

## **STRATEGI PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA EB BATIK TRADISIONAL CIREBON**

**Intan Kelana<sup>1</sup>, Putri Nursuciyanti<sup>2</sup>, Santi Pertiwi Hari Sandi<sup>3</sup>, Dwi Epty Hidayaty<sup>4</sup>, Ujang Suherman<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Buana Perjuangan Karawang

[mn22.intankelana@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.intankelana@mhs.ubpkarawang.ac.id)<sup>1</sup>,

[mn22.putrinursuciyanti@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.putrinursuciyanti@mhs.ubpkarawang.ac.id)<sup>2</sup>, [santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id](mailto:santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id)<sup>3</sup>,

[dwi.epty@ubpkarawang.ac.id](mailto:dwi.epty@ubpkarawang.ac.id)<sup>4</sup>, [ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id](mailto:ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id)<sup>5</sup>

### **Abstract**

*Batik is a traditional Indonesian product that has high value and is an important part of Indonesian culture, especially in Java. EB Batik Tradisional, located in Kampung Batik Trusmi, Cirebon, is one of the batik artisans committed to preserving this cultural heritage. This study aims to analyse effective sales strategies in increasing EB Batik Tradisional's revenue amidst fierce competition. The writing method used is descriptive qualitative with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The informant on this visit was Mr Hisyam as the owner of EB Batik Tradisional. This visit was conducted on 25 May 2024 at EB Batik Traditional Panembahan Village Cirebon. The results showed that EB Batik has strengths in superior batik quality and friendly service, while its weaknesses are the lack of labour and narrow road access. The main opportunities lie in product innovation and the use of social media as a means of sales, while the threats are fierce competition and the rise of modern competition. The proposed sales strategy includes improving product quality and customer service, utilising social media, product innovation and optimising the showroom and production process. By implementing these strategies, EB Batik Tradisional is expected to increase sales and revenue significantly and sustainably.*

**Keywords:** *EB Batik Tradisional, Sales Strategy, SWOT Analysis.*

### **Abstrak**

Batik merupakan produk tradisional Indonesia yang memiliki nilai tinggi dan menjadi bagian penting dari budaya Indonesia, khususnya di Jawa. EB Batik Tradisional, yang terletak di Kampung Batik Trusmi, Cirebon, merupakan salah satu pengrajin batik yang berkomitmen untuk melestarikan warisan budaya ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penjualan yang efektif dalam meningkatkan pendapatan EB Batik Tradisional di tengah persaingan yang ketat. Metode penulisan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan tehnik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan pada kunjungan ini adalah Bapak Hisyam sebagai pemilik EB Batik Tradisional. Kunjungan ini dilakukan pada tanggal 25 Mei 2024 di EB Batik Tradisional Desa Panembahan Cirebon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa EB Batik memiliki kekuatan pada kualitas batik yang unggul dan pelayanan yang ramah, sedangkan kelemahannya pada minimnya tenaga kerja dan akses jalan yang sempit. Peluang utama terletak pada inovasi produk dan penggunaan media sosial sebagai sarana penjualan, sementara ancamannya adalah persaingan yang ketat dan maraknya persaingan modern. Strategi penjualan yang diusulkan meliputi peningkatan kualitas produk dan layanan pelanggan, pemanfaatan media sosial, inovasi produk dan optimalisasi showroom serta proses produksi. Dengan menerapkan strategi ini, EB Batik Tradisional diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan secara signifikan dan berkelanjutan.

**Kata Kunci :** EB Batik Tradisional, Strategi Penjualan, Analisis SWOT.

## **I. PENDAHULUAN**

Salah satu produk tradisional Indonesia adalah batik, yang identik dengan suku Jawa. Istilah "batik" berasal dari bahasa Jawa "amba" yang berarti "menulis" dan "titik" yang berarti "menjadi". Secara tradisional, batik dibuat dari berbagai macam bahan. Menurut Dullah (dalam Ypriliansi Nora et.al 2022:2), batik adalah tekstil tradisional dengan berbagai warna dan corak yang dibuat dengan teknik celup rintang dengan lilin batik sebagai bahan pewarna.

Batik adalah salah satu kerajinan tradisional Indonesia, yang berada di daerah Yogyakarta, Pekalongan, Indramayu, dan Cirebon sebagai pusat produksi utama. Batik memiliki nilai tinggi dan merupakan bagian penting dari budaya Indonesia, khususnya di Jawa. Menurut Ananto (dalam Tri Wahyu Retno Ningsih 2023:2), masyarakat Indonesia dan UNESCO mengakui batik sebagai bentuk seni utama yang diciptakan oleh wanita Indonesia sejak zaman kuno. Setiap daerah memiliki motif batik yang berbeda. Menurut Suhersono (dalam Tri Wahyu Retno Ningsih 2023:2), motif adalah model yang terdiri dari beberapa bentuk, warna, atau elemen yang dipengaruhi oleh bentuk objek dan ciri khas tersendiri.

Menurut Trixie (dalam Yuha Afina Khalis dan Ade Solihat 2022:2), industri batik Indonesia terkonsentrasi di Pulau Jawa, hal ini terkait dengan kemunculan Kerajaan Majapahit, Solo, dan Yogyakarta. Batik dulunya hanya digunakan oleh para anggota kerajaan. Secara umum, Iskandar dan Kustiyah (dalam Yuha Afina Khalis dan Ade Solihat 2022:2) menyatakan bahwa batik mulai dikembangkan untuk masyarakat umum pada abad ke-10 karena kepentingan industri.

Batik mengalami perkembangan dengan cepat ke seluruh negara Indonesia. Penyebaran budaya batik dari Jawa ke beberapa daerah lain disebabkan oleh perpindahan individu atau kelompok dari Jawa ke daerah lain. Selain itu, semakin maraknya perdagangan yang terjadi antar bangsa, budaya asli Indonesia dan budaya asing bertemu. Pertemuan budaya ini seperti budaya India, China dan Timur Tengah yang menciptakan warna batik tersendiri dalam corak dan motifnya.

Perlindungan hukum terhadap batik dilakukan oleh delegasi Indonesia untuk UNESCO (Randa & Rani dalam Abi Pratiwa Siregar 2020). Pada tanggal 3 September 2008, pemerintah menetapkan batik sebagai kekayaan nasional, dan beberapa bulan kemudian, batik dinyatakan dan diakui oleh UNESCO (Lusianti & Rani dalam Abi Pratiwa Siregar 2020). Dimulai pada tanggal 2 Oktober 2009 (Setiawan et al (2014); Aditya (2015); Triana & Retnosary (2020)

dalam Abi Pratiwa Siregar 2020), UNESCO secara resmi mengakui batik sebagai bentuk seni yang sakral (Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi, atau Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi). Dengan pengakuan tersebut produksi batik di Indonesia dapat dikembangkan dan didistribusikan ke pasar internasional.

Batik pertama kali dikenal dan diproduksi di kepulauan Jawa, dan akhirnya diekspor ke Mancanegara. Batik Cirebon merupakan bagian dari batik tradisional dan memiliki dampak pada keragaman pola-pola batik yang terlihat pada subsektor batik lainnya di provinsi Jawa Barat. Di dalam komunitas Batik yang tinggal di wilayah Cirebon, terdapat hubungan dengan dua hasil yang ada di wilayah tersebut, yaitu hasil Kasepuhan dan Kanoman.

Menurut Kisah, pada masa awal kerajaan, industri pembuatan batik dimulai di Cirebon karena pengaruh Ki Gede Trusmi. Dia adalah satu-satunya anggota Sunan Gunung Jati yang masih hidup. Pada titik ini, proses Sunan Gunung Jati dalam menyebarkan agama Islam dimulai dengan kegiatan membatik.

Kampung batik Trusmi adalah sebuah komunitas penenun batik tradisional yang terletak di wilayah Plered, Cirebon, Jawa Barat. Berbeda dengan batik-batik dari daerah lain, batik Cirebon juga memiliki corak dan warna yang unik. Pemerintah kota terus berupaya untuk meningkatkan wisata domestik dan mancanegara melalui pengembangan Kawasan Wisata Budaya Batik Trusmi dan Museum Batik Cirebon. Tidak hanya menjual produk dari industri kreatif pembuatan batik ini, tetapi juga memberikan kesempatan kepada para pekerja yang datang untuk belajar membatik.

Pabrik batik di wilayah Cirebon dikenal dengan nama Batik Trusmi, oleh karena itu produk yang dihasilkan di wilayah ini disebut Batik Trusmi. Batik EB tradisional adalah salah satu dari banyaknya pabrik batik di kawasan Batik Trusmi. Pentingnya pemasaran demi meningkatkan penjualan dan pendapatan EB Batik Tradisional telah mengalami perubahan untuk menjangkau persaingan yang kompetitif. Strategi dalam penjualan memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilan penjualan baik di divisi produk maupun jasa dalam sebuah organisasi.

Berkunjung ke industri adalah jenis pendidikan yang efektif bagi mahasiswa. Ada beberapa manfaat yang terkait dengan bergabung dengan industri, seperti menggambarkan kondisi lingkungan kerja saat ini, memberikan demonstrasi langsung dari berbagai ahli bidang

studi, membandingkan konsep teoritis dengan kondisi kerja yang sebenarnya, dan memberikan informasi tentang sertifikasi yang diperlukan untuk lingkungan kerja.

Hasil dari kunjungan industri yang dilakukan oleh kami di Cirebon, kami berkunjung ke daerah Plered lebih tepatnya di Jalan Panembahan Utara. Disana ada berbagai *home industry* batik lengkap dengan *showroom*-nya. Setelah kunjungan ke EB Batik Tradisional, ternyata batik sangat berharga dan bagian dari warisan budaya Indonesia yang harus dilestarikan. Bagaimana strategi penjualan untuk meningkatkan pendapatan EB Batik tradisional sehingga mampu bertahan dan berkembang di tengah ketatnya persaingan batik di Kampung Trusmi?

## II. METODE PENELITIAN

Sugiono (dalam Dananjaya et al. 2024:5) menyatakan bahwa metode pengumpulan data merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Moleong (dalam Triyono et al. 2022:3) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang merangkum atau menggambarkan hasil temuan dari suatu objek penelitian yang didasarkan pada data sekunder. Menurut Creswell, 2014 (dalam Ardiansyah et al. 2023:3), penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena sosial dengan cara yang komprehensif melalui interpretasi kontekstual, perspektif individu, dan latar belakang pengetahuan. Penelitian kualitatif berfokus pada kompleksitas, konstruksi sosial, dan sifat dari fenomena yang diteliti.

Tehnik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif; (1) Menurut Creswell (dalam Ardiansyah et al. 2023:4), wawancara adalah jenis teknik pengumpulan data melalui komunikasi secara langsung antara peneliti dengan informan. (2) Bogdan & Biklen (dalam Ardiansyah et al. 2023:4) observasi merupakan tehnik pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung melalui partisipan dan objek yang diteliti. (3) Menurut Creswell (dalam Ardiansyah et al. 2023:4), dokumentasi adalah mengumpulkan data dari dokumen, arsip, atau bahan tertulis lainnya yang berhubungan dengan fenomena penelitian. Tehnik analisis data menggunakan analisis deskriptif melalui penggambaran keadaan dan menjelaskan permasalahan yang ada dalam bentuk teks. Informan pada penelitian ini adalah pemilik dan pengrajin batik yang ada di EB Batik Tradisional. Pengambilan data atau kunjungan dilaksanakan pada tanggal 25 Mei 2024 dari jam 10:00 s.d 12:00. Data yang sudah didapat dalam penelitian tersebut kemudian akan dibentuk dalam kalimat yang mudah dipahami.

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Profil EB Batik Tradisional**

EB Batik Tradisional merupakan sebuah singkatan dari Emang Bener, dan untuk pemiliknya bernama Edi Baredi yang berarti tangan dingin. EB Batik Tradisional merupakan usaha turun temurun, dalam menjalankan usaha EB Batik Tradisional diturunkan kepada Bapak H. Edi Baredi, beliau merupakan generasi ketiga dari keluarganya. Saat ini, cabang tradisional batik EB berada pada generasi keempat yang dibesarkan oleh Hisyam, seorang penerus dari Bapak H. Edi Baredi. Mas Hisyam menyatakan bahwa tujuan dari usaha ini adalah untuk mempromosikan dan mengembangkan batik di Pesisir Cirebon. Ruang lingkup dari EB Batik adalah kuliner, radio, dan iklan media sosial untuk mendorong konsumen belanja dan mencicipi berbagai kuliner khas Cirebon. Pabrik dan *showroom* EB Batik berada disalah satu kawasan sentra batik Cirebon, 15 menit dari pusat kota Cirebon yaitu terletak di jalan Panembahan Utara No. 01 Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon 45154 Jawa Barat Indonesia.

EB Batik didirikan di lokasi ini karena Desa Trusmi terkenal sebagai produsen batik dan butik. Kelebihan dari EB Batik sendiri adalah terkenal di berbagai tempat karena strategi pemasarannya yang agresif, yaitu dengan menggunakan radio dan media serta pot-pot bunga di tempat umum dan di salah satu sekolah yaitu SMKN 2 Cirebon sebagai sarana promosi. Namun, ada kekurangannya yaitu untuk mengakses ke EB batik harus melalui gang, yang artinya mobil yang berlawanan arah tidak bisa masuk karena jalannya kurang memadai, begitu juga dengan karyawan yang sedikit.

Motif batik yang ada di EB meliputi: Megamendung, Lereng, dan motif-motif lainnya. Salah satu dari sekian banyak jenis benang yang ditawarkan EB Batik untuk pembuatan batik adalah benang sutra dari Singapura.

Batik menurut proses pembuatannya terbagi menjadi 5 yaitu: batik tulis, batik cap, batik kombinasi, batik print dan batik celup.

1. Batik tulis adalah teknik menulis tradisional yang paling awal. Bahkan, banyak orang menyebut hasil batik ini sebagai hasil yang otentik atau asli. Di Jawa, batik tulis sering digunakan, seperti pada batik Kawung dari Yogyakarta dan batik Mega Mending dari Jawa Barat. Proses pertama dalam batik tulis adalah penggambaran pola yang diinginkan kemudian pola tersebut ditutupi oleh lilin panas menggunakan canting hingga mengeras.

2. Batik cap merupakan tehnik pembuatan yang lebih modern dibandingkan dengan menggunakan canting. Proses pembuatannya ialah stempel tembaga dicelupkan ke dalam cairan lilin, lalu ditekan dengan keras pada kain batik hingga menyeluruh.
3. Batik kombinasi yaitu perpaduan antara batik tulis dan cap. Prosesnya adalah pembatik akan menggunakan stempel untuk membuat motif pada kain. Kemudian agar lebih detail, pembatik akan menggunakan canting untuk menambahkan motif yang lebih rumit.
4. Batik print, tehnik dalam pembuatan batik ini paling cepat karena menggunakan print. Proses pertama dalam pembuatan batik print ialah membuat motif batik di komputer, kemudian dicetak di atas kain.
5. Batik celup, proses pembuatan batik celup ialah pertama mengikat beberapa bagian kain menggunakan karet atau tali. Kemudian celupkan kain tersebut ke dalam cairan pewarna.

Kemajuan material dan teknologi telah membuat kemungkinan pembuatan batik menjadi sangat luas. Contoh aplikasi tersebut termasuk pencetakan, batik sablon (penyablonan), batik tulis halus dan kasar, topi batik, dan kombinasi dari proses-proses ini. Meskipun produk sablon tertentu tidak dapat diklasifikasikan sebagai batik, produk tersebut dikenal sebagai motif batik atau batik printing.

## **2. Analisis SWOT**

Menurut Jogiyanto & Freddy Rangkuti (dalam Titus Kristanto dkk, 2017:2), analisis SWOT terdiri dari evaluasi kekuatan dan kelemahan sumber daya internal dan eksternal perusahaan serta tantangan dan peluang yang dihadapi. Analisis SWOT melibatkan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi. Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal berupa peluang (opportunity) dan ancaman (threat) dengan faktor internal berupa kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness). Hal ini menghasilkan penentuan tujuan bisnis dan identifikasi faktor internal dan eksternal yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT ini mengkaji dua faktor lingkungan bisnis, di mana lingkungan tersebut terdiri dari:

1. Lingkungan Internal adalah suatu keadaan, kondisi, peristiwa, atau fenomena yang berkaitan erat dengan kemampuan organisasi atau bisnis dalam menghadapinya.
2. Lingkungan eksternal adalah suatu keadaan, kondisi, situasi, atau peristiwa yang berkaitan erat dengan organisasi atau bisnis yang tidak memiliki kemampuan untuk mengendalikan atau berdampak negatif.

**Tabel 1.** Analisis S dan W pada Lingkungan Internal di EB Batik Tradisional

<i>Strengths (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
Kualitas batik yang bagus	Minimnya tenaga kerja dalam proses produksi batik
Ramah dan sopan pelayannya	Minimnya karyawan laki-laki di <i>showroom</i> batik
Ruangannya bersih dan menyenangkan bagi pelanggan	Masih menggunakan alat tradisional
Mengikuti perkembangan zaman	Tidak tertariknya anak muda terhadap batik

**Tabel 2.** Analisis O dan T pada Lingkungan Internal di EB Batik Tradisional

<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threats (Ancaman)</i>
Batik adalah kain tradisional Indonesia.	Ketatnya persaingan
Berbagai inovasi dalam industri batik	Akses jalan yang kurang luas
Adanya media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana penjualan	Semakin maraknya pakaian-pakaian modern yang lebih bagus

### 3. Strategi Penjualan

Untuk meningkatkan pendapatan, EB Batik Tradisional dapat menerapkan beberapa strategi penjualan berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan. Pertama, mengoptimalkan kualitas batik yang sudah unggul dan pelayanan yang ramah dan sopan. Dengan fokus pada pemasaran produk unggulan melalui berbagai platform, baik online maupun offline, serta melatih staf untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik, dengan pelayanan terbaik EB Batik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menarik lebih banyak pembeli. Melakukan kampanye iklan yang menyoroti keunikan dan keunggulan kualitas batik serta promosi testimoni pelanggan, akan sangat membantu dalam mencapai tujuan ini.

Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini juga penting. Dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana penjualan, EB Batik dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas. Membuat konten kreatif seperti tutorial cara memakai batik, mengungkap sejarah batik, atau acara belanja langsung dapat menarik minat pelanggan baru. Implementasi fitur toko online di

platform seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok akan memudahkan transaksi dan meningkatkan penjualan.

Inovasi produk serta diversifikasi produk juga merupakan kunci penitng dalam meningkatkan penjualan dna pendapatan EB Batik. Meluncurkan koleksi baru dengan batik yang lebih modern untuk menarik anak muda agar membeli produk dari EB Batik sendiri. Melakukan kolaborasi dengan desainer lokal atau influencer dapat menciptakan produk yang unik, menarik dan juga dapat mendatangkan pelanggan baru. Mengadakan acara atau workshop untuk mengedukasi dan melibatkan anak muda dalam proses pembuatan batik juga dapat membantu mengubah pandangan anak muda terhadap batik, menjadikannya lebih *trendi* dan *stylish* sehingga akan terlihat lebih menarik jika mereka menggunakan batik. Selain itu, dengan mengikuti event nasional dan internasional juga dapat mengenalkan batik ke mancanegara ini juga akan menguntungkan EB Batik dalam peningkatan penjualan dan pendapatan.

Optimalisasi *showroom* dan proses produksi adalah langkah selanjutnya dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan EB Batik. Dengan meningkatkan pengalaman berbelanja di *showroom* melalui event spesial seperti demo membuat batik serta menyediakan fasilitas yang nyaman bagi pelanggan, EB Batik dapat meningkatkan kualitas pelanggan. Selain itu, investasi dalam pelatihan dan pengembangan tenaga kerja yang ada serta mengadopsi teknologi baru yang dapat meningkatkan efisiensi produksi tanpa mengorbankan kualitas adalah langkah penting untuk mengatasi kelemahan dalam proses produksi. Meskipun masih menggunakan alat tradisional kualitas produk harus tetap dijaga oleh sebab itu pelatihan dan pengembangan tenaga kerja perlu dilakukan.

Untuk mengatasi ancaman persaingan serta keterbatasan akses menuju EB Batik adalah hal yang perlu diperhatikan. Membangun branding yang kuat dengan menekankan pada warisan dan kualitas batik, serta menawarkan layanan pelanggan yang unggul dan produk dengan desain eksklusif dapat membantu EB Batik bersaing di pasar yang ketat. Fokus pada penjualan online untuk mengatasi keterbatasan akses fisik, dan menyediakan layanan antar gratis atau promo pengiriman untuk menarik pelanggan yang tidak dapat mengunjungi *showroom*, adalah strategi yang dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan secara signifikan.

Dengan menerapkan strategi yang ada EB Batik Tradisional dapat memaksimalkan kekuatan internal dan memanfaatkan peluang eksternal, serta mengatasi kelemahan dan

mengantisipasi ancaman yang ada sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan secara efektif.

#### **IV. KESIMPULAN**

EB Batik Tradisional memiliki potensi besar untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan melalui strategi penjualan yang terarah dan inovatif. Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, kekuatan EB Batik terletak pada kualitas batik yang unggul, pelayanan yang ramah, dan kemampuan mengikuti perkembangan zaman. Untuk mengoptimalkan kekuatan ini, perlu dilakukan peningkatan pemasaran produk melalui berbagai platform online dan offline, serta pelatihan staff untuk menjaga kualitas pelayanan. Penggunaan media sosial sebagai sarana penjualan dapat memperluas jangkauan pasar dan menarik pelanggan baru melalui konten kreatif dan interaktif. Inovasi produk dengan meluncurkan koleksi modern dan kolaborasi dengan desainer lokal dapat menarik minat anak muda, menjadikan batik lebih trendi. Selain itu, optimalisasi *showroom* dan proses produksi melalui pelatihan tenaga kerja dan adopsi teknologi baru dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Mengatasi ancaman persaingan dan keterbatasan akses fisik dengan membangun branding yang kuat dan fokus pada penjualan online juga merupakan langkah penting. Dengan menerapkan strategi yang ada, EB Batik Tradisional dapat memaksimalkan kekuatan internal, memanfaatkan peluang eksternal, mengatasi kelemahan, dan mengantisipasi ancaman sehingga mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan secara signifikan dan berkelanjutan

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdurokhim. 2024. "Suksesi Kepemimpinan Perusahaan Keluarga Di Indonesia." 07(February):4–6.
- Ardiansyah, Risnita, and M. Syahrani Jailani. 2023. "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif." *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 1(2):1–9. doi: 10.61104/ihsan.v1i2.57.
- Arifin, Yanuar; Fahrudin, MM; Istiqomah, Latifah. 2019. "IMPLEMENTASI KUNJUNGAN EB BATIK TRADITIONAL SEBAGAI SARANA PEMBELAJARAN MANAJEMEN." 1–6.

- Basiran, Wanda Sri Juliandini, Desi Hilwatun Nisa, Syarifah Luthfiah, Atiah Syahla, and Dinah Mardatillah. 2023. "Menggali Nilai-Nilai Islam Dalam Batik Cirebon: Pendekatan Dalam Pendidikan Agama." *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 6(4):2188–92.
- Dananjaya; Miranda, A., & Thalib, S. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Inovasi Layanan Terhadap Minat Beli Batik Tradisional Cirebon Dengan Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Intervening: Studi Empirik: Batik Trusmi Cirebon. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 4(2), 131-146.
- Danirih, Danirih, and Tri Wahyu Retno Ningsih. 2023. "Motif Batik Indramayu Sebagai Bentuk Strategi Akulturasi Budaya Tiongkok-Indramayu." *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 7(2):373–84. doi: 10.22219/satwika.v7i2.27738.
- Evita, Ypriliansi Nora, Agus Trihartono, and Adhiningsih Prabhawati. 2022. "Pengakuan UNESCO Atas Batik Sebagai Warisan Budaya Tak Benda (WBTB)." *Majalah Ilmiah Dian Ilmu* 21(2):113. doi: 10.37849/midi.v21i2.260.
- Hudah, Khoirul. 2023. "Batik Cirebon." <https://www.batikprabuseno.com/artikel/edukasi/batik-cirebon/>
- HS, Santi Pertiwi, Rika Uswatun Hasanah, Nurhasanah, and Denny Lesmana. 2020. "Pengembangan Dan Pelestarian Eb Batik Di Era Modern." *Pengembangan Dan Pelestarian EB Batik Di Era Modern* 10.
- Khalish, Yuha Afina, and Ade Solihat. 2023. "Akulturasi Budaya Arab Dalam Motif Kaligrafi Batik Besurek Bengkulu." *Jurnal Kajian Seni* 9(1):80–93.
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). Strategi peningkatan omset ukm percetakan dengan pendekatan analisis SWOT. *SESINDO* 9, 2017.
- Lestari Desi Erika & Ce Gunawan. 2021. "Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial Available* 1(46):34–39.
- Nurainun, Heriyana, and Rasyimah. 2008. "ANALISIS INDUSTRI BATIK DI INDONESIA Oleh: Nurainun, Heriyana Dan Rasyimah Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh Banda Aceh." *Fokus Ekonomi* 7(3):124–35.
- Oey, Sellia. 2022. "5 Teknik Pembuatan Batik dan Cara Membedakannya." <https://www.ruparupa.com/blog/teknik-pembuatan-batik/>

- Pratiwi, A. A., Sianturi, N., Sandi, S. P. H., & Hidayaty, D. E. (2023). Strategi Marketing Public Relations Kopi Kenangan dalam Membangun Brand Awareness. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 141-151.
- Santi Pertiwi Hari Sandi, Tiyo Riswanto, Lepat Raharjo, Dewi Putri Siti Aminah. 2016. "MANFAAT INDUSTRI KERAJINAN EB BATIK TRADISIONAL TERHADAP PEREKONOMIAN WARGA SEKITAR." 1–23.
- Siregar, A. P., Raya, A. B., Nugroho, A. D., Indana, F., Prasada, I. M. Y., Andiani, R., ... & Kinasih, A. T. (2020). Upaya pengembangan industri batik di Indonesia. *Dinamika Kerajinan Dan Batik*, 37(1), 374833.
- Sono, Michelle S., and Mary Philia Elisabeth. 2023. "Efforts to Increase Love for Indonesian Batik Among the Youth: A Self-Determination Theory Approach." *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik* 1(5):2.
- Subekti, Priyo, Hanny Hafiar, and Kokom Komariah. 2020. "Word of Mouth Sebagai Upaya Promosi Batik Sumedang Oleh Perajin Batik (Studi Kasus Pada Sanggar Batik Umimay)." *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah* 37(1):41–54. doi: 10.22322/dkb.V36i1.4149.
- Sugiarti, Iis Yeni. 2019. "Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) Melalui Inkuiri Terbimbing Pada Materi Kegiatan Ekonomi Mahasiswa Pendidikan Guru Sekolah Dasar." *Caruban: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Dasar* 1(2):141. doi: 10.33603/cjiipd.v1i2.2506.
- Sumiarsa, F. F., K. Yustikasari, and ... 2022. "Wisata Budaya Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kampung Batik Trusmi Cirebon." *KABILAH: Journal of ...* 7(14):519–27.
- Trixie, Alicia Amaris, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra, Jawa Timur, Penggunaan Warisan, Budaya Batik, Sebagai Identitas, and Bangsa Indonesia. 2006. "Trixie." *A John Steinbeck Encyclopedia* 401.
- Wahyuningsih, Nining, and Noor Fauziah. 2016. "Industri Kerajinan Batik Tulis Trusmi Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pengrajin Batik Tulis Trusmi Di Desa Trusmi Kulon Cirebon." *Jurnal Al-Mustashfa* 4(2):124–32.
- Yudi Aprianingrum, Archangel, and Asri Hayati Nufus. 2021. "Batik Indonesia, Pelestarian Melalui Museum." *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik* 1–14.

(Abdurokhim 2024; Ardiansyah, Risnita, and Jailani 2023; Arifin, Yanuar; Fahrudin, MM; Istiqomah 2019; Basiran et al. 2023; Dananjaya et al. 2024; Danirih and Ningsih 2023; Evita, Trihartono, and Prabhawati 2022; Hudah, Khoirul. 2023; HS et al. 2020; Khalish and Solihat 2023; Kristanto, T et al 2017; Lestari Desi Erika & Ce Gunawan 2021; Nurainun, Heriyana, and Rasyimah 2008; Oey, Sellia. 2022; Pratiwi, A. A. et al. 2023; Santi Pertiwi Hari Sandi, Tiyo Riswanto, Lepat Raharjo 2016; Siregar, A. P et al 2020; Sono and Elisabeth 2023; Subekti, Hafiar, and Komariah 2020; Sugiarti 2019; Sumiarsa, Yustikasari, and ... 2022; Trixie et al. 2006; Wahyuningsih and Fauziah 2016; Yudi Aprianingrum and Hayati Nufus 2021).