Volume 5 Number 1 (2024)
July-December 2024
Page:1865-1887

E-ISSN: 2745-4584
https://ejournal.insuriponorogo.ac.id
DOI: https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i01.6639

**AL MIKRAJ**
*Jurnal Studi Islam dan Humaniora*

# Strategi Pengembangan Industri Kreatif Di Kampung Batik Sokaraja Kabupaten Banyumas

**Rizka Ayu Qonita[1], Indah Ayu Permana Pribadi[2], Chamid Sutikno[3], Ariesta Amanda[4], Chanifia Izza Millata[5]**

[1234] Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto; Indonesia
[5] Universitas Jendral Soedirman Purwokerto; Indonesia
correspondence e-mail*, rizkaayu837@gmail.com, iap.pribadi@unupurwokerto.ac.id, sutiknochamid@gmail.com, ariestaamanda92@gmail.com, chanifia.izza@unsoed.ac.id

Submitted: Revised: 2024/09/01; Accepted: 2024/10/11; Published: 2024/12/20

**Abstract**

This study aims to analyze the creative industry development strategy in Kampung Batik Sokaraja, Banyumas Regency. The research method used is qualitative with descriptive analysis, where data is collected through observation, interviews, and documentation. The results of the study indicate that: (1) the number of creative workers is still low compared to other sectors, so the formulation of creative resources requires improvement; (2) there is collaboration between business actors and institutions in the development of the creative industry; (3) existing infrastructure and technology are not functioning optimally and require additional investment; and (4) digital marketing strategies are needed to expand market reach. This study is expected to contribute to the development of more effective strategies for the creative industry in Kampung Batik Sokaraja. (5) The evaluation of the development strategy for the creative industry in Kampung Batik Sokaraja reveals that a comfortable and clean work environment boosts productivity and batik quality, while regular meetings foster collaboration and innovation, necessitating adaptation to market trends, new designs, and high-quality materials to enhance market competitiveness.

**Keywords** Creative Industry, Creative Resources, Development Strategy, Digital Marketing, Infrastructure

**© 2024 by the authors**. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/.

## PENDAHULUAN

Industri kreatif[1] merupakan salah satu sektor yang sangat berpotensi dalam mendukung pembangunan ekonomi suatu daerah.[2] Industri ini tidak hanya berbasis pada produksi barang,

[1] Ratna Wijayanti Daniar Paramita et al., "Manajemen Industri Kreatif" (Widya Gama Press, 2021); Muhammad Syahbudi and S E I Ma, *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)* (Merdeka Kreasi Group, 2021); Heri Cahyo Bagus Setiawan, *Manajemen Industri Kreatif: Teori Dan Aplikasi* (PT. Berkat Mukmin Mandiri, 2020).

[2] Khairil Hamdi and Dorris Yadewani, "Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif," *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3 (2019): 101–16; Farid Rusdi and Gregorius Genep Sukendro, "Analisis Industri Kreatif Dalam Memanfaatkan Identitas Kota Melalui Media Baru," *Jurnal Komunikasi* 10, no. 1 (2018): 95–102.

tetapi juga mengedepankan inovasi dan kreativitas dalam menciptakan nilai tambah.[3] Di Indonesia, sektor ini berkembang pesat sejak diperkenalkan secara formal pada tahun 2006 dan kemudian diperkuat dengan berbagai kebijakan pemerintah, termasuk pembentukan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) pada tahun 2015 dan selanjutnya diubah menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Pemerintah menetapkan 17 subsektor industri kreatif yang meliputi bidang seperti seni, desain, kuliner, musik, dan aplikasi digital. Pengembangan industri kreatif ini sejalan dengan upaya menciptakan pembangunan ekonomi berkelanjutan yang berlandaskan pada kreativitas dan inovasi sumber daya manusia serta pemanfaatan budaya lokal.

Dalam artikel ini, teori yang digunakan adalah teori sekunder yang dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori manajemen yang digunakan mengacu pada model yang dikembangkan oleh Fred R. David pada tahun 2011, yang mencakup tiga tahap utama: formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Selain itu, model pengembangan pilar-pilar ekonomi kreatif juga diterapkan, yang meliputi sumber daya, institusi, industri, teknologi dan infrastruktur, serta sumber daya pasar dan finansial. Untuk menganalisis pembahasan artikel ini meliputi formulasi strategi, implementasi strategi, evaluasi strategi, infrastruktur dan teknologi dalam strategi pengembangan industri kreatif di Kampung Batik Sokaraja, serta pasar dan sumber daya finansial dalam strategi pengembangan industri kreatif di Kampung Batik Sokaraja. Selanjutnya, beberapa konsep teori manajemen dari Fred R. David. Misalnya, formulasi strategi di Kampung Batik Sokaraja, implementasi strategi pengembangan industri kreatif di Kampung Batik Sokaraja, dan evaluasi strategi.

Kampung Batik Sokaraja di Kabupaten Banyumas adalah contoh konkret dari potensi industri kreatif berbasis budaya.[4] Kawasan ini terkenal dengan produk batiknya yang khas dan unik, yang telah menjadi salah satu daya tarik pariwisata dan pendorong ekonomi lokal. Industri batik di Sokaraja telah memberi kontribusi nyata dalam mengangkat perekonomian daerah melalui penyerapan tenaga kerja lokal dan peningkatan daya saing produk kreatif di pasar nasional maupun internasional. Dalam konteks pembangunan ekonomi, industri batik ini memainkan peran penting dalam menjaga kelestarian warisan budaya sambil terus berinovasi agar tetap relevan di era modern.

[3] Budi Witjaksana et al., "Increasiation Economic Management Literacy For The Community Through The Independent Entrepreneurship Program," *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 4 (2024): 6207–15.

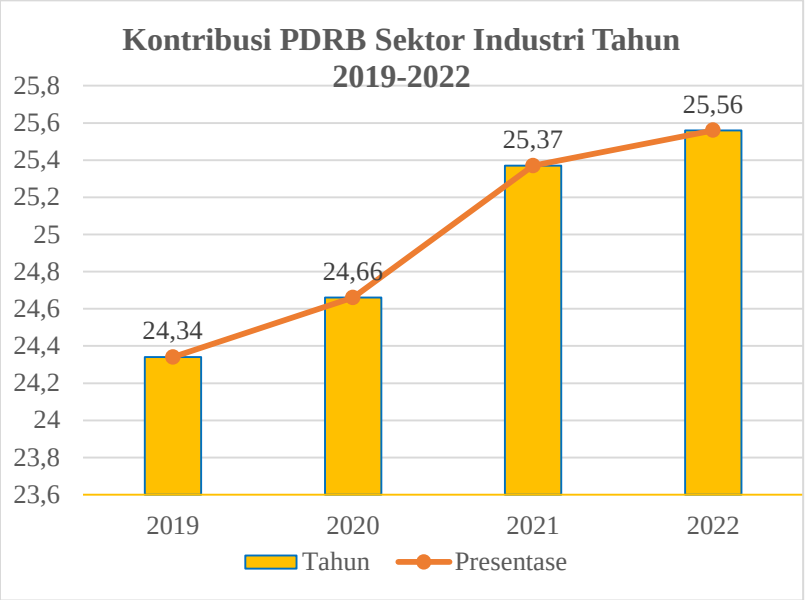
[4] Sabrina Sesa Trifosa, "Strategi Komunikasi Perhimpunan Batik Indonesia (PERBAIN) Sokaraja Dalam Membangun Citra 'Kampung Batik Sokaraja'" (Program Studi Public Relations FTI-UKSW, 2019).

Namun, pengembangan industri kreatif di Kampung Batik Sokaraja menghadapi beberapa tantangan. Tantangan utama meliputi jumlah tenaga kerja kreatif yang masih rendah, keterbatasan dalam teknologi dan infrastruktur, serta akses pasar yang terbatas. Kebanyakan pelaku usaha di daerah ini masih bergantung pada metode pemasaran tradisional dan belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, dukungan investasi untuk memperbaiki infrastruktur dan teknologi juga diperlukan agar proses produksi lebih efisien dan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

Pemerintah dan berbagai pihak terkait telah berupaya untuk memberikan dukungan dalam pengembangan industri kreatif di daerah ini. Kolaborasi antara pemerintah daerah, pengusaha, dan institusi pendidikan diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan memberikan pelatihan keterampilan bagi para pelaku industri kreatif. Program-program pengembangan yang mencakup pelatihan, peningkatan keterampilan, serta bantuan akses modal menjadi hal yang penting untuk memastikan keberlanjutan industri ini. Selain itu, penggunaan strategi pemasaran digital juga mulai didorong agar produk batik Sokaraja dapat lebih dikenal luas.

Dalam hal ini, Industri kreatif di Indonesia sangat membantu masyarakat dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Konsep Industri kreatif sendiri merupakan aktivitas yang berpengaruh terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Dilihat dari data yang dimiliki Kementerian Perindustrian Ekonomi Kreatif berkontribusi secara signifikan dengan meningkatnya Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2022 sebesar 17,7% mencapai Rp.1280 triliun rupiah. Pengembangan wisata dari mulai budaya, seni hingga pertunjukan menjadi acuan dan arahan bagi pemerintah daerah dan juga stakeholder (Badan Pusat Statistik, 2022). Kemudian untuk presentase dari sektor industri Kabupaten Banyumas juga dibuktikan dengan meningkatnya perkembangan dan pertumbuhan sektor-sektor perekonomian lainnya. Hal ini, juga berpengaruh terhadap kontribusi sektor perindustrian terhadap PDRB. Presentase Kontrubusi PDRB Sektor Pengolahan Industri pada tahun 2022 mencapai 25,56% dengan target 24,33% sehingga capainnya lebih besar dari tahun sebelumnya, yaitu 2019 realisasinya 24,34%, 2020 realisasinya 2020 realisasinya 24,66% dan 2021 realisasinya 25,37%. Adapun perkembangan presentasi kontribusi PDRB tersebut tidak lepas dengan adanya peran Industri yang ada di Kabupaten Banyumas.

Gambar 1. Perkembangan Presentase Kontribusi Sektor Industri 2019-2022




Sumber : BPS Kabupaten Banyumas 2022 (diolah).

Kabupaten Banyumas meraih penghargaan Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia 2023 kategori Seni Pertunjukan berdasarkan hasil Penilaian Uji Petik PM3KI dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, membuka peluang bagi Banyumas untuk bergabung dalam Jaringan Kota Kreatif UNESCO (UCCN). Salah satu sektor kreatif yang berkembang di Banyumas adalah batik, khususnya di Sokaraja, yang memiliki akar sejarah sejak tahun 1830-an melalui pengaruh Pangeran Diponegoro dan pengikutnya. Batik Sokaraja, dikenal sebagai batik pedalaman dengan motif tumbuhan dan hewan, memiliki karakteristik warna gelap dan motif yang mencerminkan keakraban dengan alam. Beberapa motif khas Batik Banyumasan, seperti Lumbu, Jahe Srimpang, dan Merak Buketan, terus dilestarikan. Secara ekonomi, sektor industri kreatif, termasuk batik, gula kelapa, makanan ringan, dan kerajinan bambu, merupakan potensi unggulan yang mendorong pertumbuhan ekonomi di Banyumas antara tahun 2017-2020.

Beberapa karya serupa yaitu untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Kampung Batik Semarang diperlukan strategi berupa pemberian motivasi, peningkatan kompetensi, sertifikasi keterampilan, penerapan praktik terbaik, dan partisipasi dalam pameran.[5] Strategi pengembangan produk batik Jetis yang direkomendasikan adalah memunculkan model baju dan desain batik baru setiap tahunnya sebagai ikon, yang dipamerkan dalam karnaval hari nasional dengan harga dan kualitas yang kompetitif, yang memiliki nilai TAS sebesar 6,6.[6] Model

[5] C Tri Widiastuti, Rahmatya Widyaswati, and Rita Meiriyanti, "Strategi Peningkatan Sumber Daya Manusia Kreatif Dan Inovatif Pada UKM Batik Semarangan (Studi Di Kampung Batik Semarang)," *Jurnal Riptek* 13, no. 2 (2019): 124–30.

[6] Alfi Fuadi, "Strategi Pengembangan Sentra Batik Jetis Sidoarjo Menggunakan SWOT, SPACE Dan QSPM,"

strategis industri batik Laweyan menggunakan pendekatan canvas model yang menggambarkan potensi ekonomi serta strategi bisnis alternatif untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan eksistensi Kampung Batik Laweyan sebagai ikon industri batik berkelanjutan di Surakarta.[7]

Industri batik di Kampung Batik Sokaraja, Kabupaten Banyumas, memiliki sejarah panjang dan telah menjadi salah satu ikon industri kreatif daerah tersebut. Meskipun sempat berjaya pada tahun 1965-1970, jumlah pengrajin batik semakin menurun, terutama setelah krisis moneter, hingga kini tersisa sekitar 15 pengrajin aktif. Industri batik ini menghadapi tantangan regenerasi, karena minat generasi muda untuk menjadi pembatik rendah, sehingga inovasi dan kreativitas sangat dibutuhkan untuk mempertahankan keberlanjutannya. Pemerintah Kabupaten Banyumas turut mendukung pelestarian batik melalui kebijakan seperti kewajiban penggunaan batik bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) dan perangkat desa, serta pengembangan ekonomi kreatif daerah. Paguyuban Sawunggalih, yang pernah menjadi wadah bagi para pengrajin, kini digantikan oleh Aliansi Batik Banyumas yang juga berupaya mengatasi permasalahan industri, termasuk pengelolaan limbah batik. Meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan, industri batik Sokaraja terus berupaya untuk meningkatkan kualitas dan inovasi demi mempertahankan identitas budaya serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Tabel 1. Nama Usaha Batik di Kampung Batik Sokaraja

| No | Nama Usaha | Alamat |
|---|---|---|
| 1. | Batik Nur.2 H. Musalim Sokaraja | Jl. Kertadirjan Kauman Sokaraja Tengah |
| 2. | Batik Anto Djamil Pusat | Jl. Dewa Kusuma RT 03/01 Kauman Sokaraja Tengah |
| 3. | Rumah Batik Ofi | Jl. Kauman RT 06/01 Sokaraja Tengah |
| 4. | Batik Sida Mukti | Jl. Kauman No.16 RT 02/01 Sokaraja Tengah |
| 5. | Griya Batik | Depan Masjid Baitul Mumin Kauman Sokaraja Tengah |
| 6. | Batik Nasyis | Jl. Kauman No. 26 Sokaraja Tengah |
| 7. | Batik R Sokaraja | Jl. Pesarean Kebutuh, Dusun I Sokaraja Kulon |
| 8. | Batik Kanjeng Banyumas | Jl. Budi Utomo No.631 RT 03/03 Sokaraja Kidul |
| 9. | Batik Bu I'ah Sokaraja | Jl. Pramuka No.19 Sokaraja Kulon |
| 10. | Batik MT Sokaraja "Hj. Muktasidah" | Sokaraja Tengah RT 04/01 Dusun I Sokaraja Tengah |
| 11. | Batik Sarwono Ono | Jl. Kauman RT 02/02 Dusun I Sokaraja Tengah |

in *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Teknik Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo*, vol. 1, 2019.

[7] Danarti Hariani and Sutrisno Sutrisno, "Analisis Strategi Model Bisnis Produk Industri Kreatif Dengan Pendekatan Model Canvas (Studi Pada Industri Batik Laweyan Kota Surakarta)," *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2020): 119–27.

| | | |
|---|---|---|
| 12. | Galeri Batik Apik | Jl. Kauman Dusun I Sokaraja Tengah |
| 13. | Lukman Batik | Jl. Imam Bonjol, Dusun II Sokaraja Lor |
| 14. | Griya Batik HN | Jl. Raya Kembaran Dusun I Sokaraja Lor |
| 15. | ZM. Home Industri Batik Tulis Sokaraja | Jl. Kauman RT 04/01 Dusun I Sokaraja Tengah |

Sumber : Pra-Survei 28 Januari Kampung Batik Sokaraja, 2024

Kampung Batik Sokaraja, yang dikelola oleh Aliansi Batik Banyumas sejak awal 2019, mengintegrasikan peran pengrajin batik, masyarakat setempat, dan komunitas Sokaraja Bergaya dalam produksi, pelatihan, dan promosi budaya lokal. Dengan struktur ini, Kampung Batik Sokaraja menawarkan daya tarik wisata unik, memadukan keindahan batik tradisional dan modern serta kuliner khas seperti sroto dan getuk goreng. Ditetapkan sebagai warisan budaya UNESCO pada tahun 2009, batik telah memberikan dampak positif pada lingkungan dan ekonomi Sokaraja, memperkuat citra kawasan ini sebagai pusat budaya dan seni yang khas di Banyumas, sekaligus menjadi destinasi alternatif bagi wisatawan.

Hasil Observasi di kampung Batik Sokaraja, Kabupaten Banyumas, merupakan salah satu sentra industri batik yang memiliki potensi besar dalam pengembangan industri kreatif di daerah tersebut. Dengan corak khas yang memadukan warna-warna cerah dan motif tradisional khas Sokaraja, batik dari kawasan ini memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen lokal maupun wisatawan. Meski telah dikenal luas, sebagian besar pengusaha batik di Kampung Batik Sokaraja masih menghadapi tantangan dalam hal promosi, modernisasi desain, dan pemanfaatan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Infrastruktur yang terbatas, serta rendahnya literasi digital di kalangan pelaku industri batik setempat, juga turut memengaruhi kemampuan mereka untuk berkembang secara lebih kompetitif di pasar nasional maupun internasional.

Research gap penelitian sebelumnya banyak menyoroti industri batik di daerah-daerah seperti Yogyakarta dan Surakarta, namun belum banyak yang fokus pada pengembangan industri batik di Sokaraja, Banyumas, yang memiliki keunikan tersendiri dalam motif dan warna. Selain itu, sebagian besar penelitian hanya berfokus pada aspek kultural dan estetika batik, sementara kajian mengenai strategi bisnis kreatif yang disesuaikan dengan tren digitalisasi dan era industri 4.0 di Kampung Batik Sokaraja masih minim. Hal ini menciptakan kesenjangan penelitian dalam hal pemahaman strategi pengembangan industri kreatif batik yang relevan dengan konteks lokal, namun tetap kompetitif secara global.

Novelty penelitian ini menawarkan pendekatan baru dalam mengembangkan industri batik di Kampung Batik Sokaraja melalui integrasi strategi bisnis kreatif berbasis model canvas yang menekankan pada pemanfaatan teknologi digital, inovasi desain, serta kolaborasi dengan pelaku industri kreatif lainnya. Inovasi ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk menghadapi tantangan di era industri 4.0, serta memberikan nilai tambah yang unik bagi batik Sokaraja sebagai produk unggulan lokal yang mampu bersaing di pasar nasional dan internasional.

Penelitian ini relevan untuk pengembangan ekonomi lokal, khususnya di Kabupaten Banyumas, melalui pemberdayaan industri batik sebagai bagian dari sektor ekonomi kreatif. Dengan memberikan panduan strategi berbasis model canvas yang dapat diterapkan oleh pengusaha batik di Sokaraja, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan industri batik daerah ini. Penelitian ini juga signifikan dalam memberikan kontribusi pada literatur mengenai pengembangan bisnis kreatif, serta dapat dijadikan rujukan bagi pemerintah daerah dan komunitas setempat dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pertumbuhan industri kreatif lokal.

Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan industri kreatif batik di Kampung Batik Sokaraja, Banyumas, dengan pendekatan model canvas yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan industri tersebut.

**METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan, menganalisis, dan memahami fenomena terkait strategi pengembangan industri kreatif di Kampung Batik Sokaraja, Kabupaten Banyumas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi aspek-aspek strategis dalam pengembangan industri batik di daerah tersebut, dengan fokus pada formulasi strategi sumber daya kreatif, implementasi kelembagaan, penguatan infrastruktur dan teknologi, serta pengembangan pasar dan pembiayaan. Pendekatan ini relevan untuk memberikan pemahaman yang holistik terhadap kondisi alamiah dan dinamika yang ada di lapangan.

Kampung Batik Sokaraja dipilih sebagai lokasi penelitian karena fenomena unik yang berkaitan dengan manajemen strategi pengembangan industri kreatif di daerah ini, yang berperan penting dalam perekonomian lokal. Banyaknya industri produksi batik dan pertokoan di Sokaraja menunjukkan potensi besar dalam sektor industri kreatif ini. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat untuk mendukung perekonomian lokal dan memperkuat industri batik di Sokaraja.

Sasaran penelitian mencakup pihak-pihak yang terlibat langsung dalam industri batik, seperti Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyumas, Komite Ekonomi Kreatif, serta pengrajin batik dan karyawan toko di Sokaraja. Data dikumpulkan melalui teknik purposive sampling, dengan sumber data primer dan sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis interaktif menurut Miles dan Huberman, yang meliputi pengumpulan, reduksi, penyajian, dan verifikasi data untuk menarik kesimpulan mengenai strategi pengembangan industri kreatif di Kampung Batik Sokaraja.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi Pengembangan Industri Kreatif di Kampung Batik Sokaraja

Teori manajemen strategi menurut Fred R. David (2011) yang digunakan dalam penelitian ini, yang mencakup perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi, sangat relevan dengan kondisi di Kampung Batik Sokaraja.[8] Dalam data lapangan, terlihat bahwa proses perumusan strategi sudah dilakukan oleh pihak terkait, seperti Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyumas, yang telah mendukung pengembangan batik melalui pelatihan dan promosi. Implementasi strategi terlihat dalam upaya memperkenalkan Batik Sokaraja melalui media sosial dan pameran produk batik di tempat wisata. Evaluasi strategi juga tampak dalam pengamatan terhadap perkembangan industri batik yang telah dilakukan, meskipun masih memerlukan perbaikan dalam hal inovasi dan pembenahan infrastruktur.

Selain itu, model pengembangan ekonomi kreatif yang mengacu pada pilar-pilar penting seperti sumber daya, institusi, industri, teknologi, infrastruktur, pemasaran, dan pembiayaan juga sangat sesuai dengan data lapangan yang ditemukan. Kampung Batik Sokaraja telah mengidentifikasi potensi lokal dan budaya sebagai sumber daya utama, sementara pengembangan infrastruktur dan penggunaan teknologi dalam produksi batik masih perlu diperbaiki. Dalam hal pemasaran, pengrajin batik masih mengandalkan media sosial pribadi dan belum memiliki platform yang lebih efektif. Oleh karena itu, teori pengembangan ekonomi kreatif ini membantu memberikan gambaran lebih jelas mengenai apa yang perlu dilakukan untuk memperbaiki dan mengoptimalkan strategi pengembangan industri kreatif batik di Sokaraja.

[8] Limas Dodi, "Assauri, Sofjan. Strategic Management. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2013. Basrowi Dan Suwandi. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta. 2008. David, Fred R. Manajemen Strategik. Jakarta: Salemba Empat. 2011. David, Fred R. Manajemen Strategik. Jakarta: Salemba Empat. 2016.," 2020; Muh Fatahillah Suparman, Imam Makruf, and Muhamad Rusdiyanto, "Model Analisis SWOT Manajemen Pendidikan Islam, Adaptasi Pemikiran" Strategic Management, Fred R. David"," *Didaktika: Jurnal Kependidikan* 12, no. 4 (2023): 833–48.

Penelitian ini menemukan bahwa Kampung Batik Sokaraja memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai pusat industri kreatif batik dengan memanfaatkan sumber daya alam dan budaya lokal. Meskipun demikian, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi, termasuk keterbatasan dalam hal infrastruktur, teknologi, dan pemasaran. Pelatihan bagi pengrajin batik yang difasilitasi oleh pemerintah dan lembaga terkait telah dilakukan, tetapi masih perlu peningkatan dalam hal inovasi produk dan pemanfaatan teknologi modern. Pemasaran produk batik melalui platform digital dan pembentukan brand yang kuat juga menjadi kebutuhan utama untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk batik Sokaraja.

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan industri kreatif batik di Kampung Batik Sokaraja dapat dikatakan berada di jalur yang tepat, namun masih memerlukan perhatian lebih dalam beberapa aspek. Salah satunya adalah pada pengembangan infrastruktur dan teknologi. Meskipun banyak pengrajin yang memiliki keterampilan dalam membatik secara tradisional, penerapan teknologi yang lebih efisien seperti mesin batik dan sistem komputerisasi dalam pemasaran masih terbatas. Hal ini menyebabkan produksi batik lebih lambat dan tidak dapat memenuhi permintaan pasar yang lebih luas.

Selain itu, pengembangan pasar menjadi tantangan besar. Saat ini, pengrajin masih mengandalkan media sosial pribadi untuk memasarkan produk mereka. Dengan mengembangkan platform e-commerce atau kolaborasi dengan marketplace, pemasaran produk bisa lebih terorganisir dan efektif, menjangkau pasar yang lebih luas. Pemerintah dan lembaga terkait juga perlu memperhatikan aspek branding, memperkenalkan Batik Sokaraja lebih luas, baik melalui pariwisata maupun promosi digital. Keterlibatan aktif dari masyarakat dan pengrajin batik sangat penting dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan industri ini.

Kampung Batik Sokaraja juga memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata budaya yang menarik. Mengingat lokasinya yang strategis dan aksesibilitas yang mudah, pengembangan wisata edukasi batik dapat menjadi sumber pendapatan baru bagi masyarakat setempat. Pemasaran yang lebih baik, seperti melalui mural dan penggunaan batik dalam kehidupan sehari-hari, akan menarik perhatian wisatawan dan membantu memperkenalkan Batik Sokaraja sebagai bagian dari warisan budaya yang kaya. Sinergi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dalam mengembangkan ekosistem ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat serta melestarikan seni dan budaya batik.

**Formulasi Strategi dan Sumber Daya Kreatif di Kampung Batik Sokaraja**

Dalam penelitian ini, teori manajemen strategi yang dikemukakan oleh Fred R. David

(2011) sangat relevan dalam menganalisis strategi pengembangan industri kreatif di Kampung Batik Sokaraja. Menurut David, formulasi strategi mencakup serangkaian langkah untuk menganalisis dan merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan organisasi.[9] Dalam hal ini, industri kreatif batik di Sokaraja dapat dianalisis dengan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti sumber daya lokal, inovasi, infrastruktur, dan pengembangan pasar.

Teori ini cocok dengan kondisi yang ditemukan di lapangan, di mana para pengrajin batik Sokaraja telah memanfaatkan sumber daya alam lokal untuk menciptakan produk yang ramah lingkungan dan memiliki nilai tambah, seperti penggunaan pewarna alami dan teknik ecoprint. Ini menunjukkan bahwa formulasi strategi berbasis keunikan sumber daya lokal sesuai dengan teori David, yang menekankan pentingnya memanfaatkan kekuatan internal (sumber daya kreatif) untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Selain itu, penerapan pelatihan bagi pengrajin untuk mengembangkan keterampilan dan meningkatkan kreativitas mereka juga sejalan dengan teori David yang menyoroti pentingnya pengembangan kompetensi sumber daya manusia dalam membangun daya saing.

Selain itu, teori yang disampaikan oleh Hasan dkk. (2022) tentang sumber daya kreatif juga selaras dengan kondisi di lapangan, di mana pengrajin batik Sokaraja tidak hanya bergantung pada ide dan kreativitas manusia, tetapi juga memanfaatkan sumber daya alam untuk menciptakan nilai tambah. Dengan adanya pelatihan rutin, penggunaan teknologi baru, dan penerapan teknik batik berbasis inovasi lokal, seperti ecoprint, yang ditemukan di lapangan, menggambarkan bahwa teori ini dapat diterapkan secara efektif untuk meningkatkan daya saing industri batik di Sokaraja.

Gambar 2. Pelatihan ecoprint oleh pengrajin Batik Sokaraja

[9] Mohamad Harisudin Mahfud, "Metode Penentuan Faktor-Faktor Keberhasilan Penting Dalam Analisis Swot," *AGRISAINTIFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* 3, no. 2 (2019): 113–25; Dodi, "Assauri, Sofjan. Strategic Management. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2013. Basrowi Dan Suwandi. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta. 2008. David, Fred R. Manajemen Strategik. Jakarta: Salemba Empat. 2011. David, Fred R. Manajemen Strategik. Jakarta: Salemba Empat. 2016."

Sumber. Dokumentasi oleh Aliansi Batik Banyumas

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kampung Batik Sokaraja memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri kreatif batik melalui pemanfaatan sumber daya alam dan budaya lokal. Keunikan bahan baku alami, seperti pewarna alami dan daun jati yang digunakan dalam teknik ecoprint, memberikan peluang untuk menciptakan produk batik yang tidak hanya inovatif tetapi juga ramah lingkungan. Upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah, seperti program pelatihan, uji kompetensi, dan sertifikasi profesi, berperan penting dalam meningkatkan keterampilan pengrajin dan memungkinkan mereka untuk bersaing di tingkat nasional maupun internasional. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa Kampung Batik Sokaraja masih menghadapi kendala terkait infrastruktur, teknologi, dan pemasaran yang perlu diperbaiki agar dapat bersaing lebih baik di pasar global.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengembangan industri kreatif batik di Kampung Batik Sokaraja sudah selaras dengan teori-teori manajemen strategi yang telah dibahas. Penggunaan sumber daya lokal yang unik, seperti pewarna alami dan teknik ecoprint, menciptakan produk batik yang memiliki nilai tambah, baik dari segi keindahan maupun keberlanjutan. Ini mencerminkan salah satu pendekatan dalam strategi pengembangan yang dikemukakan oleh Fred R. David (2011), yaitu pemanfaatan kekuatan internal dalam menciptakan keunggulan kompetitif.

Namun, meskipun ada banyak potensi, Kampung Batik Sokaraja menghadapi tantangan dalam hal infrastruktur dan teknologi. Sebagian besar pengrajin masih menggunakan alat tradisional yang membatasi efisiensi dan kapasitas produksi. Hal ini menjadi hambatan untuk mencapai skala produksi yang lebih besar dan lebih efisien. Menurut teori manajemen strategi, peningkatan infrastruktur dan teknologi sangat penting dalam mendukung pengembangan industri kreatif. Oleh karena itu, pengadaan alat modern dan pelatihan teknologi perlu menjadi prioritas agar para pengrajin dapat meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi mereka.

Selain itu, meskipun pelatihan untuk pengrajin sudah dilakukan, akses jaringan dan pemasaran masih terbatas. Pengrajin masih bergantung pada media sosial pribadi untuk mempromosikan produk mereka, yang membatasi jangkauan pasar. Teori David mengungkapkan pentingnya pengembangan pasar yang efektif, dan penelitian ini mengindikasikan bahwa perlu ada platform pemasaran yang lebih profesional dan efisien, serta kerjasama antara pemerintah, pengrajin, dan sektor swasta dalam memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar. Untuk itu, rekomendasi yang dapat diajukan adalah membangun jaringan yang lebih kuat antara pengrajin batik dan investor, serta memperkenalkan sistem pemasaran yang lebih terorganisir melalui pameran atau platform online yang lebih modern.

## Implementasi Kelembagaan dalam Strategi Pengembangan Industri Kreatif di Kampung Batik Sokaraja

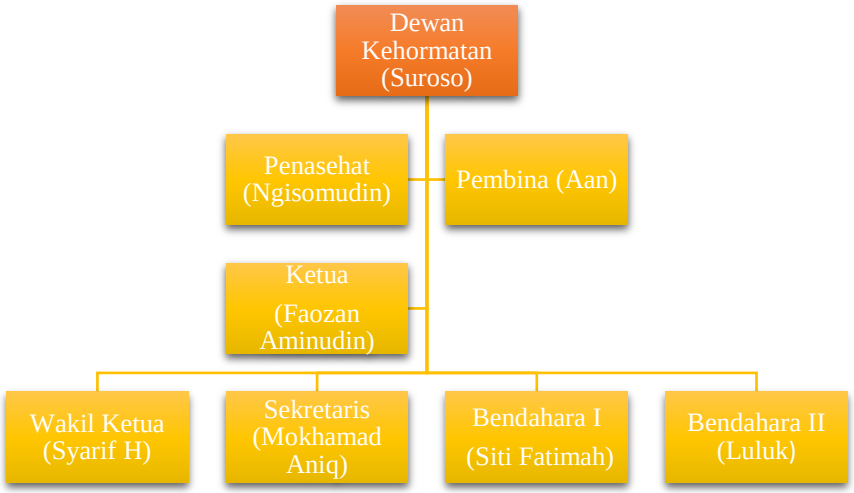
Penelitian ini mengacu pada teori manajemen strategi oleh Fred R. David (2011) yang menjelaskan bahwa implementasi strategi melibatkan tindakan untuk melaksanakan strategi yang ditetapkan, yang termasuk pembentukan struktur organisasi, pengembangan dan pemanfaatan teknologi informasi, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia.[10] Dalam konteks Kampung Batik Sokaraja, observasi lapangan menunjukkan bahwa penerapan teori ini relevan dengan praktik yang ada di lapangan, di mana lembaga-lembaga seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyumas serta Bank Indonesia memainkan peran yang signifikan dalam mendorong pengembangan industri kreatif batik. Kedua lembaga ini mendukung pameran, pelatihan, dan pengembangan produk, yang berfungsi untuk meningkatkan kapasitas pengrajin serta membuka peluang pasar yang lebih luas, sesuai dengan konsep peningkatan kualitas sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi yang diusulkan oleh David.

Gambar 3. Fashion Show Batik di Semarak Kata Kreatif 2024 Kabupaten Banyumas

[10] Debby Intan Suci Rahmawati, Eka Yulyana, and Rahman Rahman, "Manajemen Strategi Dinas Sosial Dalam Penanggulangan Kemiskinan Ekstrem Di Kabupaten Karawang," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 18 (2022): 114–22; Dodi, "Assauri, Sofjan. Strategic Management. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2013. Basrowi Dan Suwandi. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta. 2008. David, Fred R. Manajemen Strategik. Jakarta: Salemba Empat. 2011. David, Fred R. Manajemen Strategik. Jakarta: Salemba Empat. 2016."

Sumber. Dokumentasi Dinas Bidang Ekonomi Kreatif Kabupaten Banyumas

Gambar 4. Struktur Organisasi Aliansi Batik Banyumas




Sumber : Arsip Aliansi Batik Banyumas

Selain itu, pilar ekonomi kreatif yang dijabarkan oleh Hasan dkk (2022) mengenai pentingnya kelembagaan dalam mempercepat akselerasi pelaku industri kreatif juga terbukti relevan dengan kondisi di lapangan. Kelembagaan seperti Aliansi Batik Banyumas dan komunitas kreatif "Sokaraja Punya Cerita" memainkan peran penting dalam menciptakan ekosistem yang mendukung kreativitas, berbagi informasi, dan kolaborasi antar pengrajin, yang sejalan dengan teori mengenai pengembangan hubungan kelembagaan untuk akselerasi industri kreatif. Hal ini mengindikasikan bahwa teori tersebut dapat diterapkan dalam konteks Kampung Batik Sokaraja untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan industri batik.

Gambar 5. Pertemuan Rutin Aliansi Batik Banyumas

Sumber. Arsip Aliansi Batik Banyumas

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi strategi pengembangan industri kreatif di Kampung Batik Sokaraja, Kabupaten Banyumas, didorong oleh peran kelembagaan yang kuat dan berbagai inisiatif yang mendukung peningkatan kapasitas pengrajin serta promosi produk batik. Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Dinperindag) dan Bank Indonesia berkontribusi besar dalam menyelenggarakan pameran, bazaar, serta pelatihan yang mengedepankan pengembangan kualitas sumber daya manusia, efisiensi produksi, dan pemanfaatan teknologi. Organisasi seperti Aliansi Batik Banyumas dan komunitas kreatif "Sokaraja Punya Cerita" juga menunjukkan peran vital dalam memperkuat kolaborasi antar pengrajin serta meningkatkan kreativitas di sektor batik. Meskipun demikian, masih ada tantangan terkait keterbatasan infrastruktur dan teknologi, serta pertemuan yang belum optimal dilaksanakan dalam organisasi tersebut.

Implementasi kelembagaan dalam pengembangan industri kreatif di Kampung Batik Sokaraja sejalan dengan teori manajemen strategi oleh Fred R. David yang menekankan pentingnya struktur organisasi dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Lembaga-lembaga pemerintah seperti Dinperindag dan Bank Indonesia telah melakukan berbagai upaya yang terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing industri batik. Pameran dan bazaar yang diselenggarakan oleh Dinperindag memberikan kesempatan bagi produk batik Sokaraja untuk dikenal oleh publik yang lebih luas, sementara Bank Indonesia melalui kolaborasinya dengan Indonesian Fashion Chamber (IFC) juga memberikan platform bagi batik Sokaraja untuk tampil dalam event besar seperti Banyumas Fashion Festival. Inisiatif-inisiatif ini mendukung upaya pengrajin untuk berinovasi dan memperluas pasar, yang secara langsung mendukung teori David mengenai pengembangan strategi melalui kolaborasi kelembagaan.

Di sisi lain, meskipun inisiatif dan pelatihan yang dilakukan oleh Dinperindag dan lembaga lainnya memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan pengrajin, masih terdapat keterbatasan infrastruktur yang menghambat produktivitas. Banyak pengrajin yang masih bergantung pada alat tradisional, yang mengurangi efisiensi dan inovasi dalam

produksi. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan potensi ini, perlu adanya peningkatan infrastruktur dan adopsi teknologi yang lebih modern, sesuai dengan kebutuhan pasar global.

Lebih jauh lagi, kehadiran organisasi seperti Aliansi Batik Banyumas dan komunitas "Sokaraja Punya Cerita" memberikan dampak signifikan dalam menciptakan iklim kolaboratif yang mempercepat perkembangan industri batik. Meskipun organisasi ini memiliki peran penting dalam membangun kesadaran dan berbagi informasi antar pengrajin, masalah frekuensi pertemuan yang tidak teratur perlu segera diperbaiki agar pengrajin dapat lebih terlibat dan aktif dalam berbagi ide, tantangan, serta solusi. Keterlibatan aktif dari setiap anggota sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan kualitas produk batik yang dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi kelembagaan yang melibatkan berbagai pihak telah berhasil menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan industri batik di Kampung Batik Sokaraja. Namun, untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing industri ini di pasar global, perlu adanya perbaikan pada beberapa aspek, terutama terkait dengan infrastruktur, teknologi, dan frekuensi pertemuan dalam organisasi pengrajin.

**Evaluasi Strategi Pengembangan Industri Kreatif di Kampung Batik Sokaraja**

Menurut David (2011), evaluasi adalah kegiatan yang menghasilkan output dari implementasi yang dilakukan organisasi untuk menentukan kebijakan selanjutnya dengan melihat perubahan internal dan eksternal, mengukur kinerja, dan mengambil tindakan korektif.[11] Di Kampung Batik Sokaraja, faktor internal seperti lingkungan kerja yang nyaman dan bersih meningkatkan produktivitas pengrajin. Tempat kerja yang terang, berventilasi baik, dan tidak bising membantu pengrajin fokus dan menghasilkan batik berkualitas. Keterampilan pengrajin sangat mempengaruhi kualitas batik yang dihasilkan. Pengrajin dengan keterampilan tinggi dapat menciptakan desain yang menarik dan teknik canggih.

Faktor eksternal seperti permintaan pasar juga mempengaruhi usaha batik. Jika konsumen lebih tertarik pada desain modern atau tren tertentu, pengrajin harus menyesuaikan produk mereka. Persaingan dari daerah lain seperti Pekalongan atau Yogyakarta memaksa pengrajin di Sokaraja untuk berinovasi agar produk mereka tetap menarik. Hasil batik dinilai dari kualitas kain, ketajaman desain, dan ketahanan warna. Batik yang baik terlihat jelas, rapi, dan tidak mudah

[11] H Sofyan Hadi, "Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer," *Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat* 17, no. 2 (2019): 69–78.

luntur. Kinerja juga diukur dari seberapa kreatif pengrajin dalam menciptakan desain baru. Batik dengan banyak pilihan desain menarik lebih diminati.

Pertemuan rutin Aliansi Batik Banyumas, yang dihadiri sekitar 20 orang, dipimpin oleh Ketua Aliansi Batik Banyumas, Bapak Faozan Aminudin. Kegiatan ini merupakan inisiatif untuk menyediakan ruang bagi anggota berbagi pengalaman, mendiskusikan kendala, dan memberikan masukan serta ide kreatif untuk meningkatkan kualitas batik. Dalam pertemuan ini, pengrajin berdiskusi tentang tantangan dalam produksi, pemasaran, dan inovasi. Diskusi ini membantu mereka menemukan solusi dan memperkuat rasa kebersamaan dan kolaborasi. Sharing session diharapkan memberikan inspirasi baru yang dapat diterapkan dalam usaha mereka, meningkatkan kualitas produk batik yang dihasilkan, dan mampu bersaing di pasar. Melalui evaluasi rutin dan pertukaran ide, Aliansi Batik berupaya menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan industri batik di Sokaraja. Kolaborasi kuat antara anggota diharapkan memunculkan inovasi baru yang meningkatkan daya jual batik dan memperkuat identitas budaya batik Sokaraja.

Penelitian oleh Elistriany Intar Maimunah, Zainal Hidayat, dan Budi Puspo Priyadi (2021) tentang manajemen pengembangan industri batik Grobogan menunjukkan bahwa media online dan offline penting untuk menampilkan dan memasarkan batik. Katalog batik yang detail membantu semua kalangan melihat perkembangannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen pengembangan di Kampung Batik Sokaraja sudah cukup baik, tetapi perlu perbaikan, terutama dalam inovasi untuk menarik lebih banyak partisipasi masyarakat. Disarankan agar masyarakat diberikan ruang dan kesempatan menyampaikan aspirasi mereka. Pelatihan tentang penggunaan marketplace juga penting untuk membantu pengrajin memasarkan produk lebih efektif. Mengembangkan inovasi baru dan mempromosikan produk di tempat wisata meningkatkan visibilitas dan penjualan.

Untuk pengembangan Kampung Batik Sokaraja, perlu menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan bersih untuk mendukung produktivitas pengrajin. Menjaga kebersihan dan kenyamanan tempat kerja adalah langkah penting. Mengikuti tren pasar dan preferensi konsumen sangat penting. Pengrajin harus berinovasi sesuai permintaan pasar, menciptakan desain baru yang menarik, dan menggunakan bahan berkualitas tinggi untuk bersaing dengan daerah lain. Penting untuk terus mengikuti perkembangan tren dan beradaptasi dengan permintaan pasar. Pengrajin juga harus memperkenalkan desain baru agar batik Sokaraja tetap diminati. Di tengah

persaingan ketat, pengrajin perlu berinovasi dengan menciptakan motif unik atau menggunakan bahan berkualitas tinggi sehingga produk batik Sokaraja lebih menonjol di pasaran. Ini membantu konsumen mengenali kualitas dan nilai seni batik yang diproduksi.

**Infrastruktur dan Teknologi dalam Strategi Pengembangan Industri Kreatif di Kampung Batik Sokaraja**

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori pengembangan industri kreatif oleh Hasan dkk (2021) yang menekankan pentingnya pembangunan infrastruktur yang mendukung industri kreatif dan teknologi sebagai sarana berkreasi, produksi, kolaborasi, pencarian informasi, distribusi, serta bersosialisasi. Teori ini sangat relevan dengan kondisi yang ditemukan di Kampung Batik Sokaraja. Berdasarkan data lapangan, terlihat bahwa meskipun ada potensi besar dalam industri batik, penggunaan teknologi dan infrastruktur di Sokaraja masih terbatas. Penggunaan alat cetak batik yang tradisional menunjukkan adanya kekurangan dalam hal teknologi produksi yang efisien dan inovatif. Hal ini sesuai dengan pernyataan dalam teori yang menyebutkan bahwa penguatan basis teknologi sangat penting untuk meningkatkan efisiensi industri kreatif.

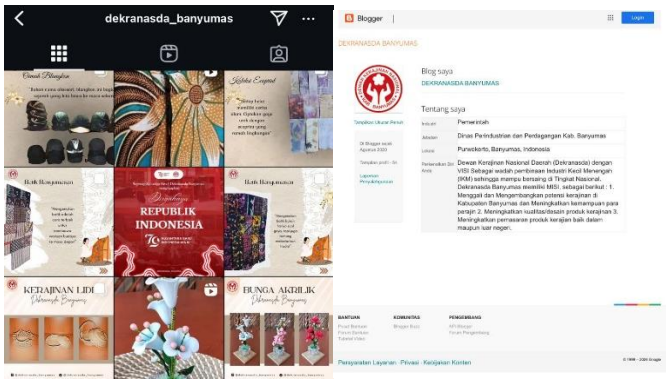
Gambar 6. Alat Cetak Batik

Sumber. Dokumentasi Aliansi Batik Banyumas

Selain itu, teori ini juga menyebutkan pentingnya pembentukan sistem informasi dan distribusi yang efisien dalam mendukung pengembangan industri kreatif. Data lapangan menunjukkan bahwa meskipun pengrajin batik Sokaraja memiliki potensi untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas, akses ke teknologi digital dan media sosial masih terbatas. Ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki oleh pengrajin dan penerapan teknologi yang ada. Program pelatihan yang dilakukan oleh Dinas terkait menunjukkan adanya upaya untuk mengatasi kesenjangan ini, namun implementasinya masih belum optimal. Oleh karena itu, teori ini sangat sesuai dengan kondisi yang ada di lapangan, dimana pengembangan

infrastruktur dan teknologi menjadi tantangan yang harus segera diatasi untuk meningkatkan daya saing industri batik di Sokaraja.

Gambar 7. Media sosial instagram dan blog dekranasda banyumas




Sumber. Arsip Komite ekonomi kreatif Kabupaten Banyumas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kampung Batik Sokaraja memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri kreatif batik dengan memanfaatkan sumber daya alam dan budaya lokal. Namun, terdapat beberapa kendala dalam pengembangan infrastruktur dan teknologi yang menghambat efisiensi produksi dan pemasaran produk batik. Alat produksi yang masih tradisional membatasi kemampuan pengrajin untuk menghasilkan batik dengan kualitas dan kecepatan yang lebih baik. Selain itu, kurangnya pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital menjadi tantangan besar dalam memperkenalkan batik Sokaraja ke pasar yang lebih luas. Walaupun ada upaya dari pemerintah dan lembaga terkait untuk memberikan pelatihan dan meningkatkan literasi teknologi, implementasi program-program ini masih terbatas dan perlu ditingkatkan.

Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa Kampung Batik Sokaraja berada pada titik kritis dalam pengembangan industri batik kreatifnya. Potensi budaya dan alam yang ada di Sokaraja seharusnya dapat dimaksimalkan dengan pemanfaatan teknologi yang lebih modern. Proses produksi yang masih menggunakan alat tradisional membatasi inovasi dalam desain dan efisiensi produksi, sehingga mengurangi daya saing produk batik Sokaraja di pasar yang semakin kompetitif. Untuk itu, upaya untuk memperkenalkan teknologi baru yang dapat meningkatkan proses produksi harus menjadi prioritas. Selain itu, pengembangan platform pemasaran digital juga sangat penting untuk memperkenalkan produk batik kepada pasar yang lebih luas dan meningkatkan keterlibatan konsumen dengan produk lokal.

Meskipun pemerintah daerah telah memulai program-program pelatihan teknologi dan pemasaran digital, implementasinya masih jauh dari optimal. Pelatihan yang ada belum cukup

menyeluruh untuk menciptakan pemahaman yang mendalam tentang manfaat pemasaran digital di kalangan pengrajin batik. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam meningkatkan industri batik Sokaraja, diperlukan upaya lebih besar dalam mendukung pengrajin untuk mengakses dan menguasai teknologi digital, baik untuk produksi maupun untuk pemasaran. Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, serta institusi pendidikan, seperti perguruan tinggi, dapat mempercepat proses adopsi teknologi dan mendorong inovasi dalam industri batik.

**Market and Financial Resource dalam strategi Pengembangan Industri Kreatif di Kampung Batik Sokaraja**

Teori yang digunakan dalam pengembangan industri kreatif di Kampung Batik Sokaraja berlandaskan pada konsep pengembangan ekonomi kreatif dan manajemen strategi yang diajukan oleh Fred R. David (2011). Dalam teori ini, pentingnya pemasaran, pembiayaan, dan penguatan infrastruktur serta teknologi dijadikan sebagai pilar utama dalam pengembangan industri kreatif.[12]

Teori pengembangan ekonomi kreatif menekankan pentingnya akses yang lebih luas ke pasar melalui platform digital dan media sosial. Data lapangan menunjukkan bahwa pelaku industri batik di Sokaraja masih bergantung pada media sosial pribadi untuk pemasaran produk mereka, yang terbatas pada jangkauan pasar yang sempit. Teori ini cocok dengan kenyataan di lapangan, di mana pasar belum berkembang optimal, dan strategi pemasaran yang lebih profesional melalui platform digital yang terintegrasi diperlukan untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas pemasaran.

Teori Fred R. David menyebutkan pentingnya akses ke pendanaan yang mencakup modal, ekuitas, dan pinjaman untuk mendukung pengembangan industri kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Kampung Batik Sokaraja, pembiayaan masih menjadi kendala besar. Para pengrajin cenderung beroperasi secara individual tanpa dukungan finansial yang memadai, yang sesuai dengan teori yang menyarankan perlunya sistem keuangan yang lebih mendukung bagi pelaku industri kreatif.

Teori pengembangan ekonomi kreatif juga mencatat bahwa sektor industri kreatif memerlukan penguatan dalam infrastruktur dan teknologi untuk mendukung efisiensi produksi dan inovasi. Data lapangan menunjukkan bahwa banyak pengrajin batik di Sokaraja masih

[12] Rahmawati, Yulyana, and Rahman, "Manajemen Strategi Dinas Sosial Dalam Penanggulangan Kemiskinan Ekstrem Di Kabupaten Karawang"; Dodi, "Assauri, Sofjan. Strategic Management. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2013. Basrowi Dan Suwandi. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta. 2008. David, Fred R. Manajemen Strategik. Jakarta: Salemba Empat. 2011. David, Fred R. Manajemen Strategik. Jakarta: Salemba Empat. 2016."

menggunakan alat tradisional yang membatasi efisiensi dan inovasi dalam produksi. Hal ini mencerminkan kecocokan dengan teori yang menggarisbawahi perlunya investasi dalam teknologi untuk meningkatkan daya saing industri kreatif.

Tabel 2. Hasil Produksi Batik Sokaraja tahun 2023-2024

| No | Jenis Batik | Harga Produksi | Volume Produksi/Tahun |
|---|---|---|---|
| 1 | Batik Cap | Rp. 150.000/potong | 6000 potong |
| 2 | Batik Kombinasi Cap & Tulis | Rp. 200.000/potong | 4580 potong |
| 3 | Batik Tulis | Rp. 400.000 – 1.500.000 | 3300 potong |
| 4 | Ecoprint | Rp. 120.000/potong | 430 potong |

Sumber. Arsip Batik Banyumas 2024

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat disimpulkan bahwa Kampung Batik Sokaraja memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri kreatif batik, namun terdapat beberapa tantangan yang harus diatasi. Potensi tersebut terletak pada pemanfaatan bahan baku lokal, keterampilan pengrajin yang terus dikembangkan melalui pelatihan, serta keunikan produk batik yang dapat dijadikan daya tarik. Meskipun demikian, pengrajin batik di Sokaraja menghadapi kesulitan dalam memperoleh pembiayaan yang memadai, akses ke teknologi modern, dan sistem pemasaran yang lebih luas. Saat ini, industri batik Sokaraja masih bergantung pada metode pemasaran melalui media sosial pribadi, yang membatasi jangkauan dan efektivitasnya. Selain itu, pengrajin juga menghadapi keterbatasan dalam hal infrastruktur dan fasilitas produksi yang memadai.

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat dilihat bahwa pengembangan industri kreatif batik di Kampung Batik Sokaraja masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam hal pemasaran dan pembiayaan. Meskipun ada potensi yang besar, pengrajin batik di Sokaraja belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa perlu ada upaya serius dalam meningkatkan literasi digital di kalangan pengrajin agar mereka dapat mengoptimalkan penggunaan platform digital untuk memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas.

Selain itu, masalah pembiayaan juga menjadi kendala besar dalam pengembangan industri

batik di Sokaraja. Banyak pengrajin yang masih mengandalkan pembiayaan pribadi dan belum memiliki akses ke lembaga keuangan yang dapat memberikan pinjaman atau investasi. Ini menunjukkan perlunya adanya upaya untuk memperkenalkan sistem pembiayaan yang lebih inklusif bagi industri kreatif, sehingga para pengrajin dapat mengakses dana yang dibutuhkan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk mereka.

Dari sisi produksi, meskipun batik cap menjadi produk yang paling banyak diproduksi karena efisiensi waktu dan biaya, masih terdapat potensi untuk meningkatkan jumlah produksi batik tulis dan ecoprint yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Pengenalan teknik ecoprint yang berbasis pada bahan alami memberikan dimensi baru dalam desain batik Sokaraja, yang dapat menarik pasar dengan kesadaran lingkungan yang semakin meningkat. Meskipun demikian, hal ini membutuhkan investasi lebih dalam teknologi dan pelatihan bagi pengrajin agar dapat memproduksi produk berkualitas tinggi dengan teknik yang lebih modern.

**KESIMPULAN**

Kampung Batik Sokaraja memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri kreatif batik, yang dapat didorong dengan memanfaatkan sumber daya alam dan budaya lokal serta inovasi yang ada. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa permasalahan yang perlu diatasi, termasuk keterbatasan infrastruktur dan teknologi, kurangnya dukungan dalam pemasaran, serta tantangan dalam pengembangan sumber daya manusia. Dukungan pemerintah dan lembaga terkait sangat penting untuk memaksimalkan potensi ini dan mewujudkan pengembangan industri batik yang berkelanjutan. Pemanfaatan strategi manajemen yang tepat dapat meningkatkan efisiensi produksi, memperkuat identitas budaya lokal, dan memperluas pasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mengembangkan Kampung Batik Sokaraja sebagai pusat industri kreatif batik, perlu adanya kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, pengrajin, dan sektor swasta. Hal ini tidak hanya akan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat, tetapi juga memperkuat posisi Sokaraja dalam peta industri batik nasional dan internasional. Dengan memperbaiki infrastruktur, meningkatkan keterampilan pengrajin, dan memanfaatkan teknologi modern, Kampung Batik Sokaraja dapat meningkatkan daya saingnya di pasar global. Keberhasilan pengembangan ini juga akan memberikan contoh bagi daerah lain yang ingin mengembangkan industri kreatif berbasis budaya lokal. Evaluasi strategi pengembangan industri kreatif di Kampung Batik Sokaraja menunjukkan bahwa lingkungan kerja yang nyaman dan bersih meningkatkan produktivitas dan kualitas batik yang dihasilkan. Pertemuan rutin

Aliansi Batik Banyumas mendorong kolaborasi dan inovasi di antara pengrajin, yang memperkuat daya saing batik Sokaraja. Untuk terus berkembang, pengrajin perlu beradaptasi dengan tren pasar, memperkenalkan desain baru, dan menggunakan bahan berkualitas tinggi agar produk mereka lebih menonjol di pasaran.

Beberapa langkah yang perlu diambil untuk mengatasi permasalahan yang ada di Kampung Batik Sokaraja antara lain: pertama, meningkatkan infrastruktur dan fasilitas produksi dengan menyediakan alat modern yang dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Kedua, memfasilitasi akses ke teknologi canggih serta pelatihan digital untuk pengrajin agar dapat memanfaatkan platform online untuk pemasaran. Ketiga, membangun sistem pemasaran yang lebih profesional dengan menciptakan platform yang menghubungkan pengrajin batik dengan investor dan pasar yang lebih luas. Keempat, memperkuat branding Kampung Batik Sokaraja melalui kolaborasi dengan pihak-pihak terkait dan mengoptimalkan promosi melalui berbagai media, termasuk media sosial dan pameran batik. Penelitian ini terbatas pada analisis strategis yang dilakukan di Kampung Batik Sokaraja, Kabupaten Banyumas, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh industri batik di Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya fokus pada aspek-aspek tertentu dalam pengembangan industri batik, seperti infrastruktur, teknologi, dan pemasaran, tanpa menggali lebih dalam faktor-faktor eksternal lainnya yang dapat mempengaruhi keberhasilan industri ini, seperti kebijakan pemerintah atau faktor sosial dan budaya. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut dengan cakupan yang lebih luas diperlukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor tambahan yang dapat mendukung pengembangan industri batik secara lebih holistik.

**REFERENCES**

Daniar Paramita, Ratna Wijayanti, Noviansyah Rizal, Riza Bahtiar Sulistyan, Muchamad Taufiq, and Muhaimin Dimyati. "Manajemen Industri Kreatif." Widya Gama Press, 2021.

Dodi, Limas. "Assauri, Sofjan. Strategic Management. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2013. Basrowi Dan Suwandi. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta. 2008. David, Fred R. Manajemen Strategik. Jakarta: Salemba Empat. 2011. David, Fred R. Manajemen Strategik. Jakarta: Salemba Empat. 2016.," 2020.

Fuadi, Alfi. "Strategi Pengembangan Sentra Batik Jetis Sidoarjo Menggunakan SWOT, SPACE Dan QSPM." In *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Teknik Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo*, Vol. 1, 2019.

Hadi, H Sofyan. "Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer." *Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat* 17, no. 2 (2019): 69–78.

Hamdi, Khairil, and Dorris Yadewani. "Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif." *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3 (2019): 101–16.

Hariani, Danarti, and Sutrisno Sutrisno. "Analisis Strategi Model Bisnis Produk Industri Kreatif

Dengan Pendekatan Model Canvas (Studi Pada Industri Batik Laweyan Kota Surakarta)." *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2020): 119–27.

Mahfud, Mohamad Harisudin. "Metode Penentuan Faktor-Faktor Keberhasilan Penting Dalam Analisis Swot." *AGRISAINTIFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* 3, no. 2 (2019): 113–25.

Rahmawati, Debby Intan Suci, Eka Yulyana, and Rahman Rahman. "Manajemen Strategi Dinas Sosial Dalam Penanggulangan Kemiskinan Ekstrem Di Kabupaten Karawang." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 18 (2022): 114–22.

Rusdi, Farid, and Gregorius Genep Sukendro. "Analisis Industri Kreatif Dalam Memanfaatkan Identitas Kota Melalui Media Baru." *Jurnal Komunikasi* 10, no. 1 (2018): 95–102.

Setiawan, Heri Cahyo Bagus. *Manajemen Industri Kreatif: Teori Dan Aplikasi*. PT. Berkat Mukmin Mandiri, 2020.

Suparman, Muh Fatahillah, Imam Makruf, and Muhamad Rusdiyanto. "Model Analisis SWOT Manajemen Pendidikan Islam, Adaptasi Pemikiran" Strategic Management, Fred R. David"." *Didaktika: Jurnal Kependidikan* 12, no. 4 (2023): 833–48.

Syahbudi, Muhammad, and S E I Ma. *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)*. Merdeka Kreasi Group, 2021.

Trifosa, Sabrina Sesa. "Strategi Komunikasi Perhimpunan Batik Indonesia (PERBAIN) Sokaraja Dalam Membangun Citra 'Kampung Batik Sokaraja.'" Program Studi Public Relations FTI-UKSW, 2019.

Widiastuti, C Tri, Rahmatya Widyaswati, and Rita Meiriyanti. "Strategi Peningkatan Sumber Daya Manusia Kreatif Dan Inovatif Pada UKM Batik Semarangan (Studi Di Kampung Batik Semarang)." *Jurnal Riptek* 13, no. 2 (2019): 124–30.

Witjaksana, Budi, Ari Purwanti, Tamrin Fathoni, and Dita Dismalasari Dewi. "Increasiation Economic Management Literacy For The Community Through The Independent Entrepreneurship Program." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 4 (2024): 6207–15.