



ABSTRAK

Perkembangan Batik terus melaju secara cepat setelah ditetapkan oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi. Pada tahun 2017, ekspor batik dari Indonesia mencapai \$58,46 juta. Seiring dengan semakin dikenalnya Batik di berbagai wilayah ini, mendorong para pengusaha Batik untuk meningkatkan produksi dan memberikan inovasi yang berbeda. Salah satu dari inovasi tersebut adalah adanya pengembangan sistem desain motif Batik Cap secara *digital* yang kemudian diintegrasikan dengan mesin CNC untuk proses produksinya. Pengembangan desain ini memberikan kesempatan kepada konsumen untuk membuat desain motif Batiknya sendiri secara *custom* sesuai dengan yang diinginkan. Pengembangan desain tersebut terdapat beberapa kekurangan, salah satunya adalah motif-motif yang digunakan langsung disimpan pada pemrograman desain, sehingga membuat program lebih lambat dan tidak fleksibel dalam menyunting motif. Hal ini mendorong adanya pengembangan untuk membuat *database* motif serta mengintegrasikannya dengan sistem desain yang sudah ada. Selain itu, belum adanya proses penjualan produk ini secara jelas dan tepat mendorong adanya penelitian ini untuk mencari tahu *e-commerce* yang tepat untuk memasarkan produk ini. Kemudian dilakukan juga peninjauan preferensi konsumen terhadap produk batik *custom* ini dibandingkan dengan sistem produksi batik yang sudah ada.

Penelitian ini berupa eksperimen pembuatan *database* yang didalamnya berisikan motif-motif yang akan digunakan dalam mendesain. Kemudian dilakukan penetrasi produk ke dalam *e-commerce* populer di Indonesia untuk menentukan *e-commerce* yang tepat sesuai dengan sistem batik ini. Dalam menentukan preferensi konsumen terhadap produk Batik *custom* dilakukan menggunakan AHP dengan responden 30 konsumen yang kemudian dicari jawaban dominan untuk melakukan perhitungannya. Kriteria yang digunakan yaitu corak atau ornamen motif, sistem produksi kain batik, kompleksitas motif, pilihan warna kain, dan *platform* penjualan.

Hasil penelitian menunjukkan *e-commerce* yang tepat yaitu Bukalapak dan Tokopedia karena keduanya memiliki fitur untuk produk *pre-order* yang tidak memiliki batasan jumlah maksimal produk. Kemudian preferensi konsumen lebih cenderung memilih Sistem Batik Cap Tradisional dibandingkan Sistem Batik Cap *Custom* dengan bobot sebesar 0,612. Sedangkan kriteria yang paling utama konsumen dalam melakukan pertimbangan pembelian produk Batik adalah corak atau ornamen motif dengan bobot sebesar 0,48.

Kata Kunci : Batik, Sistem Desain Motif *Digital*, Pemasaran *Online*, *E-commerce*, Preferensi Konsumen, Prioritas Kriteria.



ABSTRACT

The development of Batik continues to advance rapidly after being recognized by UNESCO as a Masterpiece of Oral and Intangible Heritage of Humanity. In 2017, exports for Batik from Indonesia was totaled \$58,46 million. As the increasing recognition of Batik in various regions, it encourages Batik entrepreneurs to increase production and provide different innovations. One of these innovations is the development of a digital design system for motif Batik Cap which is integrated with a CNC machine for the production process. This design development provides an opportunity for customers to create their own custom designs for motif Batik motif as they desired. The design development has several shortcomings, one of which is that the motifs used are stored directly in the design programming, thus making the program slower and inflexible in editing motifs. This encourages to give a development to create database of motifs and integrate them with existing system designs. Other than that, there aren't an obvious sales process for this product prompted this research to find out the right e-commerce to market this product. Also, conducted a review of customer preferences for this custom batik product compared to the existing batik production system.

This research is an experiment making a database that contains motifs to be used in designing Batik. Then the products penetrated into popular e-commerce in Indonesia to carried out in determining the right e-commerce according to this Batik system. To determine customer preferences for custom Batik products, AHP is used with 30 respondents who are then searched for the dominant answer to do the calculation. The criteria used are pattern or motif ornament, batik cloth production system, motif complexity, choice of fabric color, and sales platform.

The results show that the right e-commerce is Bukalapak and Tokopedia because both have features for pre-order products that do not have a maximum number of products. Then the consumer preferences are more likely to choose the Traditional Stamp Batik System than the Custom Stamp Batik System with a weight of 0.612. Meanwhile, the most important criterion for customers to consider purchasing Batik products is the pattern or motif ornament with a weight of 0.48.

Keywords : Batik, Digital Design Motif System, Online Marketing, E-commerce, Customer Preferences, Criteria Priorities.