AL-DYAS
Jurnal Inovasi dan Pengabdian kepada Masyarakat

p-ISSN : 2964-4992
e-ISSN : 2964-4984

Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/aldyas.v3i1.2354

INOVASI PRODUK DAN KREATIVITAS DALAM PENGEMBANGAN UMKM KESENIAN BATIK MANGGUR DI TRIWUNG KIDUL

Product Innovation and Creativity in the Development of Artistic Batik MSMEs in Triwung Kidul

Sulfi Uhriyah[1], Sylvia Agustin[2], Mohammad Arifin[3]
STAI Muhammadiyah Probolinggo
sulfiuhriyah807@gmail.com; sylviaagustin765@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Dec 2, 2023	Dec 10, 2023	Dec 15, 2023	Dec 19, 2023

Abstract

Product Innovation and Creativity in developing Manggur batik art MSMEs in Triwung Kidul sub-district is an effort carried out by the owner of Manggur Batik MSMEs, namely Mrs. Malikha. The formulation of the research problem is how innovation and creativity of Maggur Batik products can develop batik art in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), namely by combining the results of local products and modern products so that this makes consumers interested in the products produced. by batik manggur and prioritizes product quality in terms of the raw materials used in the production process. This research aims to determine product innovation and creativity in developing arts MSMEs in Batik Manggur in Triwung Kidul sub-district. In this research, researchers hope that there will be many practical and theoretical benefits that will help in implementing new innovations and creativity in batik arts MSMEs. This research uses qualitative descriptive research with a purposive area approach as a technique for determining the location. in this case the research uses purposive sampling in batik product innovation and creativity. Purposive sampling was used in this research to determine the innovation and creativity of batik products. This kind of descriptive qualitative research uses a purposive area method for determining location.

Keywords: *Innovation, Products, Creativity, MSMEs, Batik Art*

Jurnal Al-DYAS is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: Inovasi Produk dan Kreativitas dalam pengembagan UMKM kesenian batik manggur di kelurahan triwung kidul merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh pemilik UMKM Batik Manggur yaitu ibu Malikha. Adapun rumusan masalah penelitian ini yaitu Bagimana inovasi dan kreativitas produk Batik Maggur dalam mengembangkan kesenian batiknya pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) yaitu dengan cara mengkombinasi hasil – hasil produk lokal dan produk modern sehingga hal tersebut membuat tertarik para konsumen terhadap produk –produk yang dihasilkan oleh batik manggur serta mengutamakan kualitas produk dari segi bahan baku yang digunakan dalam proses produksinya. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui inovasi produk dan krativitasnya dalam mengembangkan UMKM kesenian pada Batik manggur di kelurahan triwung kidul. Dalam penelitian ini peneliti berharap banyak manfaat yang diambil baik secara praktis dan teoritis yang akan membantu dalam menerapakan inovasi – inovasi baru dan kreativitas dalam UMKM kesenian batik. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan purposive area sebagai teknik penentuan lokasinya. dalam hal ini penelitian yang menggunakan purposive sampling dalam inovasi dan kreativitas produk batik. Purposive sampling digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui inovasi dan kreativitas produk batik. Penelitian kualitatif deskriptif semacam ini menggunakan metode purposive area untuk penentuan lokasi.

Kata Kunci : Inovasi, Produk, Kerativitas, UMKM, Kesenian Batik

PENDAHULUAN

Teknologi memberikan kemajuan yang positif kepada para pebisnis ekonomi. Melalui teknologi, suatu produk yang disebut langka diakenakan semakin banyaknya permintaan produk tersebut (Sarunggu et al., 2018). Teknologi merupakan alat yang digunakan setiap orang untuk berinovasi, yang mana teknologi dapat memberikan produk-produk alternative agar kebutuhan dapat produk dapat memenuhi syarat, baik dalam bentuk jasa ataupun barang (Ramadhani, 2021).

Zaman yang sudah berubah, menjadi sebab gaya hidup yang semakin modern, perubahan tersebut juga berdampak pada sektor ekonomi, seperti distribusi, pola produksi, dan masyarakat yang menginginkan perubahan konsumsi sesuai dengan keinginannya (Polnaya, 2015). Seperti yang kita ketahui bahwasannya kegiatan ekonomi saat ini lebih efisien dan lebih mudah dengan adanya ilmu pengetahuan dan tekhnologi dalam kegiatan ekonomi (Listiyaningrum et al., 2020). Akhir – akhir ini, bayak kita temukan dalam pengelolaan bahan baku yang dipadukan dengan inovasi –inovasi baru yang didapat melalui teknologi dan informasi yang menjadi salah satu penyebab nilai jual tinggi disebut dengan kreativitas dalam ekonomi (Tjahjaningsih, 2022). Industri kreatif dapat berkembang dan memberikan inovasi baru bagi para sector ekonomi maupun dalam pembangunan negara ini. Kreativitas dalam mengembangkan inovasi –inovasi baru harus terus dikembangkan dengan bantuan

pemerintah dan para cendekiawan mapun pelaku – pelaku usaha yang memiliki kekreativan (Olifia Putri Adeliani, Efni Anita, 2023).

Persaingan globa setiap daerah selalu dituntut untuk menghasilkan output yang efesien, supaya dapat tetap bertahan dalam eksistensi unggulannya (Yatima El Isma Nasharuddin, 2017). Output yang efisien dapat memicu pemikiran yang kreatif dan pada akhirnya dapat memunculkan ide-ide yang kreatif dan inovatif. Kekreatifan ekonomi yang identik dengan industri kreatif, yang ada saat ini dianggap mampu memberikan kontribusi yang sangat signifikan bagi perekonomian daerah (Sunarjo et al., 2019). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan (Numat et al., 2022). Sektor industri kreatif dianggap mampu dan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat (Nayuni, 2021).

Indonesia bukan hanya dikenal dengan keragaman budaya dan bahasanya saja, tetapi Indonesia dikenal dengan beragam produk kerajinannya juga salah satunya dalam membatik (Wulansari et al., 2020). Indonesia sangat dikenal dengan hasil kerajinan batiknya, sebagian besar batik Indonesia sudah banyak tercatat di lembaga – lembaga internasinal, diantaranya batik Yogyakarta, batik pekalongan, batik, solo, batik Madura batik banten, batik jawa, batik magetan, batik jawa tengah, batik Cirebon dan batik tasikmalaya (Raya, 2021). Batik ditetapkan sebagai warisan dunia yang asli dari Indonesia UNESCO pada tanggal 2 Oktober 2009 dan tanggal tersebut diperingati sebagai Hari Batik Nasional. Diterapkannya pada tanggal 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional, hampir seluruh daerah di Indonesia berlomba - lomba untuk mengembangakan inovasi dan kreativitas batiknya melalui motif batik, produk batik yang bervariasi serta proses dalam pembuatan batik itu sendiri.

Salah satu kota di Jawa Timur yang ikut serta dalam penciptaan beberapa karya seni batik adalah Probolinggo. (Novitasari & Ratyaningrum, 2016). Salah satunya adalah UMKM Batik Manggur milik Siti Malikha yang berlokasi di Kelurahan Triwung Kidul, Kecamatan Kademangan, Kota Probolinggo, Jl. Kyai Haji Sulthon Dusun Subur. Ia adalah satu perajin batik dan pemilik perusahaan di Probolinggo, Siti Malikha dikenal dengan desain khas "Manggur" (Mangga Anggur) pada kreasi batiknya.

Batik Manggur yang identik dengan motif Mangga dan Anggur (Manggur) yiatu batik tradisional asal Kota Probolinggo. Identitas Kota Bayuangga diwujudkan dengan tema

Mangga dan Anggur (Bayu = Angin, Anggur, Mangga). Pada tahun 1883, sebuah pameran unik Batik Probolinggo yang mencakup 150 jenis motif berbeda berlangsung di Amsterdam, Belanda, memperingati dimulainya sejarah Batik Manggur. Sebagai pionir, Batik Manggur memiliki ciri khas karena bahan dan hiasan yang digunakan menghasilkan batik berkualitas tinggi. Kekhasan produk ini berasal dari warna organik yang berasal dari pepohonan di dekatnya. Jadi, keunggulannya tidak bisa dipungkiri. (Singgih, 2016).

Tidak diketahui secara pasti sejarah perkembangan batik di Probolinggo. Diperkirakan ada sekitar tahun 1883, dimana pada hal ini diperingati oleh adanya pertunjukan Batik Probolinggo yang menampilkan 150 tema batik di Amsterdam, Belanda. Namun, sekitar tahun 2008, sejumlah produsen batik kembali membuka usahanya. Dengan meningkatnya jumlah masyarakat yang menggunakan kain batik, sehigga semakin besar pula peluang usaha di sektor industri batik baik bagi masyarakat umum maupun instansi pemerintah (Jayanti Mandasari et al., 2019). Oleh karena itu, para pengusaha kecil dan menengah di Probolinggo banyak yang berminat untuk memasuki industri batik.

Masyarakat di kota probolinggo khusunya di kelurah triwung kidul diberikan kesempatan untuk mengasah kemampuan seninya dengan menginovasikan bakatanya dalam pembuatan batik canting, batik tulis, eco print dan lain sebagainya. Sehingga cukup banyak masyarakat setempat yang berminat untuk belajar membatik. Adanya program pelatihan program pelatihan yang diselenggarakan oleh pemilik batik manggur, dan beberapa program pelatihan lainnya yang diselenggarakan oleh batik manggur yang berkerja sama dengan lembaga pendidikan mulai dari taman kanak – kanak hingga perguruan tinggi.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa pengerajin batik menginovasikan kreativiatsnya melalui kombinasi – kombinasi yang menjadi ciri khas batik manggur sendiri dengan kombinasi batik jawa lainnya sehingga inovasi tersebut dapat menarik perhatian konsumen untuk membelinya.

METODE

Penelitian ini menggunkan penelitian deskriptif kualitatif yang dijelaskan peneliti menggunakan kalimat yang disampaikan subjek pada penelitian. Metode ini menggunakan lokasi penentuan yang ditetapkan oleh peneliti yang menggunkan metode purposive area, dimana peneliti memilih tempat yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Lokasi pada penenlitian ini peneliti terapkan pada Kerajinan Batik Manggur yang berada di Kelurahan

Triwung Kidul, Kecamatan Kademangan, Kota Probolinggo. Metode penentuan informan penelitian menggunakan metode purposive sampling dimana metode ini merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik kerajianan bati manggur. Sumber dan jenis data berupa data primer dan data sekunder. Data primernya adalah data yang didapat langsung dari subjek atau pemilik kerajinan batik manggur, melalui wawancara peneliti kepada subjek/narasumber yang berhubungan dengan inovasi dan kreativitas dalam mengembangkan produk UMKM Batik Manggur, seperti data motif – motif yang menjadi kombinasi di Batik Manggur, harga pada setiap motif dengan kualitas bahan batik yang berbeda, pelayanan kepada konsumen dan strategi pemasaran dalam pengembangan usaha Batik Manggur di Kelurahan Triwung Kidul, Kecamatan Kademangan, Kota Probolinggo, promosi – promosi yang di adakan sedangkan data sekunder penelitian ini berupa dokumen-dokumen.

Pengumpulan data digunakannya metode dokumentasi dan wawancara. Dokumentasi berupakan data sudah tertera ataupun dokumen yang berhubungan dengan motif – motif kombinasi sebagai inovasi dan kreativitas dalam UMKM Batik Manggur. Metode wawancara dilakukan peneliti terhadap pemilik krajinan batik manggur untuk mendapatkan informasi terkait inovasi – inovasi baru yang dilakukan Batik Manggur, selain wawancara dengan pemilik batik manggur peneliti juga melakukan wawancara terhadap informan tambahan yang merupakan anak dari pemilik batik manggur. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan, dapat diketahui bahwa inovasi produk dan kreativitas dalam pengembangan UMKM kesenian batik manggur di triwung kidul, yang awalanya hanya menggunakan batik tulis yang diberimotif mangga dan anggur yang menjadi ikon kota probolinggo, hingga diinovasikan melalui kombinasi ikon Jawa Timur yang bermotif bunga teratai putih dan ayam berkisar, dimana bunga teratai putih melambangkan jiwa seorang wanita yang cantik dan ulet atau kreatif. Penjelasan ini disesuaikan dengan yang diungkapkan oleh pemilik UMKM Batik Manggur kelurah triwung kidul mengatakan

> *"Masyarakat probolinggo biasanya sering menyebut Batik Probolinggo dengan sebutan Batik Manggur, yaitu batik tulis yang bermotif mangga dan anggur yang merupakan ikon kota Probolinggo yang saat ini dapat dikombinasikan dengan motif ikon Jawa Timur yaitu bunga teratai putih dan*

ayam bekisar, yang melambangkan melambangkan jiwa seorang wanita yang cantik dan ulet atau kreatif."

Berdasarkan pernyataan pemilik Batik Manggur Kelurahan Pilang dapat diketahui bahwa, awalnya batik khas probolinggo hanya dikenal dengan batik tulisan yang bermotif manga dan anggur. Tetapi seiring berjalannya waktu Batik Manggur menghadirkan inovasi baru dalam menciptakan produk barunya yaitu batik mangga dan anggur yang digabung dengan ikon jawa timur yaitu bunga teratai putih dana yam bekisar. UMKM Batik Manggur memprioritaskan kualitas produk yang dihasilkannya, mulai dari bahan baku seperti pewarna maupun kain yang mempunyai kualitas nilai dan harga yang berbeda. Harga yang dibutuhkan untuk menghasilkan sejumlah produk dan pelayanan yang maksimal. Penetapan harga yang tepat dan kompetitif akan berdampak besar terhadap keberhasilan UMKM Batik Manggur. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh pemilik batik manggur yang menyatakan :

"Dalam menentukan harga produk batik yang terjangkau, penetapan harga disesuaikan dengantingkat kesulitan saat membatik, baik dari segi kualitas produk atau daya beli konsumennya. Untuk menetapkan harga batik yang terjangkau, saya membandingkan dengan harga jual produk pesaing batik yang sejenis."

Berdasarkan pernyataan tersebut bisa diketahui bahwa dalam menentukan harga satuan produk UMKM Batik Maggur Kelurahan Triwung Kidul juga melihat dari tingkat kesulitan dalam membatik, harga bahan baku, kualitas produk, kapasitas belanja konsumen, dan harga produk pesaing yang sejenis. Pernyataan dari pemilik Batik Manggur juga didukung oleh anaknya yang menyatakan :

"Harga jual produk kami ditentukan dari harga bahan baku yang kita beli untuk batik selain itu harga yang kami tentukan melihat harga pasar yang sama menjual produk batik, hal tersebut kami lakukan agar produk yang kami jual tidak kalah saing dengan produk-produk lain yang sama menjual batik agar dapat sesuai dengan daya beli konsumennya."

Berdasarkan pernyataan diatas menjelaskan bahwa inovasi produk dan kreativitas dalam mengembangkan UMKM kesenian batik manggur di kelurahan triwung kidul sangat berpengaruh pada kualitas dan harga – harga yang telah ditentukan sesuai dengan harga pasar, sehingga banyak konsumen yang tertarik pada produk batik manggur, terutama dikalangan masyarakat yang menengah kebawah mereka akan lebih memilih harga yang terjangkau sesuai dengan kebutuhannya. Hal tersebut mampu meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk-produk buatan UMKM Batik Manggur kelurahan triwung kidul.

Berdasarkan data yang dikumpulkan, diketahui bahwa UMKM Batik Manggur kelurahan triwung kidul selalu berusaha untuk meningkatkan inovasi produk dan kreativitasnya dalam pengembangan UMKM kesenian batik manggur di kelurahan triwung kidul. Bukan hanya itu saja Kreativitas yang dibuat oleh batik manggur di iklankan dan di promosikan pada situs webnya dan situs – situs lainnya yang dimiliki batik manggur. Di dalam situs webnya batik manggur juga terdapat sejarah –sejarah batik manggur. Oleh karena itu iklan dan promosi dapat dikenal lebih luas oleh konsumen. Hal tersebut sesuai yang diungkapkan pemilik Batik Manggur yang mengatakan :

> *"Promosi–promosi kami banyak menggunkan media social internet yaitu Situs jejaring social mulai dari facebook, ig, whatsApp hingga situs web."*

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa dalam mempromosikan produk Batik Manggur yang melalui situs jejaring social facebook, ig, whatsapp hingga situs web lainnya. Pernyataan ini didukung oleh anak pemilik batik manggur yang mengatakan :

> *"Awalnya ibu saya mencoba memanfaatkan waktu luangnya sebagai ibu rumah tangga untuk membuat border dan menjahit. Dari kegigihannyalah yang memberinya kepercayaan diri untuk menerima bordiran dan menjahit. Beliau mempromosikan jahitannya dalam situs jejaring sosial whatsapp dan masyarakat lingkungan sekitar, selain itu ibu saya juga sering ikut pameran – pameran yang ada di kota probolinggo untuk mempromosikan hasil produknya."*

Berdasarkan pernyataan diatas dapat diketahui bahwa UMKM Batik Manggur kelurahan triwung kidul menggunakan strategi promosi yang cukup sederhana. Selain dengan cara mempromosikan melalui pameran – pameran yang diadakan di kota probolinggo, produk Batik Manggur juga di promosikan melalui media social whatsapp, promodi yang melalui internet selain muga juga sangat efektif dalam membantu memperkenalkan kepada masyarakat.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan di UMKM batik Manggur kelurahan triwung kidul peneliti menentukan bahwa inovasi produk dan kreatifitas dalam mengembangkan UMKM kesenian batik manggur di kelurahan triwung kidul yaitu berinovasi pada kolaborasi motif batik mangga dan anggur dengan motif ikon jawa timur bunga teratai putih dan ayam berkisar. UMKM Batik Manggur kelurahan triwung kidul juga berusaha

dalam memaksimalkan produk yang berkualitas, inovasi –inovasi baru dalam pembuatan corak khas batik , harga yang mempunyai daya saing, dan mempromosikan produk sebaik mungkin. Keadaan ini menunjukkan bahwa inovasi produk, kreativitas, harga dan cara mempromosikan produk dilakukan pemilik UMKM Batik Manggur yang bertujuan untuk mengajak konsumen supaya membeli barang produksi.

Menghasilkan barang dan jasa yang tetap menjaga mutu dan inovasi produk batik menjadi salah satu tujuan UMKM Batik Manggur dalam mengembangkan usahanya. Kualitas produk yang selama ini mereka jaga akan memberikan hasil yang positif yang berdampak kepada kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap produk-produk yang hasilkan oleh UMKM batik manggur. Dalam meningkatkan produk batik, Batik Manggur menambahkan variasi pada motif – motif batiknya dan kualitas bahan baku yang dipihnya dilakukan agar omset penjualan semakin bertambah. Menentukan warna dan motif, UMKM Batik manggur biasanya menggunakan bahan yang alami. Hal ini dilakukan untuk mengutamakan kualitas produk yang dihasilkan dan menjadikan daya tarik bagi konsumen.

UMKM Batik Manggur juga mencoba memproduksi batik dengan mengkombinasikan dengan motif local dan motif modern. Pelayanan yang diberikan terhadap konsumen yang ingin membeli produknya Batik Manggur memberikan dan menjelaskan bebrapa produk batik yang tersedia. Pelayanan tersebut bertuajuan untuk memberikan gambaran pada konsumen tentang warna, kualitas dan jenis batik yang dinginkan konsumen. Kombinasi produk yang mengkombinasikan barang dan jasa yang dibuat oleh UMKM Batik Maggur dan dipromosikan kepada konsumen. Produk yang dibuat UMKM Batik Manggur sangat bermanfaat dan berkualitas, yang memiliki ciri khas, bentuk, gaya, merek, jaminan dan pelayanan. Selain itu motif – motif dan inovasi yang diberikan kepada konsumen sangat diperhatikan oleh batik manggur. Hal ini sesuai dengan pernyataan pemilik UMKM Batik Manggur, yaitu sebagai berikut:

"Kualitas bahan baku, warna, dan motif batik selalu kami utamakan dalam produk yang kami buat, dan produksi kami sesuaikan untuk memenuhi permintaan pelanggan. Sebab, menurut saya, kepuasan pelanggan akan memotivasi kami untuk lebih meningkatkan pemasaran, sehingga akan menarik lebih banyak pelanggan."

Pernyataan pemilik UMKM Batik Manggur ini menunjukkan adanya kesuaian tentang produk yang diperoleh dengan teori yang dikemukakan peneliti. Bahwasanya inovasi produk dan kretivitas dapat mengembangkan UMKM dalam kesenian batik. Dalam hal ini dapat

menarik minat konsumen. Inovasi produk dan kretivitas memiliki dampak yang *signifikan* dalam menarik dan memuaskan kosumen.

Berdasarkan data yang diperoleh dari UMKM Batik Manggur kelurahan triwung kidul yang menjadi subjek penelitian menunjukkan bahwa UMKM Batik Manggur memiliki inovasi dan kreativitas yang bagus sehingga dapat mengoptimalkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu UMKM Batik Manggur dapat bertahan hingga saat ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa UMKM Batik Maggur kelurahan Triwung kidul dalam mengembangkan inovasi produk dan kreatifitasnya dalam UMKM dengan cara mengkombinasi hasil – hasil produk lokal dan produk modern sehingga hal tersebut membuat tertarik para konsumen terhadap produk –produk yang dihasilkan oleh batik manggur.

UMKM Batik Mangur juga sangat mengutamakan kualitas produk. Selain itu, Batik Manggur juga menawarkan beragam macam motif yang menjadi ciri khas motif probolinggo yaitu mangga dan anggur (manggur) lebih menarik dan berinovasi serta dengan bahan baku pilihan dalam proses produksinya menjadi prioritas untuk menarik minat konsumen. Selain itu dalam menentuan harga produk disesuaikan dengan tingkat kesulitan dalam proses produksi mapun bahan baku yang digunakan supaya mendapatkan harga yang tepat.

Promosi Batik Manggur yang awalnya hanya melalui whatsapp dan mengikuti pameran-pameran yang diadakan oleh pemerintah kota probolinggo kini lebih berinovasi lagi dalam mempromosikkannya. Banyak media social yang saat ini Batik Manggur gunakan mempromosikan batiknya seperti facebook dengan jumlah pengikut 4.000, instagram 300 pengikut dan Shoope, namun ada kendala ketika memasarkan batik lewat shoope yaitu sepi pembeli dan banyak komentar jika batik tersebut terlalu mahal dengan kisaran harga sekian, nyatanya memang mereka kurang tau menahu harga batik asli. Selain itu pembeli juga mengkhawatirkan jika barang yang dibeli tidak sesuai ekspektasi.

Berdasarkan hal tersebut, Batik Manggur memilih untuk mengurangi pemasaran melalui media sosial atau aplikasi *market place* dan memfokuskan pada pemasaran bazar dan semipro (acara percayaan tahunan kota probolinggo) dan lain sebagainya yang bersifat konvensional.

DAFTAR PUSTAKA

Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *13*(1), 123. https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432

Listiyaningrum, A., Rustiana, A., & Saeroji, A. (2020). Strategi Pengembangan Batik Berbasis Ekonomi Kreatif Kampung Batik Kauman Pekalongan. *Business and Accounting Education Journal*, *1*(2), 116–127. https://doi.org/10.15294/baej.v1i2.41012

Nayuni, A. P. (2021). Inovasi Pemerintahan Dan Pelaku Usaha Batik Jumputan Dalam Pengembangan Industri Kreatif Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Kampung Tahunan Yogyakarta). *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*, *1*(3), Layouting. https://doi.org/10.18196/jpk.v1i3.12540

Novitasari, I., & Ratyaningrum, F. (2016). Pengembangan Desain Motif di Usaha Batik Manggur Probolinggo. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *04 Nomor 0*, 309–316.

Numat, M., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Kreativitas Strategi Pemasaran, Inovasi dan Orientasi Kewirausahan Terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Mediasi pada UMKM Batik di Kota Yogyakarta dalam Masa Pandemik Covid-19. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, *4*(5), 1194–1213. https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i5.1079

Olifia Putri Adeliani, Efni Anita, P. A. L. (2023). Analisis Inovasi Dan Kualitas Produk Pada Usaha Batik Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan (JUMBIKU)*, *3*(2).

Polnaya, G. A. (2015). *Saing Pada Ukm Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati , Jawa Tengah*. 85. http://eprints.undip.ac.id/46376/

Ramadhani, S. A. (2021). Analisis inovasi produk pada ekonomi kreatif sektor kerajinan galeri Batik Tabir Riau di Kota Pekanbaru. *SYNERGY: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, *1*(1), 11–15. https://doi.org/10.52364/synergy.v1i1.2

Raya, N. P. (2021). PENINGKATKAN KAPASITAS PELAKU USAHA EKONOMI KREATIF UMKM WIRAUSAHA BARU BATIK NYERE DI LINGKUNGAN KECAMATAN CICENDO KOTA BANDUNG MELALUI WORKSHOP KEWIRAUSAHAAN. *Sosialisasi Metode Pembelajaran Yang Ideal Pada New Normal Di Sd Negeri 091316 Pematang Raya*, *01*(03), 423–428.

Sarunggu, J. J., Soemanto, R., & Sumantyo, R. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Potensi Industri Kreatif Seni Batik Di Kabupaten Ngawi. *Jurnal Cakra Wisata*, *19*(1), 1–10.

Singgih, A. P. (2016). Karakteristik motif batik Kendal interpretasi dari wilayah dan letak geografis. *Jurnal Imajinasi*, *10*(1), 51–60. http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi%0Ahttps://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8816

Sunarjo, W. A., Ilmiani, A., & Ardianingsih, A. (2019). Analisis SWOT Sebagai Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Destinasi Pariwisata Batik Kota Pekalongan. *Pena Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, *33*(2), 34. https://doi.org/10.31941/jurnalpena.v33i2.900

Tjahjaningsih, E. (2022). Menumbuhkembangkan Skill Wirausaha Bagi Sanggar Batik Rakyat Dengan Pelatihan Shibori Teknik Arashi Melintang. *Ikra-Ith Abdimas*, *5*(Vol 5 No 1

(2022): IKRAITH-ABDIMAS No 1 Vol 5 Maret 2022), 17–22. https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/1559/1277

Wulansari, N. Y., Ranihusna, D., & Maftukhah, I. (2020). Strategi Perencanaan SDM untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Batik Semarang. *Prosiding Pendidikan Profesi Guru, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 1552–1559. http://download.portalgaruda.org/article.php?article=386938&val=8521&title=STRATEGI PERENCANAAN SDM UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING UMKM BATIK SEMARANG

Yatima El Isma Nasharuddin. (2017). *Strategi Bersaing : Batik Malangan Konvensional Melalui Diversifikasi Produk Batik Kombinasi*. 11–23.