Roadmap Perbatikan Nusantara Dalam Revolusi Industri 4.0

by Hendri Gusaptono

Submission date: 23-Jan-2023 09:49PM (UTC+0700)

Submission ID: 1997728818

File name: ing_Roadmap_Perbatikan_Nusantara_Dalam_Revolusi_Industri_4.0.pdf (226.21K)

Word count: 4518 Character count: 29111



ISSN 0000-0000

ROADMAP PERBATIKAN NUSANTARA DALAM REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Sri Suryaningsum¹, Mohamad Irhas Effendi², Rakyan Widowati Tanjung³, Raden Hendri Gusaptono², Sri Luna Murdianingrum¹, dan Alifa Nida Maharani ¹

- ¹ Department of Accounting, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, Indonesia
- ² Department of Management, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, Indonesia
- ³ Department of Accounting, Universitas Gadjah Mada, Indonesia

Korenspondesi Penulis

Email : srisuryaningsum@upnyk.ac.id

Kata kunci: revolusi industri 4.0, roadmap batik nusantara, pertahanan negara, pola batik, omnichanel Keywords: Industry Revolution 4.0, archipelago batik roadmap, defend the country, batik pattern, omnichanel

ABSTRAK

Road map perbatikan nusantara sangat penting. Road map ini merupakan arah strategi bangsa Indonesia dalam dunia perbatikan nusantara. Road map ini menggambarkan aliran dinamika sejarah perbatikan nusantara, perkembangan teknik pembuatan batik, perkembangan motif perbatikan nusantara, dan arah menghadapi resolusi industri 4.0. Revolusi Industri 4.0 terhadap perkembangan batik mengharuskan bisnis berkembang ke arah platform digital batik. Artikel ilmiah ini menganalisis dari sejarah perkembangan batik nusantara sampai menuju ke arah platform digital batik. Road map ini menjadi sangat penting karena penanaman rasa cinta kepada batik nusantara mengandung juga unsur bela negara. Hasil analisis adalah perbatikan nusantara merupakan salah satu kekuatan bela negara. Kandungan unsur bela negara dalam dinamika sejarah perbatikan nusantara menjadi hal penting bagi kehidupan bernegara dan unsur bela negara bisa ditanamkan dalam hal perbatikan nusantara. Dalam hal teknik pembuatan batik tulis dan motif-motif klasik batik ada nilai-nilai kehidupan perbatikan itu sendiri. Nilai-nilai kehidupan tersebut sangat unik. Keunikan ini akan menciptakan manfaat (value) yang dicari pelanggan dan memberikan keuntungan untuk keberlangsungan. Nilai-nilai kebutuhan sosial, pengakuan, persahabatan, yang tersirat dan tersurat dalam pembuatan batik tulis adalah nilai yang tidak akan berubah dalam era Revolusi Industri 4.0. Nilai-nilai kehidupan ini menjadi daya jual yang tinggi dalam perbatikan nusantara. Dalam hal perkembangan platform digital batik akan dianalisis kebutuhan e-commerce perbatikan yang paling tepat yaitu omnichannel. Roap map ini akan menjadi landasan bagi semua pihak terkait dalam menghadapi revolusi industri 4.0.

ISSN 0000-0000

PENDAHULUAN

Road map perbatikan nusantara sangat penting karena dengan adanya road map ini akan dapat ditentukan langkah-langkah strategis bagi bangsa Indonesia dalam hal perbatikan. Paper ini akan menganalisis roadmap perbatikan nusantara dalam menghadapi revolusi industri 4.0 ini dengan model e-commerce yang sangat cocok dengan batik. Kecocokan ini tentu tidak lepas dari analisis dari nilai-nilai perbatikan nusantara. Perbatikan nusantara merupakan nilai-nilai kehidupan perbatikan itu sendiri. Nilai-nilai tersebut sangat unik. Keunikan ini akan menciptakan manfaat (value) yang dicari pelanggan dan memberikan keuntungan untuk keberlangsungan. Nilai-nilai kebutuhan sosial, pengakuan, persahabatan, yang tersirat dan tersurat dalam batik. Nilai kehidupan yang tidak berubah ini sesuai dengan Kasali (2018).

Road map ini menjadi sangat penting karena penanaman rasa cinta kepada batik nusantara merupakan unsur bela negara. Unsur bela negara perbatikan terkait dengan semangat merawat dan melestarikan kekayaan budaya Indonesia. Perbatikan nusantara merupakan salah satu kekuatan bela negara.

Batik merupakan hasil budaya masyarakat Indonesia dan menjadi salah satu kekayaan Nusantara. Batik lebih dari sekedar seni karya kain, batik dalam konteks road map perbatikan nusantara adalah batik sebagai pemersatu bangsa dan identitas bangsa Indonesia. Batik sebagai unsur bela negara. Batik dalam hal seni karya kain merupakan hasil karya manusia yang berupa kerajinan bernilai seni tinggi. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan Suryaningsum, dkk (2017).

Pada dasarnya batik merupakan bahan kain yang erat hubungannya dengan nilai budaya masyarakat yang merupakan hasil budaya dari masyarakat (Krismawati, 2015). Saat ini adalah saat revolusi industri yang di sebut revolusi industri 4.0. Industri 4.0 adalah sebuah istilah yang diciptakan pertama kali di Jerman pada tahun 2011 yang ditandai dengan revolusi digital. Industri ini merupakan suatu proses industri yang terhubung secara digital yang mencakup berbagai jenis teknologi, mulai dari 3D printing hingga robotik yang diyakini mampu meningkatkan produktivitas (Satya, 2018). Perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni di era globalisasi telah membawa pengaruh yang besar dalam perkembangan batik tradisional (Parmono, 2013). Keterbatasan batik yang hanya dengan teknologi tesktil saja dan sekedar sebagai cara pembentukan ragam hias, pada masa depan tidak akan mampu untuk menghadapi persaingan dengan perkembangan ilmu-ilmu dan keahlian menggunakan latar media yang baru. (Parmono, 2013; Prasetyo & Singgih, 2016).

Oleh karena itu pada perbatikan nusantara diperlukan sebuah roadmap. Arti kata Roadmap adalah strategi atau rencana yang didalamnya memuat tahapan mengenai pelaksanaan suatu progran dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam perbatikan nusantara roadmap dapat menjadi strategi bangsa Indonesia dalam membuat pemetaan pelaksanaan untuk kemajuan dunia perbatikan nusantara. Roap map ini akan menjadi landasan bagi semua pihak dalam menghadapi revolusi industri 4.0



ISSN 0000-0000

dan menjadikan Indonesia sebagai pemimpin dalam dunia perbatikan. Roadmap dapat diimplementasikan oleh semua pihak terkait perbatikan nusantara agar langkahnya dapat selaras dan memiliki nilai tambah dalam perokonomian perbatikan nusantara. Nilai tambah ini terkait dengan pemanfaatan perbatikan nusantara oleh pemerintah sebagai pemegang warisan dunia yang telah ditetapkan oleh UNESCO. Roadmap perbatikan ini sangat penting, hal ini sesuai dengan Kamar Dagang (Kadin) Indonesia yang pada tahun 2007 menyatakan ada tiga klaster industri unggulan penggerak pencipta lapangan kerja dan penurunan angka kemiskinan yaitu:

- 1. Industri pengolahan hasil laut & kemaritiman
- Industri pengolahan hasil pertanian, peternakan, kehutanan dan perkebunan, termasuk industri makanan dan minuman
- 3. Industri berbasis tradisi dan budaya, utamanya industri jamu, kerajinan kulit-rotan dan kayu (permebelan), rokok kretek, batik dan tenun ikat

Industri yang berbasis tradisi dan budaya akan memegang peranan penting dalam persatuan dan kesatuan bangsa, yaitu meningkatkan rasa cinta tanah air dan sebagai identitas bangsa.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejarah perkembangan batik di Indonesia, dan strategi apa yang perlu ditetapkan oleh perbatikan nusantara dalam menghadapi revolusi industri 4.0. Teknologi yang dipilih adalah penggunaan omnichannel dalam *e-commerce*.

Organisasi paper ini adalah perkembangan batik dalam setiap era pemerintahan, perkembangan teknik pembuatan batik, perkembangan corak batik, perkembangan perbatikan dalam revolusi industri 4.0, asumsi yang digunakan dalam perbatikan ini adalah batik tulis.

METODA PENELITIAN

Observasi

Penelitian dilakukan Januari 2019 sd September 2019. Penelitian ini bertujuan menganalisis perkembangan perbatikan nusantara yang dipaparkan dalam suatu road map perbatikan nusantara, asumsi yang yang digunakan adalah batik tulis.. Paper ini akan menganalisis perkembangan batik dalam setiap era pemerintahan, perkembangan teknik pembuatan batik, perkembangan corak batik, perkembangan perbatikan dalam revolusi industri 4.0

Dalam menganalisis ini maka diperlukan observasi mendalam atas sejarah perbatikan nusantara. Untuk mencapai ini tentu membutuhkan kajian mendalam atas literatur perbatikan dan observasi ke museum-museum batik di Indonesia. Metode ini dapat digunakan untuk mengamati secara langsung perubahan fenomena-fenomena sosial.



ISSN 0000-0000

Data dan Analisis

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data sekunder yang dilakukan dengan teknik kajian mendalam atas literatur perbatikan nusantara. Kajian dilakukan dengan telaah mendalam perkembangan dinamika perbatikan dalam setiap era pemerintahan, perkembangan teknik pembuatan batik, perkembangan corak batik, perkembangan perbatikan dalam revolusi industri 4.0

PEMBAHASAN

Perkembangan Batik dalam Setiap Era Pemerintahan

Batik pada jaman Presiden Soekarno, Soekarno merupakan sosok yang membangun idealisme persatuan bagi bangsa dan pernah menjadi pemprakarsa penciptaan motif batik yang membawa pesan persatuan Indonesia. Pesan tersebut dirangkum dalam selembar kain batik yang dibuat oleh Go Tik Swan seniman batik asal Solo yang dinamai dengan Batik Indonesia karena desain coraknya merupakan gabungan dari corak dan gaya batik dari seluruh Indonesia.

Pada masa Presiden Soeharto, beliau dikenal sebagai Pahlawan Batik karena memiliki kontribusi besar bagi sejarah popularitas batik. Pada jaman era Suharto dilakukan proses internalisasi identitas nasional melalui simbol batik. Hal ini terinspirasi oleh kebijakan Gubernur DKI Jakarta Ali Sadikin. Ali Sadikin pada 14 Juli 1972 menetapkan batik sebagai pakaian resmi untuk pria di wilayah DKI Jakarta. Ali Sadikin sendiri terinspirasi dari apa yang dilakukan oleh seniman kaligrafi batik berasal dari Yogyakarta, Amri Yahya.

Seragam Korpri ialah implementasi dari ide Soeharto untuk menempatkan batik sebagai simbol dari identitas nasional. Aming Prayitno, seniman lukis, merupakan desainer logo Korpri. Logo ini lalu di-batik-kan secara "cap" atau *printing*, dan kemudian dipakai sebagai pakaian wajib PNS dalam tugas sehari-hari mereka. Dalam banyak kesempatan menyambut kunjungan tamu kenegaraan, Presiden Soeharto hampir selalu mengenakan kameja batik. Batik sering dipilih sebagai gift bagi para tamu negara dalam beberapa momen peristiwa yang penting.

Pertama, pada 1986 Presiden AS Ronald Reagan mengadakan kunjungan tak resmi selama empat hari di Bali dalam rangka menghadiri KTT ASEAN. Dalam momen itu Presiden AS ke-40 beserta istri hadir pada jamuan malam mengenakan baju batik. Presiden Reagan mengenakan kameja batik dengan motif Sidoluhur, sedangkan *first lady* mengenakan baju batik merah cerah. Iwan Tirta merupakan perancang batik bagi Ronald Reagan ini.

Kedua, pemberian cinderamata batik kepada Nelson Mandela pada 1990. Ini ialah momen perkenalan pertama Mandela dengan batik. Ketika itu, dia masih menjabat sebagai wakil ketua Kongres Nasional Afrika. Pada 1997 Mandela mengenakan batik itu kembali ketika datang kembali ke Indonesia, sebagai Presiden Afrika Selatan. Dalam acara kenegaraan di berbagai forum baik nasional maupun internasional, bahkan dalam sidang di forum PBB sekalipun, Mandela hadir mengenakan kameja batik. Masyarakat Afrika Selatan



ISSN 0000-0000

sendiri menyebut kameja batik Mandela, "Madiba shirts." Madiba adalah nama klan dari Mandela. Yusuf Surtee, seorang pemasok pakaian untuk Mandela selama beberapa dekade, mengatakan bahwa desain Madiba ini ialah permintaan Mandela didasarkan pada model kemeja seperti yang pernah diberikan Presiden Suharto dulu.

Tahun 1994 adalah tahun Indonesia untuk pertama kali jadi ketua dan tuan rumah KTT APEC. Dalam kesempatan itu batik menjadi *dress code*. Desainer Iwan Tirta dipilih sebagai desainer untuk membuat 18 motif batik untuk 18 kepala negara peserta APEC, termasuk Indonesia, sesuai warna budaya negara masing-masing dengan kombinasi sentuhan corak batik etnis Jawa.

2 Oktober 2009 Badan PBB untuk Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan atau UNESCO, menetapkan batik sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (Masterpieces of the Oral and the Intangible Heritage of Humanity). Dengan keberhasilan ini Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menetapkan tanggal 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional.

Presiden Joko Widodo juga melanjutkan langkah presiden sebelumnya. Presiden Jokowi mengenakan kemeja batik bercorak parang barong dalam KTT APEC di Beijing, Cina, pada 2014. Kemeja batik bercorak parang barong yang dulunya khusus dikenakan oleh raja-raja dan kerabat keraton. Pada forum Annual Meeting IMF – World Bank di Bali pada Oktober 2018, Presiden Jokowi pun kembali menggunakan batik sebagai dress code pada acara tersebut. "Diplomasi batik" merupakan momen yang luar biasa yang memiliki dampak strategis bagi bangsa Indonesia pada sidang DK PBB di New York. Dipilihnya batik sebagai dress code merupakan bentuk penghormatan para anggota DK PBB kepada Indonesia selaku Presidensi DK PBB untuk bulan Mei 2019. Pada momen itu Sekretaris Jenderal PBB Antonio Guterres hadir dan menggunakan batik.



Gambar 1. https://www.instagram.com/p/B0nQl7WB08a/?igshid=1akmw00qn6asq Tonggak yang penting dalam era pemerintahan Presiden Jokowi adalah melakukan pembatikan dengan 74 pembatik dari seluruh Indonesia. Goresan pertama cucuk canting pada kain batik sepanjang 74 meter di salah satu peron Stasiun MRT Bundaran HI, Jakarta.



ISSN 0000-0000

Jokowi dan Ibu Negara melakukannya sebagai penanda dimulainya bulan kemerdekaan, Agustus 2019. Jokowi dan Ibu Negara menggambar pola Gurdo. Itu pola Garuda Nusantara. Selanjutnya, 74 pembatik dari sentra-sentra produksi batik Indonesia meneruskannya.

Dapat disimpulkan bahwa dalam perbatikan terkandung semangat unsur bela negara. Bela negara dalam hal ini mencakupi semangat merawat, melestarikan, dan bangga terhadap kekayaan batik sebagai kekayaan budaya bangsa. Implementasinya adalah perasaan penuh percaya dalam dalam menggenakan batik dalam berbagai kesempatan sebagai identitas bangsa.

Perkembangan Teknik Pembuatan Batik

Dalam hal teknik pembuatan batik tulis ada nilai-nilai kehidupan perbatikan itu sendiri. Nilai-nilai kehidupan tersebut sangat unik. Keunikan ini akan menciptakan manfaat (value) yang dicari pelanggan dan memberikan keuntungan untuk keberlangsungan. Nilai-nilai kebutuhan sosial, pengakuan, persahabatan, yang tersirat dan tersurat dalam pembuatan batik tulis adalah nilai yang tidak akan berubah dalam era Revolusi Industri 4.0. Nilai kehidupan yang tidak berubah ini sesuai dengan Kasali (2018).

Roap map perbatikan nusantara diawali dari jaman perkembangan batik terjadi pada masa kerajaan Mataram, kemudian pada masa kerajaan Solo dan Yogyakarta, jaman kemerdekaan dengan masing-masing kepemimpinan kepala negara dan ke depan dalam menghadapi resolusi industri 4.0. Batik merupakan seni menggambar di atas kain yang dibuat untuk pakaian kebudayaan keluarga raja-raja Indonesia zaman dulu. Awalnya batik dikerjakan hanya sebatas dalam kraton saja, namun karena banyak pengikut raja yang tinggal diluar kraton, maka batik dibawa keluar kraton dan dikerjakan ditempatnya masingmasing. Dalam perkembangannya pekerjaan batik ini ditiru oleh rakyat terdekat dan selanjutnya meluas menjadi pekerjaan kaum wanita dalam rumah tangganya untuk mengisi waktu luang (Khamzani, 2014). Kesenian batik menjadi milik bangsa Indonesia, khususnya Suku Jawa setelah akhir abad ke-18 atau awal abad ke-19.

Batik pada awalnya dibuat di atas kain putih yang dinamakan kain mori. Namun saat ini (era modern), batik yang sudah menjadikan kain tradisional Indonesia juga dibuat di atas bahan lain, seperti sutra, *polyester*, rayon, dan sintetis lainnya (Fasla, 2015). Bahan-bahan pewarna yang digunakan tediri dari tumbuh-tumbuhan asli Indonesia yang dibuat sendiri antara lain: pohon mengkudu, tinggi, soga, nila, dan bahan sodanya dari soda abu, serta garamnya dari tanah lumpur (Nurdalia, 2006).

Batik yang dihasilkan pada jaman dulu adalah batik tulis dan akan lestari sepanjang masa. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan Suryaningsum, dkk (2017). Selain batik tulis (yaitu batik yang motif batiknya dibentuk dengan tangan), kini juga ada batik cap. Batik cap dikenal sekitar setelah perang dunia pertama tahun 1920 di Ponorogo dan dibawa oleh seorang keturunan Tionghoa bernama Kwee Seng dari Banyumas. Daerah Ponorogo awal abad ke-20 terkenal dengan batik pewarnaan nila yang tidak luntur .



ISSN 0000-0000

Seiring berkembangnya zaman muncul pula batik-batik cetak mesin (*printing* atau menggunakan mesin cetak otomatis) batik *painting*, dan sablon (Herlinawati, 2012). Dilihat dari segi harganya, batik printing cenderung lebih murah daripada batik tulis dan cap karena proses produksinya yang lebih singkat dan mudah karena menggunakan mesin. Banyak orang menganggap batik *printing* bukanlah batik karena kain batik adalah membuat pola dengan menutup sebagian desain untuk memberi warna. Sedangkan pada batik printing, bagian utama itu tidak dilakukan. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan Suryaningsum, dkk (2017).

Teknik pembuatan batik juga dilakukan dengan cara mengecatkan langsung pewarna pada kain menggunakan kuas untuk membuat motif tertentu. Bahkan, ada beberapa orang yang mencoba melakukan cara membuat batik dengan menyemprotkan langsung tinta ke kain menggunakan alat yang disebut *air brush*. Motif yang dihasilkan adalah motif-motif pop dan kontemporer (Aprianto, 2017).

Pada 1817 batik mulai dikenal di Eropa seiring dengan terbitnya buku History of Java, karya Sir Thomas Stamford Raffles, Gubernur Inggris yang pernah bertugas di Jawa. Pada tahun 1873, seorang saudagar bernama Belanda Van Rijekevorsel menyumbangkan batik Jawa ke Museum Etnik di Rotterdam, yang didapatkannya saat berkunjung ke Tanah Jawa (Rachmawati, 2011). Namun risalah batik yang nisbi komplet baru bisa dibaca masyarakat dunia semenjak *De Batik-kunst In Nederlandsch-indie En Haar Geschiedenis* karya dua antropolog Belanda, GP Rouffaer dan HH Juynboll, terbit pada 1899.

Perkembangan Corak Batik

Motif-motif klasik batik ada nilai-nilai kehidupan perbatikan itu sendiri. Nilai-nilai kehidupan tersebut sangat unik. Keunikan ini akan menciptakan manfaat (*value*) yang dicari pelanggan dan memberikan keuntungan untuk keberlangsungan. Motif klasik akan tetap lestari disamping perkembangan motif lainnya yang berkembang sangat dinamis dan sangat memperkaya khasanah permotifan batik nusantara..

Corak batik nusantara sangat beragam, setiap daerah memiliki ciri khasnya masing-masing. Batik Yogyakarta dan Surakarta (Solo), punya ragam hias yang begitu klasik. Ada delapan motif batik larangan yang tak bisa sembarang digunakan, seperti motif parang rusak barong, parang rusak gendrek, parang rusak klithik, semen gedhe sawat grudha, semen gedhe sawat lor, udan riris, rujak senthe, dan parang-parangan yang bukan parang rusak. Lalu batik dari Madura, memiliki warna-warna yang berani sesuai dengan karakter orang-orang Madura yang berani dan tegas. Motif-motif batik Madura antara lain motif Tase Melaya (Tanjungbumi), Sekoh Bujel (Pamekasan), Gajar Sakereng (Tanjungbumi), Per Geper (Pamekasan), dan lainnya). berbeda lagi dengan batik dari tanah Priangan seperti Ciamis, Tasikmalaya dan Garut. Batik dari tanah Priangan dinilai sebagai simbol daya hidup dan keuletan. Motifnya yang memiliki ciri khas juga adalah Ciamis, punya batik motif Galuh Pakuan dan Pisan Bali. Sedangkan Tasikmalaya punya batik bermotif Merak Ngibing yang



ISSN 0000-0000

berwarna terang dan Cupat Manggu. Sedangkan Garut punya motif batik seperti Limar dan Rereng Dokter Seling Kembang.

Macam-macam batik digolongkan berdasarkan motif antara lain: Batik Belanda, Batik Rifa'iyah, Batik Keraton, Batik Jawa baru, Batik Jlamprang/batik Nitik, Batik terang bulan, Batik cap kombinasi tulis, Batik 3 negeri, Batik sogan pekalongan, Batik tribusana, Batik pangan/peta, Batik coletan, Batik kemodelan, Batik osdekan, Batik modern, Batik kotemporer, Batik cap, Batik Remukan, Batik Mega Mendung, Batik Sido Mukti dan Sido Mulyo, Motif Truntum, Batik Sogan, dan Batik Pagi Sore (Windyastuti, 2018). Selain itu, terdapat motif Batik pesisir yang terpengaruh dari luar, seperti para pedagang asing dan juga para penjajah. Ada juga batik yang memiliki warna-warna cerah seperti merah yang diserap dari pengaruh budaya Tionghoa dan bercorak phoneix.

Perkembangan Perbatikan dalam Revolusi Industri 4.0

Dari sisi perkembangan roap map perbatikan, ketika era digitalisasi, maka nilai-nilai perbatikan yang memiliki sisi nilai kehidupan tidak akan berubah, yang berubah adalah sisi dinamika pemasarannya. Dinamika e-commerce perbatikan yang akan berkembang ke arah platform digital batik. Semua pelaku usaha baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar membutuhkan sistem teknologi informasi yang harus dikelola dengan baik. Hal ini sesuai Suryaningsum dan Jogiyanto (2018) dan Lita Yulita dkk (2018). Melihat perjalanan dinamika perkembangan batik, dapat disimpulkan bahwa dalam dunia batik telah muncul fenomena meminjam istilah khasanah sosiologi 'glokalisasi,' yaitu perkawinan antara 'yang-global' dan 'yang-lokal' yang kemudian membentuk budaya batik kontemprer sebagai wujud budaya hibriditas global. Dengan perkembangannya desain baju batik semakin popular dan beragam, seperti baby doll, balon, kerut, dan lain-lain, batik juga terkenal di kalangan masyarakat dunia. Batik telah menjelajah hingga ke Eropa, Australia, Asia, Afrika, dan Amerika.

Dalam hal pendekatan pfatfom digital, ada hal yang tidak harus berubah, dalam nilai-nilai perbatikan yang tidak berubah ini adalah nilai kehidupan perbatikan itu sendiri. Nilai-nilai tersebut adalah adalah keunikan. Keunikan ini akan menciptakan manfaat (value) yang dicari pelanggan dan memberikan keuntungan untuk keberlangsungan. Nilai-nilai yang terkandung dalam perbatikan, yaitu kebutuhan sosial, kenyamanan, persahabatan tidak akan berubah. Namun, peralatan dalam hal pengelolaan pemasaran perbatikan akan berubah.

Perubahan ini sejalan dengan bisnis yang akan berkembang yaitu akan berubah ke platform digital. Mengintegrasikan semua chanel yang saling berkaitan satu sama lain. Misalnya di dalam website dicantumkan link sosial media dan youtube, pun sebaliknya di sosial media dan youtube mencantumkan link ke website, atau sosial media ke youtube. Termasuk ada kontak, email, fitur chat, dm dll itu semua harus terintegrasi dan bisa dipilih.

Omnichannel adalah model bisnis lintas channel yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan kenyamanan dan kemudahan pengalaman pelanggan mereka. Pelanggan dari



ISSN 0000-0000

perusahaan yang mempraktikkan omnichannel dapat melakukan belanja dengan menggunakan berbagai channel sekaligus baik online maupun offline. Misalnya pelanggan melakukan *browsing* barang belanja di website di pagi hari, berhenti sebentar untuk bekerja, lalu melakukan pembelanjaan menggunakan applikasi di handphone saat makan siang, kemudian bisa mengambil barang belanjaannya di toko setelah selesai pekerjaannya. Jika ternyata tidak sesuai ukurannya, maka pelanggan juga bisa mengembalikan barang yang dibelinya secara online di toko dan menukarnya dengan ukuran yang lebih pas. Di dalam omnichannel, seluruh channel pemasaran dan sales terintegrasi menjadi satu tanpa terputus sama sekali. Kebiasaan shopping masih terus ada karena sebagian orang suka berbelanja langsung. Suatu ketika konsumen melihat akun instagram toko offline, dia tertarik dan melihat-lihat produk, saat ingin membeli dia memutuskan untuk datang ke alamat toko yang tertera. Ini yang dimaksud bahwa omnichannel bisa menggabungkan kedua platform online dan offline. Bisa membawa customer online datang ke showroom atau toko online, dan sebaliknya yang datang offline bisa jadi tahu channel online.

Kebiasaan masyarakat yang lekat dengan sosial media menjadi dasar terbentuknya platform bisnis model ini era omnichannel. Merancang dengan tepat dan memaksimalkan semua channel digital serta paham benar siapa customer sehingga bisa memaksimalkan peran teknologi yang dipilih dalam pemasaran. Dinamika *e-commerce* perbatikan dengan teknik onnichannel merupakan pilihan teknik yang bagus dalam platform digital batik.

KESIMPULAN

Batik merupakan kerajinan warisan budaya yang memiliki nilai seni yang tinggi. Road map perbatikan dalam konteks Perkembangan batik dari era Presiden Soekarno hingga Presiden Jokowi terus berkembang dengan banyaknya dukungan pengukuhan dan pelestarian kesenian batik hingga saat ini dapat menghasilkan motif-motif baru yang sesuai dengan perubahan zaman. ini adalah menekankan unsur semangat mencintai batik, merawat, dan melestarikan batik. Road map perbatikan dalam konteks ini adalah menekankan unsur semangat mencintai batik, merawat, dan melestarikan batik serta bangga sebagai identitas bangsa yang erat kaitannya dengan semangat bela negara.

Batik dibuat dengan menggambar di atas kain dengan pola-pola tertentu. Dalam perkembangannya batik mengalami beberapa perubahan antara lain: motif, bahan, teknik dan desainnya. Perkembangan teknik pembuatan batik menghasilkan beberapa macam, motif dan desain batik.

Dalam hal teknik pembuatan batik tulis dan motif-motif klasik batik ada nilai-nilai kehidupan perbatikan itu sendiri. Nilai-nilai kehidupan tersebut sangat unik. Keunikan ini akan menciptakan manfaat (value) yang dicari pelanggan dan memberikan keuntungan untuk keberlangsungan. Nilai-nilai kebutuhan sosial, pengakuan, persahabatan, yang tersirat dan tersurat dalam pembuatan batik tulis adalah nilai yang tidak akan berubah dalam era Revolusi Industri 4.0.



ISSN 0000-0000

Dari sisi perkembangan roap map perbatikan, ketika era digitalisasi, maka nilai-nilai perbatikan yang memiliki sisi nilai kehidupan tidak akan berubah, yang berubah adalah sisi dinamika pemasarannya. Dinamika *e-commerce* perbatikan dengan teknik onnichannel merupakan teknik yang bagus dalam platform digital batik.

SARAN

Dengan perkembangan dunia industri pada masa ini perbatikan nusantara memerlukan roadmap sebagai strategi yang dapat dilakukan oleh semua pihak. Road map ini menggambarkan tahap demi tahap perkembangan batik tulis pada era kepemimpinan kepala negara dan perlu dikembangkan lebih lanjut dalam tahun-tahun mendatang. Dengan berbasis road map perbatikan nusantara maka bisa dibuat strategi bela negara yang tepat.

Road map perbatikan nusantara menjadi dasar dalam hal menampilkan sisi-sisi kehidupan perbatikan nusantara yang unik dalam hal teknik pembuatan batik tulis dan motif-motif klasik akan menjadi daya jual yang tinggi di era Revolusi Industri 4.0. Keunikan ini akan menciptakan manfaat (value) yang dicari pelanggan dan memberikan keuntungan untuk keberlangsungan. Nilai-nilai kebutuhan sosial, pengakuan, persahabatan, yang tersirat dan tersurat dalam pembuatan batik tulis adalah nilai yang tidak akan berubah dalam era Revolusi Industri 4.0.

Road perbatikan nusantara menjadi dasar bagi langkah pengenalan teknologi informasi berbasis omni channel untuk mengintegrasikan seluruh kegiatan pemasaran batik tulis nusantara.

KONTRIBUSI PENULIS

Kontributor utama dalam artikel ini adalah Sri Suryaningsum. Kontributor anggota dari artikel ini adalah Moch. Irhas Effendi, Rakyan Widhowati Tanjung, Raden Hendri Gusaptono, Sri Luna Murdianingrum, dan Alifa Nida Maharani.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini merupakan hasil penelitian yang didanai oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Aprianto, F. D. (2017). Pohon Kelapa Sebagai Ide Pembuatan Motif Batik untuk Kemeja Pria Dewasa. *Pend. Seni Kerajinan-S1 (e-Craft)*, (1), 240–251.

Bayu Galih, Kompas.com dengan judul "2 Oktober 2009, UNESCO Akui Batik sebagai Warisan Dunia dari Indonesia", https://nasional.kompas.com/read/2017/10/02/08144021/2-

oktober-2009-unesco-akui-batik-sebagai-warisan-dunia-dari-indonesia

Fasla, N. N. (2015). Buku Visual Batik Jetisan Sidoarjo. Prodi Desain Komunikasi Visual,

- Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jatim, 2, 2010–2015.
- Herlinawati, L. (2012). BATIK CIAMISAN DI IMBANAGARA KABUPATEN CIAMIS (Sebuah Kajian Nilai Budaya). *Patanjala: Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya, 4*(3), 446–466.
- Kadin Indonesia. Rekomendasi Kadin Indonesia. Visi 2030 & Roadmap 2010 Industri Nasional Kadin Indonesia. Maret 2007. www.kadin-indonesia.or.id
- Kasali, Rhenald. 2018. The Great Shifting. Gramedia Pustaka Utama.
- Khamzani, D. N. (2014). Batik Center di Kota Solo Dengan Penakanan Desain Arsitektur Vernakular. *Journal of Architecture*, *3*(1), 8–15.
- Krismawati, N. U. (2015). *Batik Pring: Sejarah Perkembangan Batik Modern Desa Sidomukti Tahun 2002-2015 Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan.* 41–56.
- Lita Yulita Fitriyani, Sutoyo , Sri Suryaningsum and Vivin Marlita Rohmawati, 2018. The Influence of Information Asymmetry, Independent Commissioner Board, Audit Committee, Managerial Ownership and Firm Size on Earnings Management. *Journal of Engineering and Applied Sciences, 13: 8148-*
 - *8152.***DOI:** <u>10.36478/jeasci.2018.8148.8152</u>**URL:** <u>http://medwelljournals.com/abstract/?</u> doi=jeasci.2018.8148.8152
- Nurdalia, I. (2006). Kajian dan analisis peluang penerapan produksi bersih pada usaha kecil batik cap (studi kasus pada tiga usaha industri kecil batik cap di pekalongan). *Program Magister Ilmu Lingkungan Program Pascasarjana Universitas Diponegoro*, 1–143.
- Parmono, K. (2013). Nilai kearifan lokal dalam batik tradisional. Jurnal Filsafat.
- Prasetyo, A., & Singgih. (2016). Karakteristik Motif Batik Kendal Interpretasi dari Wilayah dan Letak Geografis. *Imajinasi: Jurnal Seni, 10*(1), 51–60.
- Rachmawati, S. (2011). Strategi Peningkatan Usaha Kecil Menengah Melalui Inovasi dan Teknologi di Perdagangan Internasional (Studi kasus: UKM Batik di Indonesia). *SNIT*, 1–13.
- Satya, V. E. (2018). STRATEGI INDONESIA MENGHADAPI. INFO Singkat, 10.
- Schwab, K. (2016). The Fourth Industrial Revolution. Geneva: World Economic Forum.
- Suprihatin, S. E. & Purwoko, Z. S. (2018). *Statistik Daerah Kota Yogyakarta 2018.* Yogyakarta: BPS Kota Yogyakarta.
- Suryaningsum, S. (2017). *Batik Tulis untuk Wisata dan Perekonomian*. from http://www.lintasmedika.com/2017/05/batik-tulis-untuk-wisata-dan-perekonomian/
- Suryaningsum, S. (2017). *Empat Jenis Motif Batik Pilihan Kahiyang Ayu.* from http://www.lintasmedika.com/2017/12/empat-jenis-motif-batik-pilihan-kahiyang-ayu/
- Suryaningsum, S. (2017). *Peningkatan Kesejahteraan dengan Batik* from http://www.lintasmedika.com/2017/05/peningkatan-kesejahteraan-dengan-batik/
- Suryaningsum, S. (2017). *Perbatikan Nusantara 1.* from http://www.lintasmedika.com/2017/07/perbatikan-nusantara-1/



ISSN 0000-0000

- Suryaningsum, S. (2018). *Makna di Balik Motif Batik Wayang.* from http://www.lintasmedika.com/2018/01/makna-dibalik-motif-batik-wayang/
- Suryaningsum, S. (2018). *Motif Batik Jokowi Kapal Karam dan Gunungan.* from http://www.lintasmedika.com/2018/01/motif-batik-jokowi-kapal-karam-dan-gunungan/
- Suryaningsum, S., Effendi, I. M. & Gusaptono, H. R. (2016). Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pertamina Terhadap Perbatikan.
- Suryaningsum, S., Gusaptono, H., R., Murdianingrum, L., S., Maharani, N., A., & Tanjung, W., R. (2019). Prosiding ISER. Analysis of Kendal Batik Development. *ISER-658th*.
- Suryaningsum, S., Gusaptono, H., R., Murdianingrum, L., S., Wulan, S., M., A., P., N., & Tanjung, W., R. (2019). *Jurnal Riset Daerah Bantul*. Analisis Perkembangan Batik Bantul.
- Suryaningsum, S., Gusaptono, H., R., Murdianingrum, L., S., Wulan, S., M., A., P., N., & Tanjung, W., R. (2019). *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*. SWOT Analysis Development of Batik Bantul.
- <u>Suryaningsum, Sri. dkk . 2019.</u> *Analysis of Kendal Batik Development.* <u>Jurnal Internasional.</u>

 ISER-658th International Conference on Economic and Business Research (ICEBR-2019).
- Sri Suryaningsum and Jogiyanto Hartono. 2018. Evidence of a Shift in the Accrual Earnings Management at Asian Countries. *Journal of Engineering and Applied Sciences*. Volume 13. Issue 10 SI. Page 8136-8141. DOI1036478/jeasci.2018.8141. http://medwelljournals.com/abstract/?doi+jeasci.2018.8136.8141.
- Tocharman, M. (2009). *Eksperimen Zat Pewarna Alami dari Bahan Tumbuhan yang Ramah Lingkungan Sebagai Alternatif untuk Pewarnaan Kain Batik,* Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Trapsiladi, P. (2019). *Sejarah BBKB.* from https://bbkb.kemenperin.go.id/index.php/post/read/sejarah_bbkb_0
- Yulianto, A., Hakim, L., Purwaningsih, I. & Pravitasari, A. V. (2009). Pengolahan Limbah Cair Industri Batik pada Skala Laboratorium dengan Menggunakan Metode Elektrokoagulasi. Jurnal Teknologi Lingkungan, 5(1), 11.
- Suyikno, E., Bain, B., & Suharso, R. (2016). Perkembangan Kerajinan Batik Tradisional di Desa Bakaran Kecamatan Juwana Kabupaten Pati Tahun 1977-2002. *Journal of Indonesian History, 5(1), 5*(1), 18–25.
- Windyastuti, B. (2018). IKON BUDAYA BETAWI PADA KAIN PANJANG. Jurnal Karya Seni, 1-15.

Roadmap Perbatikan Nusantara Dalam Revolusi Industri 4.0

ORIGINALITY REPORT

SIMILARITY INDEX

INTERNET SOURCES

PUBLICATIONS

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

1%



★ www.harianbhirawa.co.id

Internet Source

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2 words

Exclude bibliography