

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Desa Bakaran Wetan

Bakaran Wetan merupakan suatu desa yang terletak di Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati. Juwana merupakan kota yang berada di jalur pantura yang menghubungkan antara Kabupaten Pati dan Kabupaten Rembang. Desa Bakaran Wetan hanya berjarak sekitar 2 km ke sebelah barat dari pusat pemerintahan Kecamatan Juwana, dan berjarak kurang lebih 14 km dari pusat pemerintahan Kabupaten Pati. Luas wilayah Desa Bakaran Wetan adalah 589,5 ha, dengan ketinggian tanah dari permukaan air laut kurang lebih 2,5 m. secara geografis, Desa Bakaran Wetan memiliki batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara adalah Laut Jawa
- b. Sebelah Selatan adalah Desa Mintomulyo
- c. Sebelah Barat adalah Desa Bakaran Kulon
- d. Sebelah Timur adalah Desa Dukutalit

Jumlah penduduk Desa Bakaran Wetan terdiri dari 5.277 orang. Jumlah tersebut terdiri atas 2.623 orang laki-laki dan 2.654 orang perempuan. Penduduk Desa Bakaran Wetan paling banyak bekerja sebagai pengrajin batik. Hal tersebut tidak lepas dengan sejarah Desa Bakaran itu sendiri. Batik khas Desa Bakaran umumnya disebut sebagai batik tulis Bakaran. Pada saat ini Desa Bakaran terdiri dari Bakaran Wetan dan Bakaran Kulon terdapat belasan hingga puluhan pengrajin Batik Tulis Bakaran. Eksistensi batik tersebut sudah ada sejak jaman dahulu, dan masih terus dilestarikan dari generasi ke generasi sampai sekarang.¹

2. Sejarah Berdirinya Batik Tulis Tjokro

Industri batik tulis didirikan oleh Bapak Bukhari Wiryo Satmoko pada tahun 1977. Bapak Bukhari memulai usahanya bersama istrinya yang bernama Ibu Tini. Bukhari memberi nama industrinya dengan nama industri batik tulis “Tjokro”. Nama “Tjokro” diambil dari nama eyang buyut Bukhari, pada saat itu batik bakaran mengalami kejayaan.

¹ Gambaran Umum Desa Bakaran Wetan. <http://bakaranwetan-juwana.desa.id/gambaran-umum-desa/2013/09>.

Bukhari bisa membatik sebab mewarisi talenta membatik dari almarhumah ibundanya. Bukhari menganggap batik sebagai sebuah karya seni yang harus dilestarikan kearifan lokal agar bisa menciptakan motif batik yang indah. Batik Tulis Bakaran diturunkan dari generasi ke generasi untuk tetap dilestarikan oleh generasi penerunya agar batik tidak punah.

Bukhari memiliki keahlian membatik diperoleh secara turun temurun dari keluarganya. Bukhari merupakan generasi kelima dari keluarga Tjokro, eyang buyut Bukhari bernama Turiman Tjokro Satmoko merupakan pengusaha batik yang memproduksi batik dan menyediakan pesanan batik dari keluarga priyai pada masa itu.²

Industri batik mampu menjaga eksistensi Batik Tulis Tjokro dengan cara menjaga kualitas produk dengan menggunakan bahan dasar kualitas yang bagus dan menggunakan bahan pewarnaan sintetis modern, sehingga menghasilkan produk batik yang bagus, warna tidak cepat pudar dan tidak mudah sobek tanpa mengurangi hasil batik yang elegan dan bernilai seni. Batik menjadi salah satu warisan bangsa Indonesia salah satunya adalah Batik Tulis Tjokro Bakaran Juwana.

Bukhari mendapatkan penghargaan berupa anugerah Upakarti dari Presiden RI pada tahun 2008. Penghargaan dibidang pelestarian seni dan budaya tahun 2008 termasuk jasa-jasa putra asli daerah Bakaran Wetan yang mampu mengangkat Batik Tulis Bakaran menjadi kerajinan khas Kabupaten Pati Bumi Mina Tani.³

3. Visi, Misi, dan Tujuan Industri Batik Tulis Tjokro

Industri batik tulis Tjokro, dalam menjalankan usahanya mempunyai visi, misi dan tujuan sebagai berikut:

a. Visi

Menjadikan industri batik tulis Tjokro yang eksklusif dan berkualitas, mampu bersaing dan dikenal oleh masyarakat domestik.

² Tini, Wawancara Peneliti dengan Pemilik Industri Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 1, transkrip.

³ Edi Suyikno, Bain dan R. Suharso, "Perkembangan Kerajinan Batik Tradisional di Desa Bakaran Kecamatan Juwana Kabupaten Pati Tahun 1977-2002", *Jurnal of Indonesian History* 5, no. 1 (2016), 21. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jih>

b. Misi

- 1) Memenuhi kebutuhan konsumen dengan menyediakan produk yang berkualitas
- 2) Menanamkan kejujuran dalam bekerja
- 3) Mengembangkan dan melestarikan batik sebagai warisan budaya daerah Pati

c. Tujuan

- 1) Memberikan peluang pekerjaan bagi masyarakat sekitar
- 2) Untuk mengembangkan usaha dan mengatasi persaingan⁴

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Penerapan Strategi untuk Mengembangkan Industri Batik Tulis Tjokro dalam Upaya Melestarikan Kearifan Lokal

Mengembangkan usaha yang sudah dijalankan itu sangat penting. Pengembangan usaha menggunakan strategi agar usaha tersebut bisa berjalan sesuai apa yang sudah diharapkan. Strategi usaha sangat dibutuhkan untuk mengatasi kegagalan sebab tidak menerapkan strategi didalam usahanya tersebut. Untuk mengembangkan usaha tersebut, maka perlu mengetahui beberapa strategi yang diterapkan oleh industri Batik Tulis Tjokro sebagai berikut:

a. Keuangan

Setiap perusahaan, baik besar maupun kecil memerlukan biaya operasional. Untuk menjalankan usaha pemilik usaha mengeluarkan uang untuk membeli persediaan barang, perlengkapan, fasilitas, dan untuk memberi upah karyawan. Sebuah industri bermula dari usaha kecil yang menggunakan modal dana sendiri.

Pemilik industri Batik Tulis Tjokro awal mengembangkan usahanya menggunakan modal usaha dari modal sendiri. Pemilik industri Batik Tulis Tjokro mulai merintis usahanya sedikit demi sedikit menggunakan modal yang dimilikinya. Pemilik industri Batik Tulis Tjokro belum bisa mengelola laporan keuangan dengan dengan efektif. Pengelolaan laporan keuangan masih menggunakan manual, kadang pengelolaan keuangan tidak dilakukan secara terus menerus. Laporan keuangan dilakukan ketika pemilik industri Batik Tulis Tjokro memiliki waktu luang, karena pemilik usaha sudah lanjut usia, sibuk dan tidak ada penerus

⁴ Tini, Wawancara Peneliti dengan Pemilik Industri Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 1, Transkrip.

untuk mengelola laporan keuangan yang lebih baik, sebab anak-anaknya sudah bekerja diluar daerah.⁵

b. Produksi

Pengembangan produksi dilakukan dengan cara mengolah sumber daya yang digunakan untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Produksi yang dilakukan oleh pengrajin Batik Tulis Tjokro bertempat di tempat tinggal masing-masing. Setiap pengrajin batik mengambil kain yang sudah digambar motif oleh pemilik usaha, kemudian dibawa pulang untuk diproses ketahap selanjutnya.⁶ Proses pembuatan batik tulis Tjokro sebagai berikut:

1. Molo (Menggambar Motif Batik)

Molo adalah tahap awal untuk menggambar pola batik dengan menggunakan pensil dan langsung digambar pada kain. Proses pembuatan desain motif batik dibuat sesuai dengan kreatifitas. Kemudian pola motif batik digambar menggunakan malam atau lilin.

2. Ngisi (Ngengkreng atau nyeceki)

Ngisi dibedakan menjadi dua yakni “nyeceki” dan “ngengkreng”. Nyeceki adalah sebuah ornament yang membentuk titik kecil. Sedangkan ngengkreng adalah sebuah ornament yang akan diberi pewarna akan ditutupi dengan garis yang diulang-ulang.

3. Nembok

Nembok adalah proses pembuatan batik yang dilakukan dengan mencairkan malam untuk menutupi bagian putih dari kain mori.

4. Medel

Medel adalah proses pewarnaan yang dilakukan dengan pencelupan kain batik ke cairan warna secara berulang untuk mendapatkan warna yang diinginkan.

5. Ngerok

Menghilangkan malam pada kain dengan cara dibersihkan lempengan logam kemudian dibilas dengan air bersih, dan diangin-anginkan sampai kering.

⁵ Tini, Wawancara Peneliti dengan Pemilik Industri Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 1, Transkrip.

⁶ Yuliati, Wawancara Penelit dengan Karyawan BatiK Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wanwancara 2, Transkrip.

6. Mbironi

Mbironi adalah proses menutup pola berupa titik-titik dengan menggunakan malam untuk tahap menutup pewarnaan.

7. Menyoga

Menyoga adalah proses pencelupan kain pada bagian yang tidak ditutup oleh malam memberi warna yang diinginkan.

8. Nglorod

Nglorod adalah proses menghilangkan malam dengan menggunakan air mendidih yang dicampur dengan bahan untuk mempermudah melepaskan malam dalam kain, setelah itu dibilas dengan air bersih dan menjemur kain sampai kering.⁷

Pada masa Nyi Danowati proses pembuatan batik tulis, pengrajin melakukan ritual terlebih dahulu sebelum membatik. Sebelum membatik pengrajin melakukan ritual terlebih dahulu. Ada yang puasa 3 hari, satu minggu, satu bulan dan ada yang 40 hari. Setelah melakukan puasa pengrajin melakukan pertapaan dengan tujuan mendapatkan inspirasi gambaran motif batik yang akan dibuat. Biasanya motif batik tersebut menggambarkan tentang kondisi masyarakat dan memberikan pesan moral pada masyarakat. Setiap motif batik ada maksud dan tujuan yang diharapkan pembatik.

Dalam proses produksi batik tulis sudah mengalami pengembangan, dulunya menggunakan pewarna alam, seiring berjalannya waktu penggunaan bahan alam sudah jarang digunakan sebab sudah sulit untuk mencarinya. Kemudian para pengrajin batik mengganti bahan alam ke bahan sintesis untuk mempermudah proses pembuatannya. Zat pewarna sintesis menghasilkan warna yang lebih beragam dan warnanya tidak cepat pudar.⁸

c. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan bisnis untuk memuaskan konsumen dalam merencanakan produk, harga,

⁷ Ika Oktavianti, Yuni Ratnasari, dan Santoso, *Jelajah Juwana : Kajian Budaya Lokal*, (Kudus: Universitas Muria Kudus, 2016), 25

⁸ Yuliati, Wawancara Peneliti dengan Karyawan Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 2, Transkrip.

distribusi dan promosi barang atau jasa.⁹ Pemasaran yang dilakukan oleh pemilik Batik Tulis Tjokro menggunakan metode pemasaran secara langsung dan pemasaran tidak langsung. Pemasaran langsung dilakukan dengan menawarkan suatu produk secara langsung kepada konsumen, misalnya di kantor-kantor pemerintahan daerah sebab Pegawai Negeri Sipil (PNS) diwajibkan memakai pakaian seragam batik lokal yang menjadi ciri khas daerah dan instansi, serta mengikuti kegiatan pameran yang diadakan di berbagai daerah yang ada di Indonesia tujuannya untuk memperkenalkan produk Batik Tulis Tjokro agar dikenal oleh masyarakat luas.¹⁰

Bauran pemasaran (marketing mix) adalah strategi yang dijalankan perusahaan untuk pencapaian sasaran perusahaan. Bauran pemasaran dapat menentukan tingkat dapat menimbulkan kepuasan konsumen.¹¹ Bauran pemasaran yang dimaksud sebagai berikut:

a) Produk

Produk adalah kebutuhan konsumen berupa barang atau jasa yang digunakan oleh konsumen untuk memberi kepuasan konsumen.¹² Batik Tulis Tjokro menawarkan produk yang berkualitas dan harga terjangkau yang memiliki ciri khas tersendiri dengan menggunakan strategi yang sudah dijalankan. Keuntungan suatu perusahaan dapat dilihat dari menjaga kualitas produk dan keunikan dari desain motif batik yang dihasilkan, untuk menarik minat beli konsumen dilakukan dengan memberikan citra produk yang baik untuk konsumen sehingga strategi perusahaan memperoleh keuntungan.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti di lapangan dengan pemilik Batik Tulis Tjokro, memiliki kualitas produk dan inovasi produk yang bagus

⁹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Cetakan Pertama, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), 155.

¹⁰ Tini, Wawancara Peneliti dengan Pemilik Industri Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 1, Transkrip.

¹¹ Dedi Purwana, dan Nurdin Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi. 1, Ceakan ke. 2, (Depok: Rajawali Pres, 2017), 83.

¹² Dedi Purwana dan Nurdin Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Depok: Rajawali Pres, 2017), 84.

dibandingkan dengan industri batik lainnya. Selain itu, Batik Tulis Tjokro menghasilkan kualitas dan mutu suatu produk. Batik Tulis Tjokro mempunyai nilai lebih dari produk yang dihasilkan. Sehingga batik dapat memberikan nilai seni yang tinggi terdapat pada desain motif batik.¹³ Nilai kearifan lokal dari motif batik Bakaran adalah sebagai berikut:

a. Gandrung

Motif gandrung merupakan motif batik yang khusus diciptakan oleh Nyi Danowati. Motif gandrung terinspirasi dari kerinduan pada seorang kekasih. Pada saat itu Nyi Danowati sedang membatik membuat Nyi Danowati gembira dan tidak sengaja tangan Nyi Danowati sedang membatik menyoret kain batik dengan canting yang berisi malam. Coretan itu membentuk garis-garis pendek silang yang menggambarkan kerinduan seorang kekasih yang tidak bisa terobati.

b. Padas Gempal

Motif pedas gempal memiliki arti gumpalan batu karang yang menunjukkan sebuah keragaman budaya untuk dikembangkan dan dilestarikan.

c. Liris

Motif batik liris menggambarkan hujan rintik-rintik. Motif batik liris mengajarkan generasi muda untuk tetap istiqomah dalam mencari rizki dan rintangan yang dihadapi tidak menjadi kendala untuk mencapai sebuah tujuan .motif ini biasa dipakai kaum remaja.

d. Manggaran

Kata manggar dalam Bahasa Jawa disebut dengan bunga kelapa. Kelapa merupakan salah satu tumbuhan yang bisa hidup dimana saja dan semua yang ada di pohon kelapa dapat dimanfaatkan. Motif batik manggaran mengandung makna supaya hidup seperti pohon kelapa, selalu bermanfaat untuk siapa saja dan dapat beradaptasi dengan dimana saja.

¹³ Tini, Wawancara Penulis dengan Pemilik Usaha Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 1, Transkrip.

- e. Blebak Lung
Motif blebak lung mengandung arti sebuah harapan seseorang untuk mendapatkan rizki yang tidak terputus-putus.
- f. Blebak Urang (blebak iwak)
Motif blebak urang menggambarkan tentang sumber penghasilan dan kehidupan masyarakat Juwana yang sebagian masyarakat menjadi petani tambak yang memelihara udang.
- g. Blebak Kopik
Dalam Bahasa Jawa kopik artinya kartu. Ada sesuatu yang dirahasiakan dalam kartu untuk menentukan strategi terbaik.
- h. Sido Mukti
Motif sido mukti artinya menjadi mulia atau terhormat. Motif sido mukti biasanya digunakan pengantin untuk upacara manten khusus dipakai mempelai berdua, harapan kedepannya suatu saat pengantin menjadi orang yang mulia atau terhormat.
- i. Rawan
Motif rawan berasal dari rowo, digunakan sebagai ombak rawa yang ada tumbuhan.
- j. Sido Rukun
Motif sido rukun mengandung makna menjadi damai. Motif sido rukun digunakan oleh kedua pengantin setelah upacara pernikahan atau sepasar. Harapan untuk kedepannya agar rumah tangga kedua pengantin tersebut selau damai.
- k. Kopi Pecah
Motif kopi pecah menggambarkan sebuah biji kopi yang terkelupas dari kulitnya.
- l. Truntum
Motif batik truntum mempunyai makna sebagai tuntunan atau panutan. Motif truntum biasanya dipakai oleh kedua orang tua pengantin pada saat upacara pernikahan, harapannya kedua orang tua menjadi panutan kedua pengantin untuk kedepannya.
- m. Limaran
Motif limaran mempunyai arti samar-samar.

n. Kedele Kecer

Motif kedele kecer menggambarkan tentang kesejahteraan masyarakat dalam mendapatkan rizki yang melimpah.

o. Gringsing

Motif gringsing adalah motif sisik ikan. Desain motif gringsing tentang sebuah keindahan yang dimiliki oleh masyarakat pesisir.

p. Nam Tikar

Motif nam tikar menggambarkan sebuah aktivitas kehidupan masyarakat desa yang penghasilannya diperoleh dari kerajinan.

q. Ungker Cantel

Motif unker cantel menggambarkan masyarakat desa yang saling membantu satu sama lain (gotong royong).

r. Bregat Ireng

Motif bregat ireng menggambarkan suasana hati seseorang yang lagi sedih.

s. Kawung

Motif kawung menggambarkan kejujuran dan kedisiplinan. Kawung berarti buah aren yang sebagian besar penghasil gula yang menyimpulkan rasa manis dan memiliki filosofi yang tinggi.

t. Magel Ati

Motif megel ati mempunyai arti menyakitkan hati. Menggambarkan sikap seseorang yang tidak suka dengan persoalan yang menyakitkan hati.

u. Merak Ngigel

Motif merak ngigel termasuk motif batik pesisiran yang menggambarkan tumbuhan dan hewan. Motif merak ngigel terinspirasi dari seekor burung merak yang sedang mengembangkan ekornya untuk menunjukkan keindahan.

v. Ladrang

Motif ladrang mempunyai makna perilaku lemah lembut dan kebijaksanaan seseorang.

w. Motif Ono Bugo (Nogo)

Motif ono bugo (nogo) menggambarkan sebuah kekuatan, keberanian, kebaikan, dan teguh pendirian.

x. Gunung-gunungan

Gunung menggambarkan keadaan tenang dan sejuk. Keindahan puncak gunung di gambarkan dalam sebuah motif batik agar bisa mencapai setelah merasa kagum atas keindahannya. Gunung terbentuk besar dan menjulang tinggi. Semua orang pasti menginginkan kehidupannya terus menanjak seperti gunung. Namun untuk mencapai itu semua memerlukan usaha yang keras dan sungguh-sungguh.¹⁴

b) Harga

Harga adalah bagian terpenting dalam strategi pemasaran suatu produk atau jasa. Harga ditentukan dalam suatu perusahaan untuk mempertimbangkan biaya yang akan dikeluarkan untuk produksi barang yang mempunyai nilai yang diberikan oleh konsumen.¹⁵ Harga jual Batik Tulis Tjokro lebih terjangkau dibandingkan dengan batik tulis yang ada dipasaran. Sebab Batik Tulis Tjokro milik Bapak Bukhari selalu mengutamakan kualitas dan kepuasan konsumen. Ibu Tini sebagai pemilik Batik Tulis Tjokro berharap konsumen bisa mengetahui kualitas produk dan harga jual Batik Tulis Tjokro dibandingkan dengan batik tulis lainnya. Sehingga penjualan dan minat beli konsumen meningkat untuk membeli produk Batik Tulis Tjokro.

Hasil wawancara langsung dengan Ibu Tini, beliau menentukan harga Batik Tulis Tjokro mengutamakan kepuasan konsumen dan kualitas produk. Satu potong Batik Tulis Tjokro dijual dengan harga Rp. 145.000 sampai Rp. 1.000.000. Harga Batik Tulis Tjokro ditentukan dari proses pembuatan desain motif batik, kesulitan dalam produksi dan bahan baku yang digunakan dalam proses produksi sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam proses produksi mengalami kesulitan dan kerumitan dalam mendesain

¹⁴ Nilai Kearifan Lokal Dalam Batik Tulis Bakaran Juwana Pati. <https://www.patikab.go.id/v2/id/2014/08/09/sejarah-batik-bakaran-juwanapati/>

¹⁵ Erni Trisnawati dan Muhammad Hasanudin, *Manajemen Bisnis Syariah*, Cetakan Pertama, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2017), 153.

motif batik, bahan baku yang digunakan bagus, maka harga jual yang ditawarkan semakin mahal sesuai dengan kualitas produk. Meskipun harga yang ditawarkan mahal, harga Batik Tulis Tjokro tetap terjangkau daripada batik tulis lainnya.¹⁶

Selain menjual produknya ditempat produksi, Batik Tulis Tjokro juga menjual produknya di Plaza Pragolo Pati itu termasuk program pemerintah untuk mengembangkan pemasaran produk IKM semua produksi kerajinan di Kabupaten Pati termasuk Batik Tulis Tjokro. Di Plaza Pragolo Pati menjual produk Batik Tulis Tjokro mulai harga Rp.150.000 sampai Rp. 1.000.000 sesuai dengan motif, kualitas, dan bahan baku yang digunakan.¹⁷

c) Distribusi

Distribusi atau *place* merupakan lokasi yang digunakan tempat usaha untuk menjalankan usahanya. Tempat usaha yang strategis sangat dibutuhkan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Lokasi Batik Tulis Tjokro terletak di Desa Bakaran Wetan Kecamatan Juwana Kabupaten Pati. Peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan, lokasi Batik Tulis Tjokro sangat strategis mudah dijangkau oleh konsumen.

Hasil pengamatan langsung di lapangan, tempat untuk memproduksi batik tulis masih terkendala oleh tempat yang belum memiliki tempat galeri batik yang memadai, dan tempat produksi yang kurang strategis. Kurangnya tempat untuk produksi karyawan yang sudah mendapat bagian membuat dikerjakan dirumah masing-masing.¹⁸

Hasil wawancara langsung yang dilakukan peneliti dengan salah satu karyawan Batik Tulis Tjokro saluran distribusi dilakukan dengan pemesanan barang terlebih dahulu baru dibuatkan, dan memproduksi

¹⁶ Tini, Wawancara Penulis dengan Pemilik Industri Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 1, Transkrip.

¹⁷ Eka Candra Natalia, Wawancara Peneliti dengan Karyawan Plaza Pragolo, Pada Hari Rabu 13 April 2022, Wawancara 3, Transkrip.

¹⁸ Yuliati, Wawancara Peneliti dengan Karyawan Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 2, Transkrip.

persediaan barang untuk dijual di rumah untuk menyediakan konsumen yang mau beli Batik Tulis Tjokro. Dalam proses pembuatan batik tulis membutuhkan waktu kurang lebih satu atau tiga minggu tergantung sesuai banyaknya pesanan serta kesulitan dan kerumitan dalam proses produksi Batik Tulis Tjokro.¹⁹

d) Promosi

Promosi adalah proses mengenalkan produk kepada konsumen khususnya produk baru yang dilakukan dengan berbagai macam cara untuk meningkatkan penjualan. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan dan menambah jumlah konsumen.²⁰ Promosi Batik Tulis Tjokro dahulu melakukan promosi dari mulut ke mulut. Pemilik industri Batik Tulis Tjokro, Bapak Bukhari memasarkan produk batiknya mulai dari teman-teman, tetangga dan keluarga.

Hasil wawancara peneliti di lapangan dengan salah satu konsumen Batik Tulis Tjokro, konsumen mengetahui Batik Tulis Tjokro dari teman yang sudah menjadi konsumen loyal dari Batik Tulis Tjokro milik Bapak Bukhari.²¹ Maka dari itu Ibu Tini melakukan strategi promosinya dengan mulut ke mulut. Sebab strategi promosi yang digunakan dinilai lebih efektif apabila digunakan.

Selain strategi promosi yang sudah dijalankan, untuk mendukung Batik Tulis Tjokro pemilik usaha mengikuti kegiatan seperti pameran dan *workshop* atau *event-event* serta seminar pada acara-acara tertentu untuk mengembangkan promosi Batik Tulis Tjokro. Strategi promosi yang digunakan oleh Batik Tulis Tjokro itu termasuk dukungan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pati.²²

¹⁹ Tini, Wawancara Peneliti dengan Pemilik Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 1, Transkrip.

²⁰ Dedi Purwana dan Nurdin Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis*, 93

²¹ Warsinah, Wawancara Peneliti dengan Konsumen Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Senin 18 April 2022, Wawancara 4, Transkrip.

²² Yuliati, Wawancara Peneliti dengan Karyawan Industri Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 2, Transkrip.

Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam proses pemasaran, Batik Tulis Tjokro melakukan inovasi pengembangan pemasaran dengan media sosial agar produk semakin dikenal luas oleh konsumen domestik. Strategi promosi melalui media sosial itu sangat tepat karena media sosial sebagai tempat seseorang melakukan komunikasi secara efektif dan efisien. Strategi promosi yang digunakan oleh Batik Tulis Tjokro untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana untuk melakukan sarana promosi. Pemilik industri Batik Tulis Tjokro, Ibu Tini memanfaatkan media sosial whatsapp digunakan untuk menerima pesanan dari konsumen.²³

Selain pemilik industri, karyawan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pati juga membantu promosi pemasaran Batik Tulis Tjokro yang ditempatkan di Plaza Pragolo Pati. Di Plaza Pragolo Pati menjual semua produk Industri Kecil Menengah (IKM) khas Kabupaten Pati salah satunya Batik Tulis Tjokro. Itu termasuk program Pemerintah Kabupaten Pati untuk perkembangan pemasaran semua produk IKM Kabupaten Pati termasuk Batik Tulis Tjokro.

Hasil wawancara di lapangan dengan salah satu karyawan di Plaza Pragolo Pati, strategi promosi yang digunakan untuk memasarkan produk Batik Tulis Tjokro dilakukan secara offline dan online. Promosi melalui media sosial seperti whatsapp, instagram, dan facebook. Produk Batik Tulis Tjokro di Plaza Pragolo Pati banyak diminati oleh konsumen dibandingkan dengan batik tulis lainnya. Karena Batik Tulis Tjokro sudah mempunyai *brand* tersendiri dan kualitas bahan baku yang bagus, sehingga sudah terkenal di masyarakat.²⁴

d. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan orang yang memiliki talenta dan semangat untuk mencapai visi, misi dan tujuan dalam suatu organisasi. Aktivitas dan hubungan

²³ Tini, Wawancara Peneliti dengan Pemilik Industri Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 1, Transkrip.

²⁴ Eka Candra Natalia, Wawancara Peneliti dengan Karyawan di Plaza Pragolo Pati, Pada Hari Rabu 13 April 2022, Wawancara 3, Transkrip.

karyawan diatur dalam manajemen sumber daya manusia. Untuk mengatur aktivitas karyawan manajemen sumber daya manusia melakukan seleksi karyawan dan pelatihan untuk mengembangkan kreatifitas karyawan.²⁵

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan pemilik industri Batik Tulis Tjokro melakukan pelatihan sumber daya manusia dan pengembangan kreativitas karyawan agar pekerjaannya terselesaikan dengan baik. Alasan pemilik Batik Tulis Tjokro melakukan pelatihan dan pengembangan karyawan agar karyawan bisa membatik dan memiliki peluang untuk menjadi pegusaha bukan hanya menjadi karyawan. Biasanya pelatihan dan pengembangan untuk melatih karyawan dilakukan oleh Bapak Bukhari selaku pemilik industri Batik Tulis Tjokro.

Upah ditentukan oleh pemilik industri Batik Tulis Tjokro dihitung sesuai dengan kreativitas karyawan, jenis pekerjaan, dan hasil yang dibuat oleh pengrajin batik. Upah yang diberikan antara karyawan satu dengan yang lainnya berbeda sebab sesuai dengan barang yang dikerjakan. Maka upah yang diberikan untuk karyawan berkisar Rp. 25.000 sampai Rp. 35.000 untuk per potong kain dan tergantung kerumitan dalam motif yang dikerjakan.²⁶

e. Upaya Pelestarian Batik Berbasis Kearifan Lokal

Batik merupakan warisan budaya bangsa Indonesia yang harus dipertahankan dan dilestarikan keberadaannya. Kita sebagai generasi penerus bangsa harus bersedia untuk melestarikan keberadaan batik, dan juga memperkenalkan batik kepada generasi penerus bangsa supaya mereka mempunyai kesadaran akan pentingnya menjaga dan melestarikan batik sebagai salah satu warisan bangsa Indonesia.

Hasil karya seni yang diciptakan oleh masyarakat disebut sebagai kebudayaan karya seni yang dihasilkan oleh masyarakat akan menghasilkan teknologi dan kebudayaan yang dibutuhkan oleh manusia untuk mengendalikan lingkungan di sekitarnya supaya kekuatan dan hasilnya bisa dipergunakan untuk kebutuhan masyarakat. Salah satu cara

²⁵ Ahmad Ibrahim, *Manajemen Syariah (Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer)*, (Jakarta: Rajawali pres, 2012), 105.

²⁶ Yuliati, Wawancara Peneliti dengan Karyawan Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 2, Transkrip

untuk melestarikan batik dengan memperkenalkan batik dari generasi ke generasi. Hal ini terus dilakukan supaya batik tetap terjaga keberadaannya dan tidak punah seiring dengan perkembangan zaman.

Budaya masyarakat yang tidak dapat dipisahkan oleh kehidupan sehari-hari masyarakat disebut dengan kearifan lokal. Melalui cerita dari mulut ke mulut kearifan lokal diwariskan secara turun temurun dari satu generasi ke generasi. Kearifan lokal Batik Tulis Tjokro itu turun temurun dari generasi ke generasi sampai sekarang generasi ke-5. Awalnya dari Nyi Danowati seorang penjaga museum pusaka dan pembuat seragam prajurit Kerajaan Majapahit abad ke-14. Siring bejalannya waktu Nyi Danowati mengajarkan warga desa Bakaran cara membatik. Motif sekar jagat, pedas gempal magel ati, dan limaran itu termasuk motif batik yang diajarkan oleh Nyi Danowati. Sedangkan motif gandrung adalah motif khusus yang diciptakan oleh Nyi Danowati.²⁷

Masyarakat Desa Bakaran masih mempertahankan kearifan lokal batik tulis sampai sekarang. Penggunaan teknologi yang sama yang digunakan dalam proses pembuatan batik tulis klasik. Namun seiring perkembangan zaman sudah menggunakan alat atau teknologi modern yang digunakan dalam proses pembuatan batik tulis. Proses produksi batik tulis menjadi salah satu penghasilan masyarakat Desa Bakaran. Nilai seni dan budaya ataupun kepercayaan baik dalam motif atau cara pembuatannya dapat dilihat pada setiap lembar kain batik. Sebelum melakukan proses pembuatan batik tulis ada ritual yang menjadi suatu kepercayaan tidak boleh dilanggar agar tidak mendapat nasib buruk.

Kearifan lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat yang dapat menghasilkan suatu karya seni dan budaya leluhur. Proses pembuatan batik tulis terinspirasi dari kearifan lokal masyarakat setempat baik dalam perilaku maupun budaya yang mereka pakai dan masih dilestarikan sampai sekarang. Proses produksi batik dapat berpengaruh pada tatanan ruang produksi batik dan dapat mempengaruhi motif batik yang dihasilkan oleh

²⁷ Tini, Wawancara Peneliti dengan Pemilik Industri Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 1, Transkrip.

masyarakat setempat dengan kearifan lokal di Desa Bakaran, sehingga batik tulis memiliki ciri khas dari motif, proses dan alur produksi.²⁸

2. Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung Perkembangan Industri Kreatif Batik Tulis Tjokro

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan terkait faktor penghambat dan faktor pendukung strategi pengembangan untuk meningkatkan Batik Tulis Tjokro adalah sebagai berikut:

a. Faktor Penghambat Perkembangan Industri Kreatif Batik Tulis Tjokro

Faktor penghambat perkembangan Batik Tulis Tjokro meliputi sumber daya manusia dan persaingan antar bisnis. Sumber daya manusia menjadi faktor penghambat perkembangan Batik Tulis Tjokro sebab adanya pandemi karyawan Batik Tulis Tjokro mengalami pengurangan karyawan menjadi 40 orang, sebelum adanya pandemi jumlah karyawan sekitar 90 orang. Selain itu pekerjaan karyawan terkendala oleh kegiatan karyawan ketika bekerja dirumah masing-masing.

Selain itu faktor penghambat pertumbuhan Batik Tulis Tjokro terkendala oleh persaingan antar bisnis yang sama memproduksi batik tulis. Perbedaan yang dimiliki seperti kualitas produk, harga yang berbeda dan desain motif batik.

b. Faktor Pendukung Perkembangan Industri Kreatif Batik Tulis Tjokro

Faktor pendukung perkembangan Batik Tulis Tjokro mempunyai ciri khas motif dan mempunyai konsumen tetap. Ciri khas motif Batik Tulis Tjokro dapat dilihat dari keunikan dari desain motif yang dibuat. Batik Tulis Tjokro memproduksi semua motif Batik Tulis Tjokro dan pemilik usaha mendesain sendiri motif batik sesuai dengan pesanan konsumen.

Selain itu faktor pendukung pengembangan Batik Tulis Tjokro mempunyai konsumen tetap yang setia membeli produk Batik Tulis Tjokro, sehingga tidak berpengaruh dalam persaingan pemasaran produk. Konsumen tetap Batik Tulis Tjokro seperti lembaga

²⁸ Sejarah Batik Bakaran Juwana-Pati, "Patikab daring, 09 Agustus 2014. <https://www.patikab.go.id/v2/id/2014/08/09/sejarah-batik-bakaran-juwanapati/>.

pemerintahan daerah dan lembaga pendidikan. Selain itu, Batik Tulis mendapatkan dukungan dari konsumen dan perhatian dari pemerintah daerah untuk mengembangkan usahanya.²⁹

3. Analisis SOAR Strategi Pengembangan Industri Kreatif Batik Tulis Tjokro

Berdasarkan data yang diperoleh dari industri kreatif Batik Tulis Tjokro, maka data tersebut digunakan untuk bahan analisis menggunakan analisis SOAR. Analisis ini digunakan untuk mengembangkan industri batik tulis Tjokro dan tetap bisa bersaing dengan industri batik tulis bakaran lainnya.

Berdasarkan analisis manajemen strategis, maka dapat diketahui kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), aspirasi (*aspirations*), dan hasil (*results*) yang dimiliki oleh industri batik tulis Tjokro. Analisis SOAR berfungsi sebagai pilihan alternatif strategi dari faktor-faktor yang sudah dijalankan oleh industri batik tulis Tjokro.

Berikut ini paparan dari kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), aspirasi (*aspirations*) dan hasil (*results*) yang didapatkan dari hasil wawancara dengan Ibu Tini selaku istri dari pemilik industri batik tulis Tjokro:

1. Kekuatan (*strengths*)
 - a. Menyediakan produk yang berkualitas dan dapat bersaing dipasaran
 - b. Lokasi sangat strategis mudah dijumpai para konsumen
 - c. Memiliki Sumber Daya Manusia yang handal
 - d. Produk mudah dikenal masyarakat
 - e. Sebagian besar modal milik pribadi
 - f. Jangkauan pemasaran mencakup pasar domestik
2. Peluang (*opportunities*)
 - a. Kompetisi yang tinggi dalam pengembangan kerajinan batik
 - b. Harga Batik Tulis Tjokro sangat terjangkau
 - c. Produk merupakan khas dari desa Bakaran Juwana Pati
 - d. Memiliki ciri khas motif batik yang berbeda dengan batik lainnya
 - e. Dukungan masyarakat terhadap kegiatan usaha

²⁹ Tini, Wawancara Peneliti dengan Pemilik Industri Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 1, Transkrip.

3. Aspirasi (*aspirations*)
 - a. Menjadikan industri batik tulis Tjokro sebagai cerminan untuk dapat mengembangkan motif-motif batik tulis melalui kearifan lokal yang ada di Desa Bakaran Juwana Pati.
 - b. Meningkatkan target pasar yang akan dituju
 - c. Meningkatkan jumlah peminat produk melalui media sosial
 - d. Mengikuti berbagai macam kegiatan seperti event, pameran, pelatihan dan lain sebagainya
4. Hasil (*results*)
 - a. Membangun citra yang baik bagi konsumen
 - b. Menjadi brand yang terkenal di masyarakat
 - c. Memperluas jangkauan pasar
 - d. Menarik konsumen untuk membeli produk batik
 - e. Memiliki banyak pelanggan setia dan pelanggan tetap
 - f. Batik tulis Tjokro bisa mewariskan dan memelihara budaya masyarakat serta membuka lapangan kerja untuk masyarakat setempat.

Tabel 4.1

Matriks SOAR Pengembangan Industri Batik Tulis Tjokro

| | Internal | Strenght (S) | |
|-----------|----------|-------------------|--|
| Eksternal | | Opportunities (O) | |
| | a. | a. | |
| | b. | b. | |
| | c. | c. | |
| | d. | d. | |
| | e. | f. | |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>pemasaran mencakup pasar domestik</p> | <p>berbeda dengan batik tulis lainnya</p> <p>e. Dukungan masyarakat terhadap kegiatan usaha</p> |
| <p>Aspiration (A)</p> <p>a. Menjadikan industri Batik Tulis Tjokro sebagai cerminan untuk dapat mengembangkan motif-motif batik tulis melalui kearifan lokal yang ada di Desa Bakaran Juwana Pati</p> <p>b. Meningkatkan target pasar yang akan dituju</p> <p>c. Meningkatkan jumlah peminat produk melalui media sosial</p> <p>d. Mengikuti berbagai macam kegiatan seperti event, pameran, pelatihan dan lain</p> | <p>SA</p> <p>a. Melakukan riset pasar terkait batik yang disukai dan diminati oleh konsumen</p> <p>b. Mengembangkan motif batik agar tercipta ciri khas dari Batik Tulis Tjokro</p> <p>c. Mempertahankan kualitas bahan baku yang digunakan untuk membuat batik</p> <p>d. Mengikuti berbagai macam kegiatan seperti event, pameran, pelatihan dan lainnya</p> | <p>OA</p> <p>a. Pengembangan batik dilakukan untuk melestarikan batik dengan kearifan lokal</p> <p>b. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan berbagi informasi dalam pemasaran Batik Tulis Tjokro</p> <p>c. Menjaga kualitas dan harga agar tetap seimbang dipasaran.</p> <p>d. Meningkatkan kreativitas pengrajin agar bisa menghasilkan produksi yang lebih baik.</p> |

| sebagainya. | | |
|---|---|---|
| Result (R) | SR | OR |
| a. Membangun citra yang baik bagi konsumen | a. Meningkatkan kualitas untuk memperkuat <i>brand image</i> di masyarakat. | a. Menggunakan produksi produk sesuai dengan tren yang ada |
| b. Menjadi brand yang terkenal di masyarakat | b. Tetap mengedepankan pelayanan yang optimal bagi konsumen | b. Memuaskan konsumen dengan pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas tinggi. |
| c. Memperluas jangkauan pasar | c. Memaksimalkan sumber daya yang ada untuk menanggapi pasar bebas dan kompetitor lain. | c. Pengembangan motif batik tulis dilakukan dengan menambahkan inovasi produk baru sesuai dengan tren yang ada di masyarakat. |
| d. Menarik konsumen untuk membeli produk batik | | |
| e. Memiliki banyak pelanggan setia dan konsumen tetap | | |
| f. Batik Tulis Tjokro bisa mewariskan dan memelihara budaya masyarakat serta membuka lapangan kerja untuk masyarakat. | | |

Strategi pengembangan Batik Tulis Tjokro menggunakan analisis SOAR :

1. Strategi SA

Strategi SA adalah strategi yang diperoleh antara kekuatan dan aspirasi. Strategi ini dibuat dengan menggunakan segala kekuatan untuk mencapai aspirasi Batik Tulis Tjokro yang diinginkan. Dengan adanya strategi ini diharapkan kekuatan yang dimiliki oleh Batik Tulis Tjokro akan dapat

disalurkan secara optimal untuk mencapai aspirasi. Strategi SA dapat dilakukan sebagai berikut:

- a) Melakukan riset pasar terkait batik yang disukai dan diminati oleh konsumen.
- b) Mengembangkan motif batik agar tercipta ciri khas dari Batik Tulis Tjokro
- c) Mempertahankan kualitas bahan baku yang digunakan untuk membuat batik
- d) Mengikuti berbagai macam kegiatan seperti event, pameran, pelatihan dan lain sebagainya.

2. Strategi OA

Strategi OA adalah strategi yang diperoleh antara peluang dan aspirasi. Strategi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memuaskan keinginan masing-masing dari setiap *stakeholder* untuk menghadapi peluang yang ada. Strategi OA dapat dilakukan sebagai berikut:

- a) Pengembangan batik dilakukan untuk melestarikan batik dengan kearifan lokal.
- b) Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan bergi informasi dalam pemasaran Batik Tulis Tjokro.
- c) Menjaga kualitas dan harga agar tetap seimbang dipasaran.
- d) Meningkatkan kreativitas pengrajin agar bisa menghasilkan produk yang lebih baik lagi.

3.

4. Strategi SR

Strategi SR adalah strategi yang diperoleh antara kekuatan dan hasil. Strategi ini dibuat untuk mencapai kekuatan dari hasil yang terukur. Strategi SR dapat dilakukan sebagai berikut:

- a) Meningkatkan kualitas untuk memperkuat *brand image* di masyarakat.
- b) Tetap mengedepankan pelayanan yang optimal bagi konsumen.
- c) Memaksimalkan sumber daya yang ada untuk menanggapi pasar bebas dan kompetitor lain.

5. Strategi OR

Strategi OR adalah strategi yang diperoleh antara peluang dan hasil. Strategi berorientasi pada peluang untuk mencapai hasil yang terukur. Strategi OR dapat dilakukan sebagai berikut:

- a) Menggunakan produksi produk sesuai dengan tren yang ada

- b) Memuaskan konsumen dengan pelayanan yang baik dan produk berkualitas tinggi.
- c) Pengembangan motif batik tulis dilakukan dengan menambahkan inovasi produk baru sesuai dengan tren yang ada di masyarakat.³⁰

C. Analisis Data Penelitian

1. Penerapan Strategi untuk Mengembangkan Industri Kreatif Batik Tulis Tjokro dalam Upaya Melestarikan Kearifan Lokal

Setiap bisnis berharap kedepannya usaha yang dijalankan untuk terus berkembang dengan mempunyai tujuan tetap bertahan dalam ketatnya persaingan usaha. Tujuan tersebut dapat dicapai suatu perusahaan agar mampu meningkatkan perkembangan strategi dalam mempertahankan usahanya. Perkembangan strategi yang dilakukan oleh pemilik industri Batik Tulis Tjokro dalam upaya melestarikan kearifan lokal adalah sebagai berikut:

a. Keuangan

Usaha dikembangkan untuk menjalankan bisnis agar berjalan secara maksimal. Kebutuhan modal usaha menjadi faktor penting dalam perkembangan suatu bisnis. Pemilik Batik Tulis Tjokro memulai usahanya menggunakan modal dana sendiri dan tidak meminjam modal di lembaga keuangan. Modal awal digunakan untuk biaya operasional yang dibutuhkan untuk proses produksi batik tulis.

Pemilik usaha dalam mengembangkan usahanya dari awal mendirikan usahanya sampai sekarang masih menggunakan modal sendiri dan tidak meminjam modal di lembaga keuangan. Pemilik usaha tidak meminjam modal dari lembaga keuangan sebab meminjam modal di Bank nantinya akan berusaha untuk mencicil mengembalikan hutangnya di Bank, otomatis modal usaha tidak berjalan dengan seimbang. Pemilik industri Batik Tulis Tjokro mengelola keuangan sendiri dan masih menggunakan manual dalam mengelola keuangan.³¹

³⁰ Muhammad Syahbudi, *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)*, (Medan: CV. Merdeka Kreasi Grup, 2021), 94.

³¹ Tini, Wawancara Peneliti dengan Pemilik Industri Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 1, Transkrip

b. Produksi

Kebutuhan material dan spiritual manusia dapat direalisasikan melalui pemenuhan kesejahteraan manusia, kepentingan manusia dapat mendorong umat muslim dalam memanfaatkan alam yang sudah disediakan oleh Allah SWT.³² Industri Batik Tulis Tjokro termasuk *home industry*, sehingga manajemen strategi produksi belum terkoordinir dengan baik dan industri Batik Tulis Tjokro memproduksi barang ketika ada pesanan dari konsumen.

Produk merupakan salah satu barang dan jasa yang ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.³³ Menurut Islam, produk konsumen merupakan sesuatu yang dapat dikonsumsi atau digunakan untuk menghasilkan nilai spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang dilarang oleh Islam dan tidak ada manfaatnya tidak bisa dikatakan sebagai produk menurut Islam.³⁴

Dalam persaingan, *home industry* harus bisa mengembangkan usahanya tidak hanya mengandalkan produk yang sudah ada. Untuk meningkatkan dan mempertahankan pangsa pasar, *home industry* harus menyempurnakan dan menghasilkan inovasi produk produk agar lebih baik, sehingga dapat memberikan kepuasan, manfaat serta menjadi daya tarik konsumen. Inovasi produk yang dihasilkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan menguntungkan perusahaan jangka panjang, peningkatan penjualan melalui pangsa pasar yang dituju.

Hasil produksi Batik Tulis Tjokro memiliki berbagai macam motif batik, diantaranya batik bakaran klasik dan kontemporer. Sekarang konsumen batik yang minat membeli batik tidak hanya generasi tua, tetapi generasi muda juga menyukainya. Pemerintah Daerah Kabupaten Pati mewajibkan Pegawai Negeri Sipil untuk memakai seragam batik tulis khas Pati, untuk mendorong

³² M. Azrul Tanjung, *Meraih Surga dengan Berbisnis*, (Jakarta: Gema Insan, 2013), 88.

³³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2013), 200.

³⁴ Teguh Sutanto, *Muhammad SAW Sang Miliader (Kiat Sukses Konglomerat Makkah)*, (Yogyakarta: Buku Pintar, 2013), 162.

peningkatan produksi batik tulis. Dalam proses produksi batik, kapasitas produksi menentukan besarnya biaya produksi.

Produk yang dihasilkan oleh Pemilik Batik Tulis Tjokro utamanya produk kain, pakaian, selendang, sarung, dan lain sebagainya. Akan tetapi produk yang dihasilkan kadang hanya diproduksi pada kondisi tertentu dan sesuai dengan pesanan konsumen. Proses produksi Batik Tulis Tjokro melalui beberapa tahap mulai dari molo (menggambar pola motif batik), ngisi (ngengkreng atau nyeceki), nembok, wedel, kerik, ngremok, bironi, nglorod, setelah selesai dijemur.³⁵

Menurut bisnis Islam, dalam berbisnis pengusaha muslim diharapkan mempunyai etika yang baik. Pengusaha Muslim diharapkan tidak menjalankan bisnis saja, tetapi juga menerapkan etika bisnis untuk mendapatkan barokah dunia dan akhirat atas usaha yang dijalankan.

Seorang pebisnis dalam menjalankan bisnisnya harus mempunyai sifat kejujuran agar tidak merugikan produsen dan konsumen. Abu sa'ad meriwayatkan bahwa Rasulullah SAW pernah bersabda:

النَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّ وَالصَّادِقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Artinya: *“Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan dimasukkan dalam golongan para nabi, orang-orang jujur, dan para syuhada”.* (HR. Tirmidzi).³⁶

Berdasarkan hadis tersebut dijelaskan bisnis merupakan pekerjaan mulia dan dalam menjalankan bisnisnya pemilik usaha dengan penuh kejujuran. Pemilik Batik Tulis Tjokro menjual produknya secara langsung atau melalui media sosial selalu mengatakan jujur tentang kondisi barang yang dijual itu cacat atau tidak. Pemilik Batik Tulis Tjokro berusaha berperilaku jujur, sebab kejujuran juga penting terhadap perkembangan usahanya. Kejujuran menjadi kunci untuk meraih kepercayaan

³⁵ Yuliati, Wawancara Peneliti dengan Karyawan Industri Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 2, Transkrip.

³⁶ Asy Syariah, *Hadist Tentang Kejujuran salam Jual Beli*. <https://asysyariah.com/kejujuran-dalam-jual-beli/08/10/2020>

konsumen, apabila tidak ada kejujuran maka mitra bisnis tidak akan membeli produknya.

c. Pemasaran

Strategi yang diharapkan untuk mencapai sasaran pengembangan pemasaran bisnis. Batik Tulis Tjokro merupakan industri kerajinan tangan yang dikerjakan secara manual yang dikembangkan dan dilestarikan dalam *Home Industry*. Warisan budaya batik harus dilestarikan, dan dikembangkan untuk menjadi identitas bangsa Indonesia.

Batik Tulis Tjokro melakukan strategi pemasaran untuk mencapai target pasar yang dituju dan diminati oleh konsumen. Harga produk Batik Tulis Tjokro sangat terjangkau dipasaran dibandingkan dengan harga batik tulis lainnya. Kualitas produk yang bagus dan kepuasan konsumen menjadikan perkembangan pemasaran Batik Tulis Tjokro lebih baik dibandingkan dengan batik tulis lainnya. Hal ini dilakukan untuk menciptakan persepsi yang baik dan membangun citra produk batik tulis untuk menarik konsumen. Strategi pemasaran yang digunakan Batik Tulis Tjokro untuk mengembangkan usahanya dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah sebagai berikut:

1) Produk

Produk merupakan segala sesuatu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang ditawarkan oleh produsen untuk konsumen.³⁷ Batik Tulis Tjokro memiliki keunikan dan keunggulan dalam kualitas produk dan ciri khas produk. Batik Tulis Tjokro sangat meutamakan kualitas dan ciri khas yang dimiliki oleh Batik Tulis Tjokro. Keunggulan yang dihasilkan dari produk Batik Tulis Tjokro menjadikan konsumen banyak yang suka dengan kualitas produk Batik Tulis Tjokro.

Pemilik usaha, selalu mempertahankan kualitas, mutu dalam proses produksi batik. Untuk menghasilkan kualitas yang bagus dalam proses produksi batik tulis dikerjakan secara cermat, teliti dan hati-hati. Dalam menawarkan produknya Batik

³⁷ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi Dan Kasus*, (Yogyakarta: CAPS, 2012), 69.

Tulis Tjokro membuat desain motif batik, ciri khas mengetahui karismatik yang tidak dimiliki oleh kompetitor lainnya. Batik Tulis Tjokro selain mendesain motif batik bakaran klasik juga mendesain motif batik sendiri sesuai pesanan dari konsumen. Batik Tulis Tjokro menawarkan banyak motif batik yang setiap motifnya memiliki filosofi dan nilai seni yang tinggi.

Selain itu, Batik Tulis Tjokro mengikuti pelatihan untuk mengembangkan kualitas, mutu dan inovasi produk yang dilakukan untuk mendukung perkembangan strategi. Batik Tulis Tjokro memiliki kualitas dan mutu produk yang baik sesuai dengan keinginan konsumen dapat menjadikan konsumen loyal terbukti dalam pelayanan dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti, kualitas produk dinilai dapat menghasilkan produk Batik Tulis Tjokro yang sangat bagus dibandingkan dengan batik tulis lainnya. Semua konsumen yang membeli Batik Tulis Tjokro merasa senang dengan kualitas produk.

Produk yang dihasilkan dalam pemasaran Islam harus halal dan bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk tidak boleh mengandung bahan yang berbahaya sebab dapat memberikan konsumen dampak positif. Selain itu, penjual dan pembeli sebelum melakukan transaksi penjual tidak boleh menyembunyikan sesuatu. Apabila penjual atau pembeli menyembunyikan sesuatu, maka transaksi bisnis yang dijalankan dianggap tidak sehat dan tidak halal. Maka, prinsip kejujuran harus dimiliki oleh perusahaan untuk memberikan kualitas pelayanan konsumen. Ketentuan syariah ditentukan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen.³⁸

2) Harga

Harga adalah nilai uang yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dalam

³⁸ Ernie Tisnawati Sule, dkk., *Manajeme Bisnis Syariah*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2016), 163.

menggunakan suatu barang atau jasa.³⁹ Harga ditentukan untuk memperoleh keuntungan perusahaan dari penjualan produk, sehingga dapat mengetahui hasil dari pemasaran produk.⁴⁰

Harga yang ditawarkan oleh Batik Tulis Tjokro sangat terjangkau dibandingkan dengan batik tulis lainnya. Kualitas dan kepuasan konsumen menjadi keutamaan untuk pemasaran batik tulis. Batik Tulis Tjokro menawarkan harga mulai dari yang murah sampai mahal. Harga Batik Tulis Tjokro ditentukan berdasarkan tingkat kesulitan dan kerumitan dalam proses produksi.

Harga batik ditentukan dari kualitas bahan baku, desain motif batik dan pewarnaan batik tulis. Proses pembuatan desain motif batik yang semakin rumit dan sulit maka harga yang ditawarkan semakin mahal dan kualitas bahan baku yang digunakan bagus untuk menentukan harga jual produk Batik Tulis Tjokro. Meskipun harga Batik Tulis Tjokro yang ditawarkan dipasaran mahal akan tetapi harga produk tetap terjangkau dibandingkan dengan batik tulis lainnya.

Berdasarkan hasil pengamatan langsung dilapangan, harga batik tulis terkenal lebih terjangkau, akan tetapi Batik Tulis Tjokro menawarkan harga mulai dari harga relatif murah sampai mahal. Batik Tulis Tjokro memiliki kualitas dengan ciri khas serta keunikan desain batik, sebab pemilik usaha selalu mendesain motif batik sendiri.

Permintaan dan penawaran harga dapat dilakukan untuk menentukan harga. Permintaan dan penawaran dalam konsep Islam dilakukan dengan sama-sama rela, tidak ada unsur keterpaksaan dalam melakukan transaksi jual beli. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surah An-Nisaa' ayat 29

³⁹ Riyono & Gigih Erlik Budiharjo, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati", *Jurnal STIE Semarang* 8, no. 2 (2016): 100.

⁴⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga Cetakan Pertama, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), 151.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ قَلِيًّا وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ قَلِيًّا إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu.”* (QS. Surah An-Nisaa’ : 29).⁴¹

3) Tempat atau Saluran Distribusi

Dalam proses pemasaran strategi sangat penting untuk menentukan saluran distribusi atau tempat yang efektif dan efisien. Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan produsen ke konsumen untuk memudahkan proses pemasaran barang atau jasa.⁴²

Proses pendistribusian Batik Tulis Tjokro dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Distribusi langsung biasanya konsumen langsung datang ketempat produksi batik untuk membeli batik secara langsung. Sedangkan distribusi tidak langsung bisa melalui media sosial. Untuk pengiriman barang biasanya dikirim melalui paket seperti J&T dan J&E untuk pengirim wilayah Pati dan diluar wilayah Pati.

Berdasarkan pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti, tempat produksi batik masih ada kendala belum mempunyai galeri batik yang memadai, proses produksi dilakukan dirumah masing-masing karyawan dan proses pewarnaan dan penjemuran dilakukan dihalaman belakang rumah pemilik usaha.

Batik Tulis Tjokro belum memiliki tempat yang efektif. Seharusnya Batik Tulis Tjokro

⁴¹ Departemen Agama RI, An-Nisaa’ Ayat 29. *Al-Qur’an Terjemah*. Semarang: CV Toha Putra, 1989.

⁴² Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi Dan Kasus*, 172.

mempunyai tempat produksi yang layak dan luar agar proses produksi dapat dilakukan dalam satu tempat dan pemilik usaha dapat memantau karyawannya dalam proses produksi. Selain itu, harus mempunyai galeri batik dan strategi untuk menjual produk Batik Tulis Tjokro agar memudahkan konsumen untuk membeli batik.

4) Promosi

Promosi adalah komunikasi yang dilakukan antara produsen dan konsumen dalam aktivitas perusahaan dalam membangun kepercayaan konsumen untuk membangun komunikasi yang baik antara konsumen dan produsen. Promosi dapat membangun komunikasi yang baik dan jelas, akan memberikan pengaruh positif antara produsen dan konsumen untuk membangun kepercayaan.⁴³

Berdasarkan hasil penelitian secara langsung, peneliti melihat promosi yang dilakukan oleh Batik Tulis Tjokro melakukan promosi sederhana dari mulut ke mulut pada awal pemasaran Batik Tulis Tjokro. Setelah perkembangan zaman pemilik usaha melakukan perkembangan promosi produk melalui teman-teman terdekat, saudara dan keluarga.

Selain itu, seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, untuk memperlancar tujuan dan target penjualan Batik Tulis Tjokro menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya. Pemanfaatan media sosial untuk saling berinteraksi secara online tanpa dibatasi ruang dan waktu dan media sosial dapat digunakan untuk mengetahui informasi formal maupun non formal. Media sosial menjadi salah satu faktor penting untuk menerima sebuah pesan. Untuk mempermudah pemasaran produk pemilik usaha memanfaatkan media sosial.⁴⁴

Berdasarkan pengamatan langsung oleh peneliti, promosi yang dilakukan oleh Batik Tulis

⁴³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga Cetakan Pertama, 219.

⁴⁴ Tini, Wawancara Peneliti dengan Pemilik Industri Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 1, Transkrip.

Tjokro dinilai kurang maksimal dalam memasarkan produknya. Akan tetapi pemilik industri Batik Tulis Tjokro menggunakan whatapp untuk mempromosikan poduknya dan menerima pemesanan konsumen. Seharusnya promosi Batik Tulis Tjokro tidak hanya menggunakan aplikasi whatsapp saja, tetapi juga menggunakan media sosial lainnya seperti instagram, facebook dan marketplace agar promosi pemasaran lebih luas lagi.

d. Sumber Daya Manusia

Karyawan yang bekerja di Batik Tulis Tjokro berasal dari masyarakat setempat Desa Bakaran itu sendiri. Kebanyakan karyawan yang bekerja sebagai pengrajin batik dilakukan oleh perempuan. Peran perempuan dalam proses produksi batik sangat penting sebab semua proses membatik mulai dari tahap awal sampai akhir proses membatik dikerjakan oleh perempuan.

Pembagian pekerjaan didasarkan pada kemampuan yang dimiliki oleh karyawan. Pengrajin batik tulis dituntut memiliki ketelitian, talenta, serta keterampilan untuk menghasilkan batik tulis yang bagus. Oleh karena itu, batik tulis lebih banyak dilakukan oleh perempuan.

Sebelum bekerja karyawan diberikan pelatihan oleh pemilik usaha setelah pelatihan pemilik usaha menentukan bagian karyawan sesuai dengan kemampuan, kreativitas dan talenta yang dimiliki oleh karyawan. Tujuan pemilik usaha untuk memberikan pelatihan agar dapat melestarikan dan mengembangkan batik tulis untuk generasi selanjutnya. Islam mengajarkan umatnya untuk saling tolong menolong dan saling memperhatikan untuk sesama manusia.

Pemilik usaha dan pengrajin batik industri Batik Tulis Tjokro sebagian besar memiliki kreativitas membatik. Keahlian yang dimiliki pengrajin Batik Tulis Tjokro pada dasarnya mereka berlatih membatik sendiri. Kebanyakan pengrajin batik jarang mempunyai keahlian khusus dalam membatik hanya sebagian pengrajin yang mempunyai keahlian khusus dalam membatik, karena pada umumnya pengrajin Batik Tulis Tjokro hanya masyarakat biasa yang sebagian rata-rata pendidikannya lulusan tingkat SD, SMP, SMA dan rata-rata sudah lanjut usia,

sebab generasi muda kurang minat dalam pekerjaan membuat.

Pemberian upah yang dilakukan oleh pemilik usaha berdasarkan pekerjaan harian yang dihitung per potong kain. Imbalan (upah) yang diberikan untuk menjadi motivasi karyawan untuk mendorong dalam mencapai target kerja yang sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan, sehingga dapat berusaha bekerja yang lebih baik untuk menjadi pertimbangan dunia dan akhirat. Allah berfirman dalam QS. Al-An'am ayat 160:

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ أَمْثَلِهَا ، وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا يُجْزَى إِلَّا مِثْلَهَا وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya: *“Barang siapa berbuat kebaikan mendapat balasan sepuluh kali lipat amalnya. Dan barang siapa berbuat kejahatan dibalas seimbang dengan kejahatannya. Mereka sedikit pun tidak dirugikan.”* (QS. Al-An'am:160).⁴⁵

Batik Tulis Tjokro mampu menyerap banyak tenaga kerja, sebelum adanya pandemi covid-19 karyawan Batik Tulis Tjokro berjumlah 90 orang setelah adanya pandemi covid-19 karyawan Batik Tulis Tjokro berkurang menjadi 40 orang. Meningkatnya permintaan Batik Tulis Tjokro menjadikan produktivitas pemilik usaha meningkat. Dengan demikian penghasilan tambahan yang diperoleh karyawan, sehingga hubungan antara karyawan dengan pemilik usaha kesejahteraannya meningkat.⁴⁶

e. Upaya Pelestarian Batik Berbasis Kearifan Lokal

Dalam melestarikan dan mengembangkan Batik Tulis Tjokro, diperlukan beberapa upaya untuk memperkenalkan produk ke konsumen domestik. Potensi Batik Tulis Tjokro sangat menjanjikan sebagai cendramata

⁴⁵ Departemen Agama RI, Al-An'am Ayat 160. *Al-Qur'an Terjemah*. Semarang: CV Toha Putra, 1989.

⁴⁶ Tini, Wawancara Peneliti dengan Pemilik Industri Batik Tulis Tjokro, Pada Hari Sabtu 09 April 2022, Wawancara 1, Transkrip.

khlas Juwana dan warisan budaya lokal yang harus dilestarikan dan dikembangkan.

- 1) Pembuatan motif batik saat ini dibuat pengrajin sesuai dengan permintaan pesanan konsumen.
- 2) Menyediakan berbagai macam inovasi produk dari Batik Tulis Tjokro.
- 3) Mengadakan kegiatan pelatihan membatik bertujuan untuk melestarikan budaya membatik dari generasi ke generasi agar tidak punah.
- 4) Pengembangan produksi pewarnaan batik sudah tidak menggunakan bahan alam, tetapi sekarang sudah menggunakan bahan sintestis yang banyak varian warna dan warnanya tidak cepat pudar.
- 5) Untuk mengetahui model produk yang berkembang dipasaran dengan mengikuti pameran yang berskala Nasional.
- 6) Memberikan pengetahuan kepada masyarakat untuk memakai batik dalam acara formal.
- 7) Pengrajin batik menurunkan talenta untuk generasi muda untuk menjadi pengrajin batik, agar kedepannya batik tidak punah.

2. Faktor Penghambat dan Pendukung Pengembangan Industri Batik Tulis Tjokro

Setiap usaha yang dijalankan pasti ada kekuatan dan kelemahan yang berbeda. Dalam Islam, setiap kegiatan bisnis selalu mengedepankan prinsip syariah, keadilan dan keseimbangan antara hak dan kewajiban yang akan dijalankan dalam kegiatan bisnis. Hal ini berpedoman dalam ayat Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بِالْبَطْلِ وَتُدْءَلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *“Dan janganlah kamu makan harta diantara kamu dengan jalan yang batil, dan janganlah kamu menyuap dengan harta menyuap dengan harta itu pada hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan*

jalan dosa, padahal kamu mengetahui.” (QS. Surah Al-Baqarah: 188).⁴⁷

Dalam menjalankan usaha, pastinya ada faktor-faktor yang mempengaruhi dalam mempertahankan usahanya. Faktor penghambat dan pendorong Batik Tulis Tjokro dilakukan untuk menggali kekuatan dan kelemahan, serta menganalisis untuk mendapatkan peluang dan hambatan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti di lapangan terkait dengan faktor penghambat dan faktor pendukung strategi pengembangan Batik Tulis Tjokro adalah sebagai berikut:

a. Faktor Penghambat

Faktor penghambat perkembangan Batik Tulis Tjokro sangat membutuhkan perhatian dari pemerintah dan masyarakat agar dapat bersaing bersama pelaku usaha batik dari daerah lainnya, dan batik tulis bisa lebih dikenal dan dapat bersaing di luar daerah.

Pengembangan Batik Tulis Tjokro belum berorientasi masih terkendala pada keterbatasan kegiatan ekonomi, kualitas sumber daya manusia, kemampuan memperkuat posisi pasar, meningkatkan kinerja karyawan, dan meningkatkan kemampuan untuk posisi yang menguntungkan.

Peningkatan daya saing dalam pengembangan batik perlu adanya inovasi untuk membuat desain motif sesuai warna dan selera konsumen dipasaran. Kreativitas yang dimiliki sangat terbatas yang disebabkan oleh minimnya inovasi dan pelatihan pembuatan batik.

Lemahnya sumber daya manusia terlihat dari proses pemasaran batik, pemasaran batik dilakukan ketika ada yang pesan dan konsumen yang datang ke tempat produksi, mereka jarang memanfaatkan teknologi dalam memperluas akses pasar, pengraji batik dalam proses pemasaran masih terkendala dalam akses teknologi. Lemahnya sumber daya manusia juga kurang mengetahui kendala dan kelemahan yang dihadapi terhadap

⁴⁷ Departemen Agama RI, Al-Baqarah Ayat 188. *Al-Qur'an Terjemah*. Semarang: CV Toha Putra, 1989.

perkembangan industri batiknya. Lemahnya sumber daya manusia membuat keterbatasan inovasi pada pengrajin batik dalam pengembangan batik.

b. Faktor Pendukung

Faktor pendukung perkembangan Batik Tulis Tjokro yaitu mempunyai ciri khas keunikan pada setiap motif Batik Tjokro, kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen dalam membeli Batik Tulis Tjokro. Batik Tulis Tjokro memproduksi semua motif Batik Tulis Bakaran. Motif Batik Tulis Bakaran memiliki ciri khas dari desain motif batiknya, yaitu “remekan atau retakan” pada motif batik diibaratkan seperti tembok atau tanah yang pecah. Di antara semua motif Batik Tulis Bakaran yang terkenal dengan ciri khasnya, motif Blebak Urang, karena motif ini terinspirasi dari penghasilan laut seorang nelayan, sebab letak geografis Desa Bakaran dekat dengan pesisir. Faktor pendukung selain membuat motif klasik Batik Tulis Bakaran pemilik industri Batik Tulis Tjokro juga mendesain motif batik sendiri sesuai dengan permintaan konsumen.

Kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen menjadi faktor pendukung perkembangan Batik Tulis Tjokro, sehingga tidak berpengaruh dalam persaingan batik. Batik Tulis Tjokro bekerja sama dengan lembaga pemerintahan daerah dan lembaga pendidikan. Selain itu, perhatian pemerintah daerah yang diberikan untuk Batik Tulis Tjokro melalui program-program pelatihan, dan pameran. Untuk meningkatkan daya saing, serta dukungan untuk pengembangan Batik Tulis Tjokro dengan memberi masukan tentang hasil produk dari konsumen.

3. Analisis SOAR Strategi Pengembangan Industri Batik Tulis Tjokro

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Batik Tulis Tjokro telah berhasil dari beberapa strategi yang sudah dijalankan dari tahun 1977 sampai sekarang. Namun melihat kekuatan internal serta peluang eksternal dengan situasi dan kondisi saat ini, termasuk perkembangan teknologi informasi dan budaya, pengembangan strategi Batik Tulis Tjokro agar peluang yang ada bisa dimanfaatkan secara optimal demi perkembangan usaha.

Pengembangan strategi inovasi dalam industri Batik Tulis Tjokro sangat dibutuhkan untuk menciptakan ide-ide baru dalam mengembangkan proses produksi dan kualitas produksi

serta memasukkan aspek inovasi sebagai salah satu bagian dari strategi bisnis. Batik Tulis Tjokro juga menerapkan aspek dari strategi inovasi, diantaranya:

1. Tetap mengutamakan kualitas produk, meski banyak kekuatan lain namun dengan kualitas produk yang baik akan menarik banyak konsumen. Melalui produknya Batik Tulis Tjokro selalu mengedepankan kualitas serta memenuhi keinginan konsumen dengan cara melakukan riset pasar untuk mencari tahu apa yang disukai oleh konsumen.
2. Meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan edukasi, kreativitas, dan inovasi.
3. Menggunakan pemasaran offline dan online untuk promosi pemasaran produk Batik Tulis Tjokro agar dikenal luas oleh masyarakat.

