



Faktor Keberhasilan Usaha Batik Pekalongan (Studi Kasus Usaha Bisnis Batik Kafina di Pekalongan)

¹Moh Ravid Ferdiansyah, ²M. Taufiq Abadi

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Alamat: Jl. Pahlawan Km.5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan 51161

Korespondensi penulis: mohravid12@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze a case study of the Batik Kafina business in Pekalongan. This research will involve collecting primary and secondary data to obtain comprehensive information about the business of Batik Kafina. The research method used is a qualitative approach by collecting data through in-depth interviews with the owners and managers of Batik Kafina, as well as direct observation at business locations. Furthermore, the data will be analyzed descriptively to identify the factors that influence the success of the Batik Kafina business. The analysis will be carried out by considering several key factors, including marketing strategy, operational management, product innovation and customer response. In addition, it will also analyze the local business environment in Pekalongan, including competition with other batik producers and support from the local government. The results of this study are expected to provide insight into the factors that influence the success of the Batik Kafina business in Pekalongan. The findings of this study can be used as a reference for business owners and other business actors in developing strategies and facing challenges in the batik industry. This research can also contribute knowledge in the development of the batik industry in Indonesia as a whole.*

Keywords: *Batik, Business Enterprise, Success Factors.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis studi kasus tentang usaha bisnis Batik Kafina di Pekalongan. Penelitian ini akan melibatkan pengumpulan data primer dan sekunder untuk memperoleh informasi yang komprehensif tentang bisnis Batik Kafina. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan manajer Batik Kafina, serta observasi langsung di lokasi bisnis. Selanjutnya, data akan dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis Batik Kafina. Analisis akan dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa faktor kunci, termasuk strategi pemasaran, manajemen operasional, inovasi produk, dan respons pelanggan. Selain itu, akan dianalisis juga lingkungan bisnis lokal di Pekalongan, termasuk kompetisi dengan produsen batik lainnya dan dukungan dari pemerintah daerah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha bisnis Batik Kafina di Pekalongan. Temuan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pemilik usaha dan pelaku bisnis lainnya dalam mengembangkan strategi dan menghadapi tantangan dalam industri batik. Penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan pengetahuan dalam pengembangan industri batik di Indonesia secara keseluruhan.

Kata kunci: Batik, Usaha Bisnis, Faktor Keberhasilan

LATAR BELAKANG

Industri batik memiliki potensi ekonomi yang signifikan bagi negara, karena dapat menghasilkan pendapatan yang besar melalui penyerapan tenaga kerja dan pemasukan. Permintaan pasar, baik dalam negeri maupun luar negeri, sangat tinggi, sehingga menciptakan peluang yang besar untuk mengembangkan industri ini (Novitasari, 2022). Dalam dunia seni, Batik telah menjadi salah satu warisan budaya yang khas dan indah. Keunikan dan keindahan seni dalam Batik telah menjadi faktor utama yang menarik minat pasar. Faktor ini meliputi pengaplikasian, pola, tampilan, dan desain Batik itu sendiri.

Pengaplikasian Batik mencakup berbagai produk seperti pakaian, aksesoris, hiasan rumah, dan banyak lagi. Seni Batik telah menjadi daya tarik bagi konsumen yang menghargai keindahan dan tradisi budaya. Mereka tertarik pada detail yang rumit dan kerumitan proses pembuatan Batik. Pola-pola dalam Batik menjadi elemen penting yang menambah nilai estetika. Desain pola Batik bisa berasal dari tradisi lama yang diwariskan dari generasi ke generasi, atau dapat juga mengadopsi gaya modern dan kontemporer. Pola-pola tersebut dapat menggambarkan motif-motif alam, flora dan fauna, geometri, maupun cerita-cerita tradisional. Tampilan dan desain Batik juga turut berperan penting dalam menarik minat pasar. Penggunaan warna, komposisi, dan perpaduan pola dapat memberikan kesan yang berbeda-beda. Beberapa desain Batik mungkin lebih formal dan elegan, sementara yang lain lebih ceria dan kreatif. Perkembangan teknologi juga telah membuka peluang baru dalam eksplorasi desain Batik yang lebih inovatif dan eksperimental. Dalam menjaga kelangsungan produksi Batik, penting untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi. Hal ini melibatkan pemilihan bahan berkualitas, penerapan teknik pewarnaan yang baik, dan peningkatan proses produksi secara keseluruhan. Dengan demikian, Batik dapat tetap menjadi produk yang berkualitas tinggi dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Perkembangan desain dan pola Batik saat ini juga sangat dipengaruhi oleh preferensi konsumen yang terus berubah sesuai dengan mode dan perkembangan zaman. Para perancang Batik perlu mengikuti tren dan memahami selera pasar agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen. Fleksibilitas dalam menciptakan desain yang baru dan inovatif menjadi kunci dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang selalu berkembang. Dengan menjaga ciri khas dan keindahan seni dalam Batik serta memperhatikan kebutuhan pasar, industri Batik dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang berarti bagi kekayaan budaya dan ekonomi suatu negara. (Utomo et al., 2018).

Seiring berjalannya waktu, batik telah digunakan dalam berbagai bentuk, awalnya sebagai pakaian dan perabotan tradisional seperti sarung, jarik, kemeja, pakaian wanita, selimut, taplak meja, dan sebagainya. Saat ini, batik lebih sering digunakan sebagai aksesoris dalam busana modern (seperti tas, ikat pinggang, sepatu, dan sandal), serta digunakan untuk menghiasi interior rumah dan kantor (Siswa Kelas VII-E SMP Negeri 6 Sidoarjo, 2021). Pada awalnya, pembuatan batik dilakukan secara tradisional, namun saat ini berbagai sektor industri batik telah menggunakan teknologi modern dalam proses pembuatan dan desainnya. Meskipun demikian, kegiatan membatik secara tradisional masih menjadi kegiatan yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat di daerah-daerah produsen batik terbesar seperti Tulungagung, Cirebon, Yogyakarta, Solo, Pekalongan, Banjarmasin, Jambi, Madura, Papua, dan Bali (Ully et al., 2022).

Proses pembuatan batik secara tradisional terdiri dari 11 tahapan, yaitu Nggirah, Nganji, Nyimpong, Njereng, Nerusi, Nembok, Medel, Mbironi, Nyoga, dan Nglorod. Dengan melewati berbagai rangkaian pembuatan Batik, kualitas yang dihasilkan bernilai tinggi, tidak mudah pudar, dan awet dibandingkan dengan kain jenis printing. Setiap tahapan dalam proses pembuatan batik tradisional membutuhkan komponen, energi, bahan dan bahan tambahan lain yang menggunakan perangkat yang relatif sederhana. Namun, penggunaan teknik yang masih sederhana ini juga dapat menyebabkan inefisiensi dalam penggunaan bahan baku, baik dalam proses produksi maupun konsumsi daya (Nurdalia, 2006). Ketidakefisienan dalam proses manufaktur ini dapat menghasilkan limbah yang signifikan dan aditif dari proses produksi bahan baku. Hal ini dapat menyebabkan kerugian ekonomi dan juga dampak negatif pada lingkungan, karena mengakibatkan biaya tinggi dalam pengolahan limbah dan pemrosesan yang berkualitas tinggi.

Pemasaran dijadikan sebagai aktivitas utama yang dijalankan oleh suatu usaha untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan usahanya agar dapat terus berkembang dan mencapai keuntungan sesuai dengan tujuan perusahaan (Atik Nurngaeni, 2021). Pemasaran adalah suatu proses yang melibatkan interaksi sosial dan manajerial, di mana individu atau organisasi memperoleh barang atau layanan yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan melakukan pertukaran nilai dengan pihak lain (Adelia et al., 2023). Di tengah persaingan usaha yang semakin sengit dan beragam, perusahaan perlu memiliki strategi yang kuat guna mencapai tujuan yang ditetapkan.

Strategi yang jelas dan tegas memungkinkan perusahaan untuk secara cepat dan akurat merencanakan perkembangan yang mungkin terjadi dalam lingkungan, baik itu aspek internal maupun eksternal perusahaan, sehingga perusahaan dapat merespons perubahan ini dengan lebih cepat (Martoyo et al., 2019). Merumuskan strategi yang efektif untuk menghadapi persaingan di pasar adalah kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Ini meliputi strategi promosi, strategi penjualan atau distribusi, strategi harga, dan strategi produk. Keseluruhan konsep ini dikenal sebagai bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan alat penting dalam menentukan pasar sasaran dan menjadi dasar bagi pengembangan strategi pemasaran perusahaan (Ulfah et al., 2021).

KAJIAN TEORITIS

Konsep Bisnis Batik

Konsep bisnis batik melibatkan produksi, pemasaran, dan penjualan batik sebagai produk utama. Batik merupakan seni khas Indonesia yang menggunakan teknik pewarnaan kain dengan pola-pola yang rumit dan indah (Susetyawati & Kintoko, 2022). Dalam bisnis batik, konsep ini melibatkan berbagai tahapan, mulai dari perancangan pola batik, proses pembuatan batik secara manual atau mesin, hingga pengemasan dan distribusi produk batik kepada konsumen (Sunarjo et al., 2023). Selain itu, bisnis batik juga melibatkan pengembangan inovasi produk dan strategi pemasaran yang tepat untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen. Konsep bisnis batik juga mencakup manajemen operasional yang efektif, termasuk pengelolaan persediaan bahan baku, pengawasan kualitas produksi, dan efisiensi dalam proses produksi (Khamidah, 2022). Dalam bisnis batik, penting untuk memperhatikan respons pelanggan, sehingga umpan balik dari konsumen dapat menjadi acuan dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan. Dengan memahami konsep bisnis batik secara menyeluruh, pelaku bisnis dapat mengembangkan strategi yang tepat dan mengoptimalkan potensi bisnis dalam industri batik yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Industri Batik Di Pekalongan

Industri batik di Pekalongan merupakan salah satu yang terkemuka di Indonesia dan diakui secara internasional. Pekalongan dikenal sebagai pusat industri batik yang memiliki sejarah panjang dalam produksi dan perdagangan batik (Martina Ariani et al., 2021). Kota ini memiliki banyak pabrik batik, pengrajin, dan pelaku bisnis yang berperan dalam menciptakan berbagai produk batik berkualitas tinggi. Industri batik di Pekalongan mencakup seluruh rantai nilai, mulai dari perancangan pola, proses pewarnaan, hingga finishing produk batik. Keunikan dan kekhasan batik Pekalongan terletak pada motif-motifnya yang beragam, seperti motif

kawung, parang, truntum, dan sebagainya (Pandanwangi et al., 2021). Selain itu, penggunaan teknik pewarnaan yang tradisional seperti canting dan cap memberikan sentuhan artistik dan keindahan pada setiap produk batik. Pekalongan juga memiliki berbagai acara dan festival yang menampilkan keindahan batik, seperti Pekalongan Batik Festival, yang menjadi ajang untuk mempromosikan dan memperkenalkan batik Pekalongan kepada masyarakat lokal maupun internasional (Andriani et al., 2020). Industri batik di Pekalongan juga berperan penting dalam perekonomian daerah, menciptakan lapangan kerja, dan melestarikan warisan budaya Indonesia. Dengan daya saing yang kuat dan kekayaan budaya yang dimiliki, industri batik di Pekalongan terus berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi dan kebanggaan bangsa.

Faktor Keberhasilan Bisnis

Faktor keberhasilan bisnis adalah elemen-elemen kunci yang berkontribusi terhadap pencapaian tujuan dan kesuksesan suatu bisnis. Dalam konteks bisnis batik, beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan dapat diidentifikasi, yaitu strategi pemasaran, manajemen operasional, inovasi produk, dan respons pelanggan (Monik & Siregar, 2022).

Strategi pemasaran yang efektif menjadi faktor penting dalam keberhasilan bisnis batik. Hal ini meliputi pemahaman yang mendalam tentang segmen pasar, penentuan target pasar yang tepat, dan komunikasi yang efisien untuk mempromosikan produk batik kepada konsumen potensial (Ulfah et al., 2021). Perusahaan batik perlu mengembangkan strategi pemasaran yang unik, seperti melibatkan media sosial, e-commerce, atau kolaborasi dengan desainer ternama, guna meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk batik mereka di pasar.

Manajemen operasional yang baik juga merupakan faktor penting dalam keberhasilan bisnis batik. Hal ini mencakup pengelolaan persediaan bahan baku, efisiensi dalam proses produksi, pengawasan kualitas produk, dan manajemen biaya yang efektif (Nugroho et al., 2023). Dengan mengoptimalkan operasional bisnis, perusahaan batik dapat meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya produksi, dan memastikan kualitas batik yang konsisten.

Inovasi produk juga menjadi faktor yang berperan dalam keberhasilan bisnis batik. Dalam industri yang kompetitif, perusahaan batik perlu terus mengembangkan dan memperbarui desain dan motif batik mereka agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen. Inovasi dapat mencakup penggunaan teknologi digital dalam perancangan batik, eksplorasi bahan dan teknik pewarnaan yang baru, atau penggabungan batik dengan gaya fashion modern (Widiana & Alit, 2022). Dengan berinovasi, perusahaan batik dapat membedakan diri mereka dari pesaing dan menarik minat konsumen yang lebih luas.

Respons pelanggan merupakan faktor krusial dalam keberhasilan bisnis batik. Memahami kebutuhan, preferensi, dan harapan konsumen menjadi landasan dalam menghasilkan produk batik yang sesuai. Melalui pengumpulan umpan balik dari konsumen, baik melalui survei, ulasan produk, atau interaksi langsung, perusahaan batik dapat memperbaiki kualitas produk, layanan pelanggan, dan memenuhi ekspektasi yang lebih baik (Pertiwi, 2023). Respons yang baik terhadap konsumen juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan membangun citra positif perusahaan batik.

Secara keseluruhan, faktor-faktor keberhasilan bisnis batik saling terkait dan saling mempengaruhi. Strategi pemasaran yang efektif akan mendukung manajemen operasional yang baik, sementara inovasi produk dan respons pelanggan yang baik akan meningkatkan nilai tambah bisnis batik. Dengan memperhatikan dan mengoptimalkan faktor-faktor ini, perusahaan batik dapat meningkatkan daya saing, pertumbuhan, dan keberhasilan jangka panjang di industri batik yang dinamis

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang melibatkan pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan manajer Batik Kafina, serta melalui observasi langsung di lokasi bisnis. Wawancara mendalam akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang operasional dan strategi bisnis Batik Kafina, sementara observasi langsung akan memberikan gambaran langsung tentang proses produksi, kualitas produk, dan interaksi dengan pelanggan. Selanjutnya, data sekunder akan dikumpulkan melalui studi literatur, dokumen perusahaan, dan sumber informasi terkait lainnya. Studi literatur akan digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas tentang industri batik dan faktor-faktor keberhasilan bisnis. Dokumen perusahaan, seperti laporan keuangan dan kebijakan operasional, akan memberikan informasi tambahan tentang performa bisnis Batik Kafina. Data yang terkumpul akan dianalisis secara deskriptif, dengan fokus pada identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis Batik Kafina. Beberapa faktor kunci yang akan dianalisis termasuk strategi pemasaran, manajemen operasional, inovasi produk, respons pelanggan, serta lingkungan bisnis lokal di Pekalongan, termasuk kompetisi dengan produsen batik lainnya dan dukungan dari pemerintah daerah. Analisis ini akan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis Batik Kafina.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Keberhasilan Usaha Batik Kafina

Batik Kafina menerapkan strategi produk yang mengedepankan kualitas dengan menggunakan bahan yang berkualitas tinggi, tanpa adanya unsur penipuan terkait dengan kualitas barang. Mereka menghasilkan batik sesuai dengan permintaan pelanggan dan terus melakukan inovasi pada motif dan warna produk. Dalam upaya mempertahankan kualitasnya, Batik Kafina selalu memperhatikan proses pewarnaan, proses pematikan, dan bahan baku. Kualitas produk merupakan elemen yang paling penting dalam operasi perusahaan dan juga merupakan kondisi dinamis yang terkait dengan produk. Manajemen Pemasaran mengakui bahwa kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan, 2021) bahwa dengan menghasilkan produk yang memiliki kualitas tinggi, perusahaan dapat membangun loyalitas dan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing perusahaan.

Batik Kafina menerapkan strategi jaminan garansi sebagai fokus utama untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan memperkuat daya saing bisnis. Perusahaan harus menyediakan jaminan yang konkret untuk memastikan kelancaran distribusi produknya. Dengan memberikan jaminan garansi, jika produk mengalami kerusakan selama proses distribusi, Batik Kafina siap menggantinya dengan produk baru. Jika pelanggan tidak puas dengan produk atau layanan yang telah dibayarkan, mereka berhak mendapatkan kompensasi. Garansi ini juga menjanjikan kualitas prima sebagai upaya untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Selain itu, Batik Kafina menciptakan merek produk dengan tujuan untuk menciptakan identitas yang khas dan mudah diingat oleh pelanggan.

Batik Kafina telah sukses dalam mengimplementasikan strategi pengembangan produk sebagai bagian integral dari strategi mereka. Mereka menawarkan berbagai macam produk yang beragam dan inovatif, yang mencakup kain batik, sarung, daster, gamis, kemeja batik, dan banyak lagi. Dengan melakukan ini, Batik Kafina mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi yang beragam dari pelanggan mereka. Dalam upaya mereka untuk tetap relevan dan menarik bagi pasar, mereka terus melakukan inovasi dalam desain, pola, dan penggunaan bahan. Dengan strategi pengembangan produk yang kuat, Batik Kafina mampu memperluas jangkauan produk mereka dan memperkaya portofolio mereka untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda dari pelanggan mereka.

Dalam strategi pemasaran, harga merupakan elemen yang sangat signifikan dalam menghasilkan pendapatan. Harga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, di mana konsumen akan tetap mempertahankan preferensi terhadap tingkat harga tertentu karena mereka membandingkan harga dengan produk dari perusahaan lain sebelum membuat keputusan pembelian.

Untuk memperkuat daya saingnya, Batik Kafina menggunakan strategi harga yang mempertimbangkan kualitas produk, penggunaan bahan berkualitas tinggi, tingkat kesulitan motif, dan menawarkan harga yang kompetitif. Mereka tidak terpengaruh oleh harga produk pesaing, baik itu lebih tinggi atau lebih rendah. Tujuan mereka adalah menentukan harga yang sesuai dengan pasar, tanpa menjual di bawah atau di atas harga yang ditawarkan oleh pesaing.

Dalam upaya memperkuat daya saingnya, Batik Kafina menjalankan strategi harga dengan mempertimbangkan kualitas produk, penggunaan bahan berkualitas tinggi, serta tingkat kesulitan motif yang dihasilkan. Mereka tidak menjual produk dengan harga di bawah pasar yang ditawarkan oleh pesaingnya. Selain itu, kejujuran dianggap sebagai prinsip fundamental dalam aktivitas bisnis. Nabi Muhammad saw. sangat mendorong praktik kejujuran dalam berbagai aspek bisnis.

Tantangan dan Peluang Industri Batik di Pekalongan

Industri batik di Pekalongan menghadapi tantangan dan peluang yang perlu diperhatikan dalam pengembangan dan pertumbuhannya. Salah satu tantangan utama adalah persaingan yang semakin ketat dengan produsen batik lainnya. Seiring dengan popularitas batik yang terus meningkat, banyak perusahaan batik lainnya bermunculan, baik di dalam maupun luar Pekalongan. Hal ini mengakibatkan peningkatan persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar, baik di tingkat lokal maupun nasional. Untuk tetap bersaing, industri batik di Pekalongan perlu terus berinovasi dalam hal desain, teknik pewarnaan, dan kualitas produk. Selain itu, industri batik di Pekalongan juga dihadapkan pada tantangan dalam memenuhi perubahan tren dan permintaan pasar. Selera konsumen terus berubah, dan perusahaan batik harus dapat menyesuaikan diri dengan tren mode yang berkembang. Mereka perlu mengikuti perkembangan fashion terkini, baik dalam hal motif, warna, maupun gaya desain, agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen.

Namun, di tengah tantangan tersebut, industri batik di Pekalongan juga memiliki peluang yang besar. Salah satu peluang yang signifikan adalah dukungan dari pemerintah daerah. Pemerintah Pekalongan telah mengambil langkah-langkah untuk mempromosikan industri batik, seperti mengadakan festival dan acara yang mengangkat budaya batik. Selain itu, pemerintah daerah juga dapat memberikan kebijakan dan insentif yang mendukung

pertumbuhan industri batik, seperti pembiayaan, pelatihan, dan akses pasar yang lebih luas. Selain dukungan pemerintah, peluang lainnya terletak pada meningkatnya minat dan apresiasi terhadap batik sebagai warisan budaya Indonesia. Batik semakin populer di tingkat lokal dan internasional, baik sebagai produk fashion maupun sebagai karya seni. Industri batik di Pekalongan dapat memanfaatkan hal ini dengan menghasilkan produk batik berkualitas tinggi yang menggabungkan tradisi dan inovasi. Dengan mempertahankan keaslian dan keunikan batik Pekalongan, industri batik dapat menarik pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saingnya.

Dalam keseluruhan, industri batik di Pekalongan menghadapi tantangan persaingan dan perubahan tren, namun juga memiliki peluang melalui dukungan pemerintah dan meningkatnya minat terhadap batik. Dengan pengelolaan yang baik, inovasi yang terus-menerus, dan pemanfaatan peluang yang ada, industri batik di Pekalongan dapat terus tumbuh dan berkembang sebagai pusat industri batik yang unggul di Indonesia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan faktor keberhasilan usaha Batik Kafina yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa strategi produk yang mengutamakan kualitas, inovasi, dan mempertahankan keaslian batik menjadi elemen penting dalam mencapai keberhasilan. Batik Kafina telah berhasil menjaga kualitas produknya dengan menggunakan bahan yang bagus, tanpa unsur penipuan atas kualitas barang. Mereka juga terus melakukan inovasi pada motif produk dan warna untuk tetap menarik bagi konsumen. Selain itu, strategi manajemen pemasaran yang fokus pada kualitas produk juga memiliki peran penting. Konsumen cenderung lebih loyal dan setia terhadap produk yang berkualitas. Oleh karena itu, Batik Kafina menjaga kualitas produknya melalui pengawasan yang ketat pada bahan baku, proses pembatikan, dan proses pewarnaan. Hal ini membantu memperkuat daya saing perusahaan dan menjaga kepuasan pelanggan. Dalam aspek strategi harga, Batik Kafina mengadopsi pendekatan yang menyesuaikan harga dengan kualitas produknya. Mereka tidak terpengaruh oleh harga produk pesaing, namun tetap menawarkan harga yang kompetitif. Kejujuran juga menjadi nilai fundamental dalam kegiatan bisnis mereka. Secara keseluruhan, faktor keberhasilan usaha Batik Kafina meliputi strategi produk yang fokus pada kualitas, inovasi, dan mempertahankan keaslian batik. Strategi manajemen pemasaran yang memperhatikan kualitas produk dan loyalitas pelanggan juga menjadi faktor penting. Selain itu, strategi harga yang menyesuaikan dengan kualitas produk dan kejujuran dalam bisnis turut berkontribusi terhadap keberhasilan usaha.

Sementara itu, industri batik di Pekalongan menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat dan perubahan tren serta permintaan pasar yang terus berubah. Namun, industri ini juga memiliki peluang melalui dukungan pemerintah daerah dan meningkatnya minat terhadap batik sebagai warisan budaya Indonesia. Dengan pengelolaan yang baik, inovasi yang terus-menerus, dan memanfaatkan peluang yang ada, industri batik di Pekalongan memiliki potensi untuk terus tumbuh dan berkembang sebagai pusat industri batik yang unggul di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Adelia, S., Amaral, M. A. L., Lumbantobing, P., Hidayat, M. R., Oktayani, D., Candra, L., Zulfikar, R., Ratri, W. S., Yudawisastra, H. G., & Utami, A. R. (2023). *Manajemen Pemasaran Mix (Konseptual dan Praktis)*. Widina Bhakti Persada.
- Andriani, R., Astuti, W., & Putri, R. A. (2020). Peran Sentra Batik Kauman Dan Pesindon Untuk Mencapai Kota Pekalongan Sebagai Kota Kreatif Kerajinan. *Desa-Kota*, 2(2), 203–216. <https://doi.org/10.20961/desa-kota.v2i2.31540.203-216>
- Atik Nurngaeni. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix. *AmaNu: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 4(2), 192–202.
- Gunawan, I. K. A. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Tahu Home Industri Maju Sejahtera di Klungkung Dawan*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Khamidah, L. (2022). *Strategi Pemasaran Batik Asta Dadapan Indah Desa Sumberejo Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri Perpektif Merketing Syariah*. Institut Agama Islam Negeri Kediri.
- Martina Ariani, N., Indra Hadi Wijaya, M., & Nuari Priambudi, B. (2021). Analisis Nilai Dan Kualitas Ruang Menggunakan Pendekatan Kriteria Tak Terukur Pada Kawasan Kampung Batik Kauman Sebagai Kawasan Wisata Budaya Kota Pekalongan. *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 20(1), 39–47. <https://doi.org/10.54911/litbang.v20i.143>
- Martoyo, A., Endang Susilawati, Kusumawardhani, N., Dawis, A. M., Novalia, N., Fransisca, Y., Lathifaturahmah, Permadi, I. K. O., Yuniawati, R. I., Susanti, L., Hikmawati, E., Satar, M., Supriyadi, A., Cholisoh, N., Kurniawan, R., & Nurlaila, Q. (2019). *Manajemen Bisnis*. Tohar Media. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=JYqdEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Strategi+yang+jelas+dan+tegas+memungkinkan+suatu+usaha+untuk+dengan+cepat+dan+akurat+merumuskan+perkiraan+perubahan+lingkungan,+baik+dari+segi+aspek+internal+maupun+eksternal+peru>
- Monik, & Siregar, O. M. (2022). Strategi Pemasaran Toko Meidy Fashion dalam Mempertahankan Bisnis pada Masa Pandemi Covid-19. *Regress: Journal of Economics & Management*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.57251/reg.v2i1.500>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *Journal of Applied Business and Economic*, 9(2), 184–204.
- Nugroho, B. W. D., Jakti, N. J. K., Rochman, M. A. N., & Nugroho, A. J. (2023). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Gula Dan Biaya Kualitas Dalam Menunjang Efektivitas Produksi (Studi Kasus : PT Madu Baru Pg Madukismo). *Jurnal Teknologi Dan*

Manajemen Industri Terapan (JTMIT), 2(2), 72–81.

- Nurdalia, I. (2006). *Kajian dan Analisis Peluang Penerapan Produksi Bersih pada Usaha Kecil Batik Cap (Studi Kasus pada Tiga Industri Kecil Batik Cap di Pekalongan)*. Universitas Diponegoro.
- Pandanwangi, A., Dewi, B. S., Apin, A. M., Damayanti, N. Y., Sungkar, A., Rianingrum, C. J., Wilastrina, A., Lestari, D., Primayanti, N., Adi, S. P., & Sobandi, B. (2021). *Peradaban Batik*. Ideas Publishing. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=HZtSEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA35&dq=Keunikan+dan+kekhasan+batik+Pekalongan+terletak+pada+motif-motifnya+yang+beragam,+seperti+motif+kawung,+parang,+truntum,+dan+sebagainya.+&ots=J3OLYUe4IU&sig=snCD35twEmdv4cNKAuv51>
- Pertiwi, R. (2023). Analisis Sentimen pada Data Survei Pelanggan untuk Mengukur Kepuasan dan Loyalti Pelanggan pada Industri Layanan. *Cyberarea.Id*, 3(4), 1–20.
- Siswa Kelas VII-E SMP Negeri 6 Sidoarjo. (2021). *Eksplor Museum Mpu Tantular*. Embrio Publisher. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4n9XEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA6&dq=Sepanjang+zaman,+batik+telah+digunakan,+awalnya+digunakan+sebagai+pakain+dan+perabotan+tradisional+seperti+sarung,+jarik,+kemeja,+pakaian+wanita,+selimut,+taplak+meja+dan+lainnya>
- Sunarjo, W. A., Siti Nurhayati, & Ardianingsih, A. (2023). *Batikpreneur*. Nasya Expanding Management. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=gFXEEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Dalam+bisnis+batik,+konsep+ini+melibatkan+berbagai+tahapan,+mulai+dari+perancangan+pola+batik,+proses+pembuatan+batik+secara>manual+atau+mesin,+hingga+pengemasan+dan+distribusi+pr>
- Susetyawati, E., & Kintoko. (2022). Pembuatan Batik Ciprat Untuk Meningkatkan Kreativitas Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Community Service*, 2(4), 434–442.
- Ulfah, F., Nur, K., Salsabila, Safitri, Y., Evanita, S., & Friyatmi. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2795–2805.
- Ully, L. R. R., Riyadi, S., Haryati, E., Mustofa, A., Radianto, W. E., Dwiningwarni, S. S., Andari, S. Y. D., Purbadiri, A. M., Widyawati, Darmadji, Suharjanto, T., & Yulianti. (2022). *Strategi dan Perkembangan Batik Tulis Di Jawa Timur Menyongsong Go Internasional*. Lakeisha. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=nmudEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA106&dq=pembuatan+Batik+dilakukan+dengan+cara+tradisional,+namun+kini+berbagai+cabang+industri+Batik+menggunakan+teknologi+modern+dalam+pembuatan+dan+desainnya.+Namun+kegiatan+membatik+>
- Utomo, A. P., Mariana, N., Andraini, F., & Kasmari. (2018). Desain Video Tutorial Teknik Tie Dye Dengan Pewarna Alami Warna Biru Indigofera Dan Kuningjalawe. *Jurnal IKRA-ITH Informatika*, 2(3), 98–104. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/275%0Ahttps://docplayer.info/124258232-Desain-video-tutorial-teknik-tie-dye-dengan-pewarna-alami-warna-biru-indigofera-dan-kuningjalawe.html>
- Widiana, M. E., & Alit, A. A. S. (2022). *Buku Referensi Pemasaran Produk Batik*. Pena Persada Kerta Utama.