

Analisis Inovasi Terbuka dalam Memperkuat Daya Saing pada Batik Putri Sanggabuana Karawang

Eka Prasetya¹, Beryl Geovanni Xenoglosi², Danang Kusnanto^{3*}, dan Anwar Musadad⁴

¹⁻⁴Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

Email: 2210631020209@student.unsika.ac.id¹, 2210631020105@student.unsika.ac.id²,
danang.kusnanto@fe.unsika.ac.id³, anwarsadad21febunsika@gmail.com⁴

*Penulis Korespondensi: danang.kusnanto@fe.unsika.ac.id

Abstract. This study examines the implementation of open innovation in strengthening the competitiveness of Batik Putri Sanggabuana Karawang, which faces challenges including a shortage of skilled artisans, weak regeneration, and unstable production. The study aims to identify collaborative practices, learning processes, and value creation strategies generated through open innovation. A descriptive qualitative approach was employed using interviews, observations, and documentation. The findings reveal that open innovation expands learning opportunities, facilitates knowledge transfer, and fosters a collaborative ecosystem involving batik managers, government, academic institutions, schools, and local communities. Nevertheless, the limited availability of competent artisans remains a major obstacle to production sustainability and product competitiveness. Analysis using the Strategy Canvas and ERRC Framework indicates that developing an edu-production hub, strengthening the visual identity of Karawang batik, and establishing a structured community of young artisans are effective strategies for creating new market opportunities beyond saturated competition. The study concludes that cross-sector collaboration and a sustainable production ecosystem are essential for ensuring that open innovation generates long-term economic value, strengthens competitive advantage, and supports the sustainable development of local batik MSMEs.

Keywords: Batik MSMEs; Blue Ocean Strategy; Collaboration; Competitiveness; Open Innovation.

Abstrak: Penelitian ini menganalisis penerapan open innovation dalam memperkuat daya saing Batik Putri Sanggabuana Karawang yang menghadapi tantangan berupa keterbatasan perajin terampil, lemahnya regenerasi, dan ketidakstabilan produksi. Penelitian bertujuan mengidentifikasi bentuk kolaborasi, proses pembelajaran, serta strategi penciptaan nilai yang berkembang melalui penerapan open innovation. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa open innovation berperan dalam memperluas akses pembelajaran, mendorong transfer pengetahuan, serta membangun ekosistem kolaboratif yang melibatkan pengelola batik, pemerintah, akademisi, sekolah, dan masyarakat. Namun, keterbatasan perajin yang kompeten masih menjadi kendala utama bagi keberlanjutan produksi dan peningkatan daya saing produk. Analisis menggunakan Strategy Canvas dan ERRC Framework menunjukkan bahwa pengembangan sentra edukasi-produksi, penguatan identitas visual batik Karawang, serta pembentukan komunitas perajin muda yang terstruktur merupakan strategi efektif untuk menciptakan ruang pasar baru di luar persaingan yang jenuh. Penelitian ini menegaskan bahwa kolaborasi lintas sektor dan pembangunan ekosistem produksi yang berkelanjutan menjadi faktor penting agar open innovation mampu menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang, memperkuat keunggulan bersaing, serta mendukung pengembangan UMKM batik lokal secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Blue Ocean Strategy; Daya Saing; Kolaborasi; Open Innovation; UMKM Batik.

1. LATAR BELAKANG

Industri kreatif merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian global maupun nasional, termasuk subsektor fesyen tradisional seperti batik. Di era globalisasi dan digitalisasi, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) batik menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan daya saingnya di tengah pasar yang semakin kompetitif. Salah satu pendekatan yang relevan adalah inovasi terbuka (*open innovation*), yakni strategi yang mengedepankan kolaborasi dengan berbagai aktor eksternal, seperti komunitas, pemerintah, dan akademisi, untuk memperkuat daya saing [1]. Di Indonesia, inovasi terbuka

menjadi penting karena mampu menjembatani keterbatasan sumber daya UMKM batik sekaligus mendorong mereka untuk lebih adaptif terhadap perubahan pasar [2].

Relevansi konsep ini semakin kuat ketika dipadukan dengan *Blue Ocean Strategy*, yang menekankan penciptaan ruang pasar baru melalui inovasi nilai. Pendekatan ini penting karena memungkinkan UMKM keluar dari persaingan yang jenuh dan menciptakan diferensiasi yang sulit ditiru, sehingga mampu membangun pasar baru melalui penciptaan pengalaman unik dan penambahan nilai yang tidak ditawarkan pesaing. Dengan demikian, prinsip blue ocean memperkuat inovasi terbuka sebagai strategi untuk menghasilkan nilai baru yang lebih relevan dan kompetitif [3]. Sinergi antara keduanya membuka peluang bagi UMKM batik untuk menghasilkan diferensiasi yang lebih khas, karena inovasi terbuka menyediakan akses terhadap ide dan kreativitas eksternal yang mendukung terciptanya nilai baru di luar pola persaingan konvensional.

Secara nasional, batik tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai sosial dan budaya yang tinggi sebagai warisan tak benda dunia yang diakui UNESCO. Namun, data lapangan menunjukkan bahwa banyak sentra batik tradisional, termasuk Batik Putri Sanggabuana di Karawang, masih menghadapi kendala serius dalam hal regenerasi perajin, pemasaran digital, dan adaptasi teknologi ramah lingkungan. Beberapa studi menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM batik masih bergantung pada model inovasi tertutup, dengan ruang terbatas dalam memanfaatkan ide, teknologi, maupun pengetahuan dari luar organisasi. Hal ini mengakibatkan daya saing mereka sulit bertahan dalam menghadapi industri tekstil modern yang lebih adaptif terhadap tren global dan permintaan pasar [4].

Isu ini menjadi penting untuk diteliti karena batik bukan hanya produk budaya, tetapi juga identitas lokal yang berperan dalam pendidikan, pariwisata, dan pemberdayaan masyarakat. Penelitian terdahulu umumnya seperti pada penelitian [5] lebih menyoroti aspek ekonomi dan pemasaran batik, namun belum banyak mengkaji secara mendalam makna, pengalaman, serta proses sosial yang dialami perajin dalam mengintegrasikan inovasi terbuka ke dalam praktik sehari-hari mereka. Celah penelitian ini menunjukkan pentingnya pendekatan kualitatif untuk menggali narasi, interaksi, serta dinamika kolaborasi yang berlangsung dalam komunitas batik, khususnya di Karawang, yang memiliki karakteristik sosial budaya tersendiri.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan inovasi terbuka dapat memperkuat daya saing Batik Putri Sanggabuana Karawang. Fokus kajian diarahkan pada strategi kolaborasi, proses pembelajaran bersama, serta pemaknaan inovasi dari perspektif perajin dan pemangku kepentingan terkait. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang inovasi terbuka dalam konteks industri kreatif tradisional,

sedangkan secara praktis memberikan rekomendasi bagi pengrajin batik, pemerintah daerah, maupun pihak swasta untuk mengembangkan model pengelolaan batik yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

2. KAJIAN PUSTAKA

Bagian ini harus memuat penjelasan mengenai perkembangan terkini (state-of-the-art). Penjelasan dapat disajikan dalam beberapa cara. Pertama, Anda dapat membahas beberapa penelitian terkait, baik yang berkaitan dengan objek, metode, maupun hasilnya. Dari pembahasan tersebut, Anda dapat mengidentifikasi serta menekankan kesenjangan atau perbedaan antara penelitian Anda dengan penelitian sebelumnya. Cara kedua adalah dengan menggabungkan teori dengan literatur terkait, kemudian menjelaskan setiap teori dalam subbab tersendiri.

Inovasi Terbuka

Konsep inovasi terbuka (open innovation) pertama kali dikemukakan oleh Chesbrough dan kemudian diperdalam pada karya terbarunya [1] Paradigma ini menekankan bahwa perusahaan atau organisasi tidak hanya mengandalkan ide internal, melainkan juga memanfaatkan pengetahuan, teknologi, dan jaringan eksternal untuk mempercepat proses inovasi. [6] menekankan bahwa inovasi terbuka sangat relevan bagi UMKM karena dapat mengatasi keterbatasan sumber daya melalui kolaborasi lintas aktor, seperti akademisi, pemerintah, komunitas, maupun swasta. Dalam konteks industri kreatif, inovasi terbuka dapat mengintegrasikan nilai budaya lokal dengan permintaan pasar global. [7] menunjukkan bahwa pengembangan kompetensi organisasi berbasis kolaborasi digital dapat mempercepat transformasi UMKM menuju inovasi berkelanjutan

Blue Ocean Strategy

Blue Ocean Strategy (BOS) merupakan pendekatan strategis yang bertujuan menciptakan ruang pasar baru dengan keluar dari persaingan langsung melalui penciptaan nilai yang berbeda dan sulit ditiru. Strategi ini mendorong UMKM untuk mengembangkan inovasi produk, menawarkan diferensiasi yang jelas, serta membangun peluang pasar yang belum dimanfaatkan sehingga tidak terjebak dalam kompetisi yang jenuh. Penerapannya meliputi berbagai langkah seperti berfokus pada peluang pasar baru, menciptakan inovasi, menentukan strategi harga yang tepat, memperkuat pemasaran kreatif, dan membangun kemitraan untuk memperluas jangkauan bisnis. Dengan strategi ini, UMKM dapat memasuki pasar minim persaingan dan menghadirkan nilai baru yang lebih relevan serta kompetitif [8].

Daya Saing

Daya saing dipahami sebagai kemampuan perusahaan untuk bertahan dan unggul di tengah persaingan global yang semakin kompleks melalui penerapan strategi inovasi. Daya saing tidak hanya diartikan sebagai keunggulan dalam produk, tetapi juga mencakup keunggulan dalam proses bisnis, model bisnis, strategi pemasaran, dan transformasi digital [9]. Daya saing tidak hanya diartikan sebagai keunggulan dalam produk, tetapi juga mencakup keunggulan dalam proses bisnis, model bisnis, strategi pemasaran, dan transformasi digital. Penelitian ini menekankan bahwa perusahaan yang memiliki kepemimpinan visioner, berinvestasi secara konsisten dalam penelitian dan pengembangan serta membangun kolaborasi dengan ekosistem inovasi (universitas, startup, dan pemerintah), akan mampu meningkatkan daya saingnya secara signifikan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang berorientasi pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial berdasarkan perspektif partisipan. Pendekatan ini dipilih karena kualitatif menekankan eksplorasi makna dan pengalaman subjek, bukan generalisasi statistik [10].

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini bertempat di workshop batik putri sanggabuana Karawang, Desa Karang Linggar, Kecamatan Telukjambe Barat, Kabupaten Karawang. Terdapat 1 Informan yang menjadi sumber data dalam penelitian ini yaitu pemilik batik putri sanggabuana Karawang.

Metode Pengumpulan Data

Wawancara mendalam dilakukan secara tatap muka atau semi-terstruktur, bertujuan menggali informasi detail dari informan berdasarkan pengalaman dan pandangan pribadi mereka. Observasi partisipatif peneliti ikut serta dalam aktivitas sosial di lokasi penelitian, sehingga dapat melihat langsung perilaku, interaksi, dan situasi nyata yang dialami subjek. Dokumentasi berupa data sekunder seperti arsip, laporan, atau dokumen lain yang mendukung hasil wawancara dan observasi.

Ketiga teknik ini dikombinasikan melalui triangulasi data, sehingga data lebih valid karena berasal dari berbagai sumber dan metode [10].

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menerapkan konsep strategi samudra biru (*Blue Ocean Strategy*) yang mengajak organisasi untuk meninggalkan arena kompetisi ketat dan membentuk segmen pasar baru yang bebas dari persaingan langsung.

Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan nilai inovatif di ruang pasar yang belum dieksplorasi, sehingga mengeliminasi kebutuhan untuk bersaing secara konvensional [11].

Penelitian ini mengadopsi kerangka kerja *Blue Ocean Strategy* yang mencakup tiga instrumen analisis fundamental untuk menciptakan ruang pasar yang belum terjamah. Canvas Strategi digunakan sebagai alat diagnostik untuk memvisualisasikan posisi kompetitif perusahaan terhadap pesaing, Framework ERRRC (eliminate, reduce, raise, create) diterapkan untuk merekonstruksi elemen strategis melalui empat aksi transformatif, dan Implementasi Urutan Strategis yang Tepat memastikan eksekusi sistematis dari formulasi hingga implementasi strategi [12].

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Krisis SDM Perajin, Praktik Inovasi Terbuka, dan Dampaknya terhadap Daya Saing Produk Batik Karawang

Minimnya SDM perajin batik tradisional menjadi akar permasalahan utama yang dihadapi Batik Putri Sanggabuana dan ekosistem batik di Karawang. Ketiadaan sentra batik dan hampir tidak adanya perajin aktif membuat proses produksi lokal sulit berkembang, sementara banyak pihak yang mengklaim sebagai produsen batik Karawang ternyata hanya membuat desain dan memesan pengerjaan ke luar daerah sehingga kemampuan produksi mandiri tidak terbangun. Permasalahan regenerasi perajin ini mencerminkan fenomena yang terjadi di berbagai sentra batik Indonesia, dimana generasi muda kurang berminat melanjutkan pembuatan batik tradisi dan banyak peserta pelatihan berhenti setelah program bantuan pemerintah berakhir [13]. Kondisi ini membuat pondasi industri batik lokal rapuh dan menimbulkan kesenjangan antara identitas budaya Karawang dengan realitas kapasitas produksinya.

Dalam menghadapi krisis tersebut, Batik Putri Sanggabuana menerapkan pendekatan inovasi terbuka dengan membuka akses belajar batik bagi siapa pun, termasuk masyarakat umum, pelajar, mahasiswa, dan peneliti dari berbagai universitas. Strategi kolaborasi dengan Dinas Koperasi, tokoh legislatif, komunitas pendidikan, hingga universitas menciptakan aliran pengetahuan yang lebih luas dan membantu memperkuat kapasitas SDM melalui co-creation dan praktik langsung [14]. Workshop yang tidak membatasi kerja sama secara formal memungkinkan masuknya ide-ide eksternal, kreativitas baru, dan pendekatan inovatif yang memperkaya proses pembelajaran batik tradisional. Kolaborasi strategis ini memungkinkan UMKM untuk mengakses teknologi, sumber daya, dan jaringan pasar yang sebelumnya sulit dijangkau, sekaligus meningkatkan daya saing melalui transfer pengetahuan dan praktik

terbaik dari mitra kolaborasi. Selain menerima masukan dari luar, pengelola juga melakukan observasi lintas daerah seperti ke Pekalongan untuk mempelajari teknik dan teknologi batik modern.

Keterbatasan perajin lokal yang kompeten tetap berdampak signifikan terhadap daya saing produk batik Karawang. Meskipun inovasi terbuka telah memperluas jejaring pembelajar dan memperkuat regenerasi, proses produksi masih belum dapat berjalan secara konsisten karena minimnya pelaku yang benar-benar menguasai keterampilan batik. Akibatnya, kualitas, kontinuitas, dan volume produk menjadi tidak stabil, sehingga batik Karawang sulit bersaing dengan daerah yang memiliki ekosistem produksi kuat seperti Pekalongan atau Solo. Dengan demikian, masalah struktural SDM yang belum terpecahkan membuat nilai dan keunikan produk belum dapat dimaksimalkan, sehingga daya saing batik Karawang tetap rendah meski upaya inovasi terbuka terus dilakukan.

ERRC Framework Batik Putri Sanggabuana Berdasarkan Hasil Wawancara

Tabel 1. Framework Eliminate-Reduce-Raise-Create (ERRC).

Elemen ERRC	Temuan Lapangan Berdasarkan Wawancara
<i>Eliminate</i>	Ketergantungan yang terlalu besar pada aktivitas edukasi tanpa kesinambungan produksi perlu dihilangkan, karena membuat proses belajar berhenti pada tahap dasar dan tidak berkembang menjadi karya nyata. Minimnya fokus terhadap penjualan hasil produksi juga harus dieliminasi karena kondisi ini membuat perajin tidak memiliki insentif ekonomi untuk terus berkarya, sehingga regenerasi dan keberlanjutan perajin menjadi sangat rendah.
<i>Reduce</i>	Upaya untuk memasuki persaingan produksi komersial jangka pendek perlu dikurangi karena kapasitas SDM masih pada tahap pembentukan. Hambatan birokrasi seperti MoU formal yang membatasi akses publik perlu diminimalkan agar ruang workshop tetap fleksibel dan inklusif.
<i>Raise</i>	Intensitas praktik langsung (<i>hands-on learning</i>) harus ditingkatkan untuk mempercepat pembentukan perajin baru. Kolaborasi lintas aktor pemerintah, kampus, sekolah, legislatif, dan komunitas perlu diperkuat untuk membangun ekosistem batik yang solid. Akses pengetahuan eksternal dari Pekalongan dan daerah maju lainnya perlu ditingkatkan melalui benchmarking dan pemanfaatan teknologi. Pengembangan motif dan identitas visual Karawang perlu dinaikkan untuk membangun diferensiasi yang kuat.

<i>Create</i>	Model sentra batik berbasis edukasi produksi yang menyeimbangkan proses belajar, kreasi, dan produksi perlu diciptakan. Komunitas perajin baru yang terstruktur melalui pelatihan berjenjang harus dibentuk. Inovasi media seperti pada produk fashion modern, memanfaatkan teknologi untuk berbagai media membatik dan motif kolaboratif mahasiswa perlu dikembangkan sebagai ciri khas Karawang. Narasi identitas Batik Karawang sebagai hasil kolaborasi terbuka antara pengelola, akademisi, dan masyarakat harus diciptakan sebagai dasar branding daerah.
---------------	---

Data Diolah, 2025.

Eliminasi perlu difokuskan pada ketergantungan berlebihan terhadap edukasi dan minimnya perhatian pada produksi, karena dua hal ini membuat minat perajin tidak berkelanjutan dan melemahkan ekosistem. Pengurangan perlu dilakukan pada ambisi memasuki pasar komersial jangka pendek yang belum didukung oleh kapasitas SDM. Sebaliknya, aspek pembelajaran berbasis praktik, kolaborasi lintas aktor, dan akses terhadap sumber pengetahuan eksternal harus ditingkatkan. Kerangka ERRC menunjukkan bahwa strategi eliminasi proses yang tidak perlu, pengurangan biaya logistik, peningkatan kepuasan pelanggan, serta penciptaan produk baru dan hubungan pelanggan yang kuat memiliki dampak signifikan dalam mencapai inovasi nilai [15]. Penciptaan nilai baru diwujudkan melalui model sentra edukasi produksi, komunitas perajin muda, inovasi berbagai media batik mengikuti trend, serta narasi identitas baru batik Karawang. Strategi ini memungkinkan Karawang mengembangkan ruang pasar baru yang tidak bergantung pada produksi massal.

Canvas Strategi untuk memvisualisasikan dan membandingkan posisi strategis Batik Putri Sanggabuana dibanding Sentra Batik Mapan

Tabel 2. Canvas Strategi Posisi Strategis.

Faktor Nilai	Sentra Batik Mapan (Pekalongan dan Solo)	Batik Putri Sanggabuana
Jumlah Perajin Ahli	Sangat tinggi; ekosistem kuat & berkelanjutan	Sangat rendah; hampir tidak ada perajin aktif
Kontinuitas Produksi	Stabil, volume besar	Tidak stabil; sangat bergantung pada sedikit SDM
Regenerasi Perajin	Terstruktur melalui keluarga & komunitas	Hampir tidak terjadi; baru tahap edukasi dasar
Inovasi Produk	Tinggi; variasi motif, media, teknologi	Sedang; lebih kuat pada ide, lemah pada produksi
Kolaborasi Eksternal	Terstruktur & formal	Sangat tinggi; fleksibel & terbuka (open innovation)
Akses Pelatihan	Ada tetapi terbatas & berbayar	Sangat tinggi, gratis, dan inklusif

Identitas Lokal	Budaya	Kuat dan mapan	Lemah; identitas masih dalam proses pembentukan
Digitalisasi		Cukup berkembang	Rendah; belum menjadi fokus utama

Data Diolah, 2025.

Strategy Canvas menunjukkan bahwa meskipun Batik Putri Sanggabuana memiliki kekuatan pada aspek edukasi, kolaborasi, dan inovasi media, ketergantungan yang terlalu besar pada aktivitas pembelajaran tanpa diimbangi produksi berkelanjutan menjadi titik lemah utama. Kondisi ini membuat minat perajin tidak bertahan lama dan menghambat munculnya nilai ekonomis yang dapat menopang keberlangsungan usaha. Kanvas strategi dapat digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap pesaing di dalam ruang pasar, sementara kerangka kerja empat langkah berfungsi merekonstruksi atribut-atribut nilai pembeli dalam membuat kurva nilai baru [16]. Karena kapasitas SDM belum siap untuk bersaing di pasar produksi batik tradisional, orientasi masuk ke kompetisi komersial jangka pendek perlu dikurangi. Sebaliknya, batik putri sanggabuana Karawang perlu mengembangkan ruang pasar baru melalui model sentra edukasi produksi yang menyeimbangkan proses belajar dan penciptaan karya, komunitas perajin muda yang aktif berproduksi, inovasi media batik sesuai tren, serta penguatan identitas visual lokal. Dengan strategi ini, batik putri sanggabuana Karawang dapat membangun nilai unik yang menghasilkan manfaat ekonomi nyata tanpa harus meniru model produksi massal dari sentra batik besar.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menjawab tujuan untuk menganalisis penerapan inovasi terbuka dalam memperkuat daya saing Batik Putri Sanggabuana Karawang dengan menemukan bahwa inovasi terbuka efektif dalam membangun ekosistem pembelajaran kolaboratif yang inklusif, namun belum berhasil mengatasi krisis struktural SDM perajin yang menghambat keberlanjutan produksi. Praktik kolaborasi dengan berbagai aktor eksternal terbukti memperluas akses pengetahuan dan melahirkan kreativitas baru, namun ketiadaan sentra produksi dan minimnya perajin kompeten menyebabkan produksi tidak stabil sehingga daya saing produk tetap rendah. Analisis *Strategy Canvas* dan ERRC Framework mengidentifikasi bahwa penciptaan ruang pasar baru melalui model sentra edukasi produksi, pembentukan komunitas perajin muda terstruktur, inovasi media batik sesuai tren, dan penguatan identitas visual lokal menjadi strategi kunci untuk membangun nilai unik tanpa bersaing langsung dengan sentra batik mapan.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan pembangunan sentra batik berbasis edukasi produksi yang mengintegrasikan pembelajaran dengan praktik penciptaan karya untuk mempercepat pembentukan perajin kompeten. Pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan komunitas budaya perlu memperkuat sinergi dalam membangun ekosistem terstruktur yang menyediakan insentif ekonomi berkelanjutan agar perajin baru tidak berhenti setelah pelatihan berakhir. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah informan yang terbatas yaitu hanya satu pemilik batik sehingga belum menangkap perspektif lengkap dari berbagai pihak terkait.

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan informan lebih beragam dan pendekatan mixed methods untuk menganalisis hubungan antara intensitas kolaborasi inovasi terbuka dengan peningkatan kinerja usaha serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan regenerasi perajin. Penelitian mendatang juga dapat mengkaji model bisnis alternatif yang mengintegrasikan inovasi terbuka dengan sistem insentif ekonomi untuk mendorong transformasi pembelajaran menjadi kapasitas produksi komersial yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, F., & Wiratmadja, I. I. (2025). Organizational performance and competitive advantage in SMEs: The role of green innovation and knowledge management. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(2). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100532>
- Aly, A. M., Zayed, A., & Salam, M. A. (2024). The application of the Eliminate-Reduce-Raise-Create (ERRC) Grid in achieving value innovation strategy. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 9505–9518. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.00720>
- Aristami, N. (2025). Analisis penerapan Blue Ocean Strategy (BOS) pada UMKM kerajinan tangan Tins Crochet. *AKURAT: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 16(1), 29–40.
- Bogers, M., Chesbrough, H., & Moedas, C. (2018). Open innovation: Research, practices, and policies. *California Management Review*, 60(2), 5–16. <https://doi.org/10.1177/0008125617745086>
- Chesbrough, H. (2020). To recover faster from COVID-19, open up: Managerial implications from an open innovation perspective. *Industrial Marketing Management*, 88, 410–413. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.04.010>
- González-Varona, J. M., López-Paredes, A., Poza, D., & Acebes, F. (2021). Building and development of an organizational competence for digital transformation in SMEs. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 14(1), 15–24. <https://doi.org/10.3926/jiem.3279>

- Murti, A. P., Setyowati, T., & Samsuryaningrum, I. P. (2022). Implementasi Blue Ocean Strategy pada UMKM Reztis Batik di Desa Tegalsari Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 128–136. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.5046>
- Novirin, B. (2025). Strategi kolaborasi sebagai pendorong inovasi dan kinerja UMKM di Indonesia. *Economics, Business and Management Science Journal*, 5(1), 50–60. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v5i1.741>
- Rohmah, A. B. N., Putri, R. A., Pratiwi, R., & Hermastho, B. (2024). Pendekatan Blue Ocean Strategy dalam persaingan bisnis di Kota Semarang (Studi empiris: Soto Sawah Mbak Tutik). *Jurnal Manajemen*, 11(2). <https://doi.org/10.37817/jurnalmanajemen.v11i2>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sugiarto, Y., Utari, W., Hartati, C. S., & Putra Surabaya, H. (2021). Analisis inovasi produk terhadap harga jual garam pada PT Garsindo Anugerah Sejahtera Gresik. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(3), 148–160. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v5i3.515>
- Suhairi, S., Harahap, E. Y. S., Putra, M., & Ramadhani, N. (2023). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing industri Batik Tulis Giriloyo. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 215–220. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i1.3270>
- Wati, K. L. (2025). Strategi manajemen inovasi untuk meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global. *Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, 3(1), 1–18. <https://doi.org/10.55182/jimp.v3i1/538>
- Widagdo, J., Zeyn, A. K., Komaryatin, N., & Roosdhany, R. (2024). Peningkatan daya saing produk batik alam Jepara melalui penciptaan cap alternatif dan penggunaan bahan pewarna alam yang ramah lingkungan. *Jurnal ABDIMAS (Pengabdian kepada Masyarakat) UBJ*, 7(2), 101–110. <https://doi.org/10.31599/eqmfk668>
- Zahrani, I. A., & Prasetyo, E. A. (2023). A proposed business model innovation using Blue Ocean Strategy approach for Kiumarket in the post-pandemic era. *International Journal of Current Science Research and Review*, 6(12), 7696–7717. <https://doi.org/10.47191/IJCSRR/V6-I12-26>
- Zayyana, S. H., Kurniawati, E., & Ananda, K. S. (2022). Digitalization of batik MSMEs in Malang as the optimization of local wisdom preservation during the COVID-19 pandemic. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya*, 11(2), 261–274. <https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v11i2.1421>