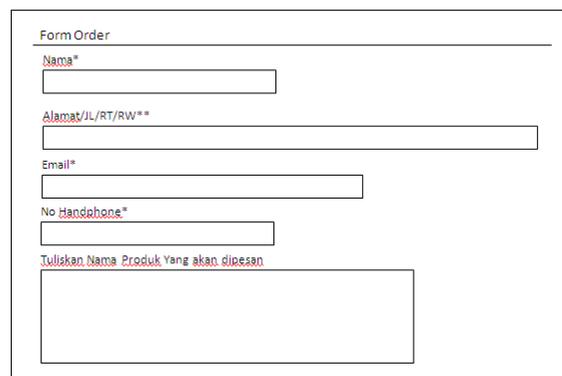
*Website* ini dibuat untuk membantu user dalam mencari informasi tentang produk batik semarangan. Untuk itu

tampilan web dirancang sebagai ajang bertukar informasi dan media transaksi (gambar 2).



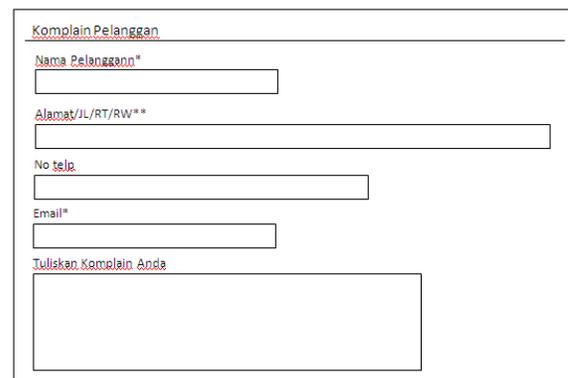
Gambar 2. Rancangan Home Page Oemah Batik Semarang

Berikut ini *interface form order* ketika *user* ingin melakukan transaksi pada *page* pemesanan diweb oemah Batik Semarang.



Gambar 3. Form Order

Rancangan Form komplain bisa dilihat pada gambar 3



Gambar 4 Form Komplain Pelanggan

Rancangan Form kritik dan saran bisa dilihat pada gambar 5

Gambar 5 Rancangan Kritik dan Saran

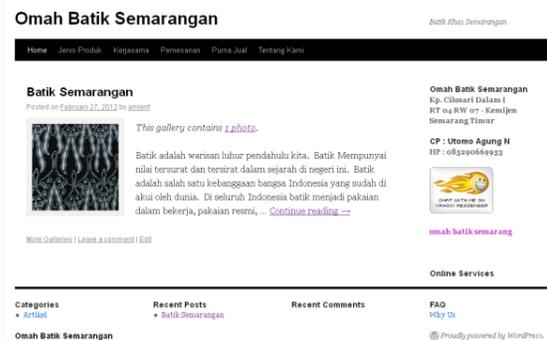
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Sistem Baru

Aplikasi *e-commerce* Omah Batik Semarang sebagai media promosi dan komunikasi *online* dengan alamat web <http://omahbatiksemarangan.info> membantu konsumen melihat produk-produk yang tersedia. Semua informasi yang konsumen butuhkan ditempatkan secara menarik dan mudah untuk digunakan oleh konsumen sekalipun konsumen tersebut baru pertama kali masuk kedalam *web* ini. Pelayanan baik berupa *offline* maupun *online* tersedia pada *website* ini sehingga konsumen akan mudah melakukan Tanya jawab, pemesanan atau transaksi.

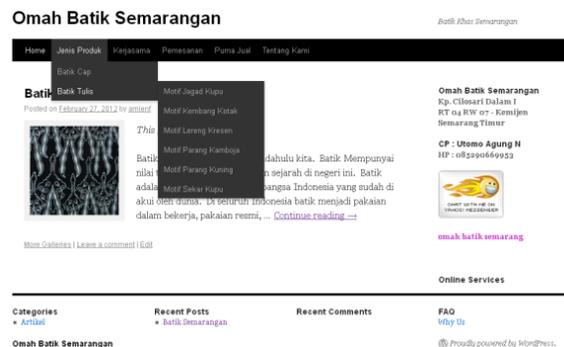
### Implementasi

Omah Batik Semarang adalah usaha *home industry* yang bergerak dibidang perbatikan yang konsen pada batik semarang. *Website* sebagai sarana pemasaran dibuat agar memudahkan konsumen atau *user* dalam mengenal dan membeli produk Omah Batik Semarang. *Home page* Omah Batik Semarang dibuat dengan navigasi berupa *page-page* yang telah diperhitungkan sebelumnya (gambar 6).



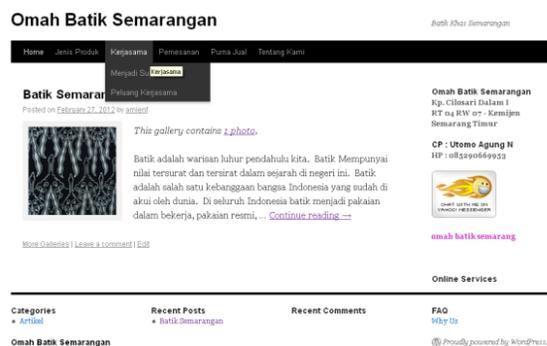
Gambar 6. Rancangan Home Page Omah

Halaman jenis produk didesain dengan menampilkan jenis produk yang dibuat oleh Omah batik Semarang. Halaman dibuat mudah agar *user* cepat mendapatkan informasi tentang produk (gambar 7).



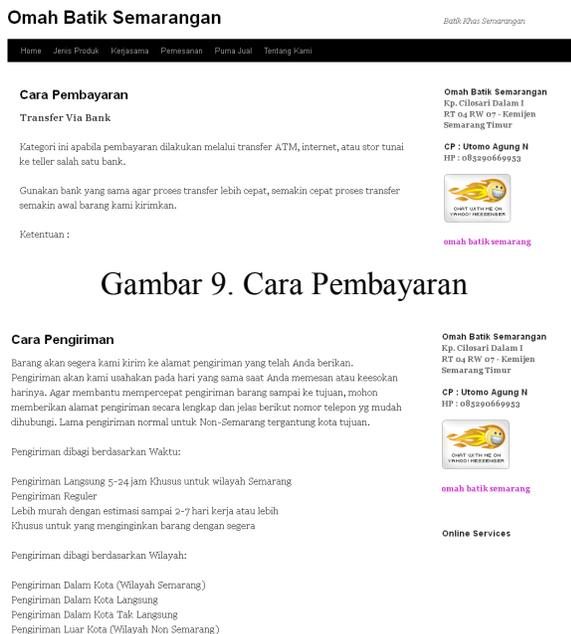
Gambar 7. Rancangan Home Page Omah

*Page* kerjasama memuat menjadi *supplier* dan peluang kerjasama. *Page* kerjasama ini penting untuk membuka kesempatan kepada pihak lain ikut membesarkan dan ikut meraih keuntungan bersama (gambar 8). Peluang kerjasama juga dibuka agar perusahaan menjadi besar dengan dibesarkan bersama-sama.

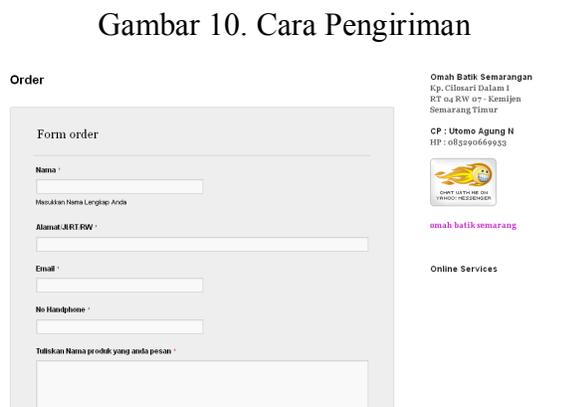


Gambar 8. Rancangan Home Page Omah

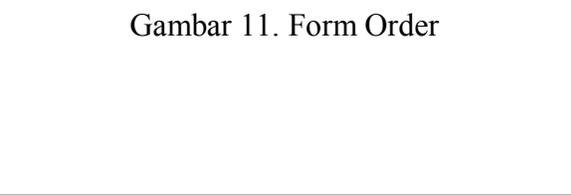
Halaman Pemesanan dibuat untuk memudahkan konsumen dalam hal Cara pembayaran (gambar 9), cara pengiriman (gambar 10), dan Order (gambar 11). Cara pembayaran berisi tentang bagaimana konsumen bisa melakukan pembayaran pada saat mereka ingin membeli produk. Cara pengiriman akan memperjelas konsumen mengenai cara pengiriman barang yang ada pada *website* ini. Form order digunakan untuk melakukan transaksi ketika konsumen sudah mengetahui cara pembayaran dan cara pengiriman.



Gambar 9. Cara Pembayaran

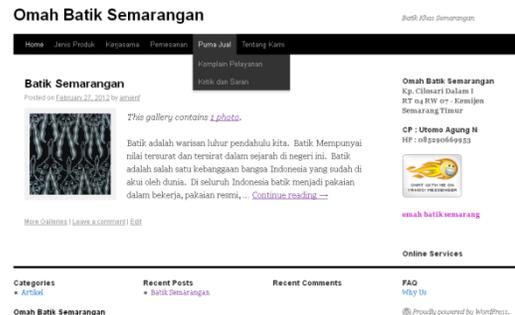


Gambar 10. Cara Pengiriman

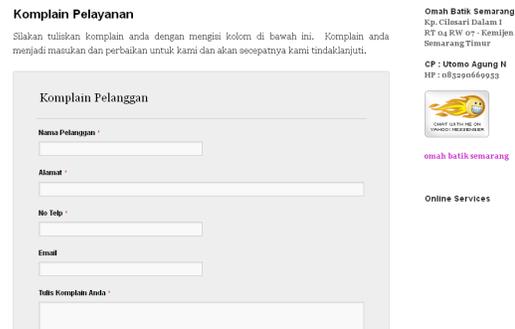


Gambar 11. Form Order

Pelayanan purna jual dibuat khusus untuk perbaiki pelayanan dan sebagai bentuk tanggung jawab produsen kepada konsumen pemakai produk (gambar 12). Kritik dan saran user juga senantiasa menjadi perhatian sehingga form untuk keperluan ini juga disediakan bias dilihat gambar 13 dan gambar 14.



Gambar 12. Page purna jual

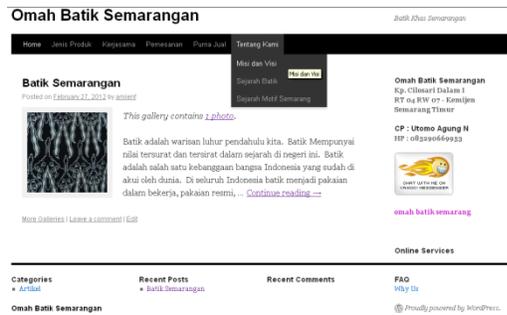


Gambar 13. Form Order



Gambar 14. Form Order

Halaman Tentang kami berisi tentang Misi dan Visi Perusahaan, Sejarah Batik dan juga Sejarah Batik Semarang (gambar 15).



Gambar 15. Page purna jual

## KESIMPULAN

1. Aplikasi *e-commerce* dapat dijadikan sarana untuk media promosi batik dengan ciri khas Semarang.
2. Aplikasi *e-commerce* memberikan pelayanan secara mudah kepada masyarakat tentang produk industri rumah tangga batik khususnya batik semarangan.
3. Dengan adanya sistem informasi promosi batik ini maka diharapkan penjualan produk hasil rumah tangga berupa kain batik khas semarangan menjadi meningkat.
4. Informasi yang didapat di Internet merupakan informasi yang akurat, cepat, praktis dan efisien

## SARAN

1. Dalam penelitian ini pembayaran dengan menggunakan no rekening, maka disaran untuk penelitian selanjutnya dalam pembayaran dengan menggunakan sistem paypal.
2. Aplikasi penjualan belum sepenuhnya menggunakan e-commerce, karena konsumen yang masih belum memiliki model pembayaran online.

## DAFTAR PUSTAKA

Fatah, H.A., (2007), "Analisis & Perancangan Sistem Informasi", Andi, Yogyakarta

Hidayat, T., (2008), "Panduan Membuat Toko Online dengan OS Commerce" MediaKita

Ramkrishnan, R., Gehrke, J., (2003), "Sistem Manajemen Basis Data", penerbit Andi, Yogyakarta

Sidik, B., Ir, (2004), "Pemrograman Web Dengan PHP", Informatika Bandung

Sunarfrihantono, B., ST, (2002), "PHP dan MySQL Untuk Web", Andi Yogyakarta

Web 1.0, (n.d.), In Wikipedia, diakses 23 Januari 2012, dari [http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_1.0](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_1.0)

Web 2.0, (n.d.), In Wikipedia, diakses 23 Januari 2012, dari [http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_2](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2)

Web 3.0, (n.d.), In Wikipedia, diakses 23 Januari 2012, dari [http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_3.0](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_3.0)

Whitten, J.L., Bentley, L.D., Dittman, K.C., (2004), "Metode Desain&Analisis Sistem", Penerbit Andi, Yogyakarta