Vol 2 No. 6 Desember 2025 P-ISSN : 3047-3845 E-ISSN : 3047-3225, Hal 70 – 75

JURNAL EKONOMI BISNIS
DAN KEWIRAUSAHAAN
Halaman Jurnal: https://journal.smartpublisher.id/index.php/jeber
Halaman UTAMA Jurnal : https://journal.smartpublisher.id/

DOI: https://doi.org/10.69714/1z368x15

DIGITALISASI DAN PELUANG EDUPRIENEURSHIP BAGI INDUSTR BATIK PEKALONGAN

Ziyadah El Fadllilah [a*], Rizqi Nur Amalya [b], Brillian Galang Irzaqi [c], Hikmah Ramadhani [d], Aulia Damayanti [e], Ferida Rahmawati [f]

[a] Tarbiyah dan Ilmu Keguruan/Pendidikan Agama Islam; ziyadah.el.fadllilah24055@mhs.uingusdur.ac.id, Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid; Pekalongan, Jawa Tengah

[b] Tarbiyah dan Ilmu Keguruan/Pendidikan Agama Islam; rizqi.nur.amalya24059@mhs.uingudsdur.ac.id, Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid; Pekalongan, Jawa Tengah

[c] Tarbiyah dan Ilmu Keguruan/Pendidikan Agama Islam; brillian.galang.irzaqi24069@mhs.uingusdur.ac.id, Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid; Pekalongan, Jawa Tengah

[d] Tarbiyah dan Ilmu Keguruan/Pendidikan Agama Islam; hikmah.ramadhani24079@mhs.uingusdur.ac.id, Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid; Pekalongan, Jawa Tengah

[e] Tarbiyah dan Ilmu Keguruan/Pendidikan Agama Islam; aulia.damayanti24082@mhs.uingusdur.ac.id, Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid; Pekalongan, Jawa Tengah

[f] Tarbiyah dan Ilmu Keguruan/Pendidikan Agama Islam; ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id, Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid; Pekalongan, Jawa Tengah

[*]Penulis Korespondensi: Ziyadah El Fadllilah

ABSTRACT

Batik, as one of Indonesia's cultural heritages, continues to evolve and is no longer regarded solely as a traditional craft, but has become an important part of today's creative industry. This study aims to describe how batik is produced, the philosophical meanings embedded in its motifs, and the business opportunities that emerge as digital technology becomes increasingly integrated into production and marketing practices. Using a descriptive qualitative approach, this research illustrates how traditional batik-making processes are now combined with various forms of digital innovation, such as social-media-based promotion and the use of online marketplace platforms to reach a wider audience. The findings show that digitalization does not only help artisans expand their market reach but also improves promotional effectiveness and strengthens brand identity. In addition, this study supports previous research indicating that digital technology plays a crucial role in maintaining the sustainability of batik businesses amid growing global competition.

Keywords: *Batik; Digitalization; Creative Economy; Innovation; Online Marketing.*

Abstrak

Batik sebagai salah satu warisan budaya Indonesia terus mengalami perkembangan dan kini tidak lagi dipandang hanya sebagai karya tradisional, tetapi telah menjadi bagian penting dari industri kreatif modern. Penelitian ini berusaha menjelaskan bagaimana proses pembuatan batik dilakukan, makna yang terkandung dalam setiap motif, serta peluang usaha yang muncul seiring masuknya teknologi digital dalam praktik produksi dan pemasaran. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menggambarkan bagaimana tahapan batik tradisional dipadukan dengan berbagai inovasi digital, mulai dari promosi berbasis media sosial hingga penggunaan platform penjualan online sebagai strategi memperluas pasar. Temuan penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya membantu pengrajin menjangkau konsumen yang lebih luas, tetapi juga meningkatkan efektivitas promosi dan memperkuat identitas merek. Selain itu, hasil penelitian ini menguatkan temuan sebelumnya yang menyebutkan bahwa teknologi digital berperan penting dalam menjaga keberlanjutan usaha batik di tengah persaingan global yang semakin ketat.

Kata kunci: Batik; Digitalisasi; Ekonomi Kreatif; Inovasi; Pemasaran Online.

1. PENDAHULUAN

Batik merupakan bagian penting dari identitas budaya Indonesia dan memiliki nilai estetis, filosofis, serta historis yang melekat dalam setiap motifnya. Setiap corak batik memuat narasi tentang tatanan sosial, pandangan hidup, dan pesan moral yang diwariskan lintas generasi. Pengakuan UNESCO terhadap batik

Naskah Masuk 21 November 2025; Revisi 23 November 2025; Diterima 27 November 2025; Tersedia 28 November, 2025

sebagai Warisan Budaya Takbenda semakin menguatkan posisinya sebagai simbol kearifan lokal sekaligus aset budaya yang bernilai strategis bagi bangsa.

Seiring dengan perkembangan zaman, batik tidak lagi hanya berfungsi sebagai pelestari tradisi, tetapi juga menjadi sektor unggulan dalam ekonomi kreatif nasional. Inovasi motif, pengembangan desain, hingga pemanfaatan teknologi dalam proses produksi telah menjadikan batik semakin kompetitif di pasar global. Data Kementerian Perindustrian (2023) bahkan menunjukkan bahwa produk ekonomi kreatif berbasis budaya, termasuk batik, menyumbang lebih dari 25% nilai ekspor nasional, menandakan besarnya potensi ekonomi yang dimiliki industri ini. Namun, di tengah arus globalisasi dan digitalisasi, pelaku batik menghadapi tantangan baru, terutama terkait keterbatasan literasi digital, akses informasi, dan pendampingan teknologi.

Berangkat dari kondisi tersebut, penelitian ini berupaya melihat bagaimana digitalisasi dapat mendukung keberlanjutan industri batik tanpa menghilangkan nilai budaya yang menjadi ciri khasnya. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menelaah proses produksi batik, pola adaptasi terhadap teknologi, serta pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan inovasi desain digital sebagai strategi peningkatan daya saing. Melalui kajian ini, artikel diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan konseptual bagi pengembangan model bisnis batik yang lebih relevan dan berkelanjutan di era digital.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Bagian tinjauan pustaka ini menguraikan perkembangan pemanfaatan teknologi digital dalam industri batik Pekalongan serta keterkaitannya dengan penguatan edupreneurship di kalangan pengrajin. Digitalisasi dipahami sebagai upaya mengintegrasikan teknologi informasi ke dalam proses produksi, promosi, dan distribusi batik agar lebih efektif dan kompetitif [1]. Perubahan ini tidak sekadar mengubah pola pemasaran, tetapi ikut memengaruhi cara para pelaku UMKM batik mengelola usaha dan berinteraksi dengan konsumen. Pembahasan berikut menitikberatkan pada dinamika digitalisasi, peran edupreneurship bagi pengrajin, serta hambatan yang muncul selama proses transformasi menuju industri batik yang lebih adaptif.

2.1. Digitalisasi dalam Industri Batik Pekalongan

Perkembangan teknologi digital membawa dampak signifikan bagi industri batik Pekalongan, terutama sejak media sosial dan marketplace menjadi ruang utama promosi produk. Riset menunjukkan bahwa pemasaran digital mampu meningkatkan jangkauan dan penjualan UMKM batik karena konsumen dapat mengakses informasi produk secara lebih cepat dan luas [2]. Pengrajin batik Pekalongan, yang dikenal dengan kekhasan motif pesisirnya, memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook sebagai galeri daring untuk menampilkan proses pembuatan dan inovasi motif. Teknologi juga memungkinkan pengrajin mengeksplorasi desain baru dengan lebih mudah, meskipun hasil akhir tetap dipadukan dengan sentuhan artistik tradisional. Namun demikian, tidak semua pengrajin dapat mengikuti perubahan ini karena keterbatasan dalam penggunaan perangkat digital dan minimnya pendampingan terkait literasi teknologi.

2.1.1. Edupreneurship dalam Pengembangan Pelaku Batik

Edupreneurship merupakan pendekatan kewirausahaan yang memadukan prinsip pendidikan untuk membantu pelaku usaha meningkatkan keterampilan sekaligus membangun kemandirian usaha [3]. Dalam konteks batik Pekalongan, konsep ini menjadi strategi penting untuk membekali pengrajin agar mampu memadukan teknik membatik dengan kemampuan digital. Pelatihan mengenai branding, pemasaran online, pengambilan foto produk, hingga manajemen usaha menjadi kebutuhan mendesak agar pengrajin dapat bersaing di tengah pasar digital yang terus berkembang [4]. Tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, edupreneurship juga memberi ruang bagi pengrajin untuk lebih kreatif dalam mengembangkan motif serta membuat produk turunan batik yang disukai generasi muda. Kolaborasi dengan anak muda yang menguasai desain digital pun membuka peluang inovasi antara tradisi dan teknologi.

2.1.2. Tantangan Adaptasi Teknologi dalam Industri Batik

Walaupun digitalisasi menawarkan banyak keuntungan, proses adaptasi di kalangan pengrajin batik Pekalongan masih menghadapi sejumlah hambatan. Kendala yang paling sering muncul adalah minimnya kemampuan digital, kesulitan mengelola akun pemasaran, serta terbatasnya akses pelatihan teknologi yang berkesinambungan [5]. Banyak pengrajin belum terbiasa dengan cara kerja algoritma media sosial, teknik

foto produk yang menarik, atau strategi jualan daring yang efektif. Faktor usia, pendidikan, dan pengalaman turut mempengaruhi cepat lambatnya proses adaptasi tersebut. Di sisi lain, persaingan dengan batik printing massal yang beredar luas di e-commerce juga menjadi tantangan baru bagi pengrajin batik tulis dan cap. Berbagai penelitian menegaskan bahwa pendampingan UMKM, pelatihan teknologi, dan penguatan komunitas merupakan langkah yang paling realistis untuk membantu pengrajin menghadapi era digital [6]. Oleh karena itu, digitalisasi sebaiknya dibarengi pemberdayaan keterampilan agar industri batik tetap mampu bertahan dan berkembang**.**

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan deskriptif kualitatif karena peneliti ingin menggambarkan secara nyata bagaimana proses digitalisasi berlangsung di industri batik Pekalongan serta bagaimana hal itu membuka peluang edupreneurship. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat memahami situasi sesuai kondisi sebenarnya di lapangan, termasuk kebiasaan para pengrajin, perubahan yang terjadi, dan dampak teknologi terhadap pekerjaan mereka sehari-hari.

Pengumpulan data dilakukan melalui dua cara, yaitu studi literatur dan observasi lapangan. Studi literatur dilakukan dengan membaca berbagai penelitian, buku, dan laporan terbaru yang memiliki hubungan dengan digitalisasi UMKM dan perkembangan industri batik. Sementara observasi lapangan dilakukan secara langsung di salah satu sentra batik tradisional untuk melihat proses produksi, cara kerja pengrajin, serta penggunaan teknologi digital yang mulai diterapkan dalam kegiatan usaha. Kedua sumber data ini membantu memberikan gambaran yang lebih lengkap dan konkret.

Analisis data menggunakan gabungan pendekatan fenomenologis dan ekonomi kreatif. Pendekatan fenomenologis membantu peneliti memahami pengalaman para pengrajin, seperti bagaimana mereka menyesuaikan diri dengan teknologi baru dan apa saja kendala yang mereka hadapi. Sementara pendekatan ekonomi kreatif digunakan untuk menilai bagaimana inovasi dan penggunaan teknologi dapat meningkatkan nilai jual batik serta peluang usaha baru. Dengan memadukan kedua pendekatan ini, penelitian dapat menjelaskan proses digitalisasi sekaligus peluang edupreneurship yang muncul di industri batik Pekalongan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Proses Produksi Batik Tradisional

Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa proses produksi batik di Pekalongan masih memegang erat prinsip-prinsip tradisional yang diwariskan turun-temurun. Tahap awal dimulai dari pemilihan bahan kain berkualitas, yang kemudian dilanjutkan pada proses pencantingan. Pada tahap ini, pengrajin menggunakan canting untuk menuangkan malam secara perlahan mengikuti pola motif yang sudah disiapkan sebelumnya. Proses ini memerlukan ketelitian tinggi, karena setiap garis dapat memengaruhi keutuhan motif secara keseluruhan. Nilai kesabaran dan ketekunan menjadi karakter utama para pembatik, yang terlihat dari cara mereka mengulang pola berulang kali hingga mencapai bentuk yang diinginkan [13].

Tahap pewarnaan dilakukan dengan merendam kain ke dalam larutan warna, kemudian dilanjutkan dengan proses penutupan motif tertentu menggunakan malam untuk mempertahankan warna yang berbeda. Tahap ini kembali dilanjutkan secara bergantian sampai motif berlapis yang diinginkan terbentuk sepenuhnya. Setelah itu, kain melalui proses pelorodan untuk menghilangkan malam. Tahap finishing seperti pengeringan dan penyetrikaan membuat motif terlihat lebih tajam dan warna lebih merata. Setiap tahapan dalam proses pembuatan batik menunjukkan bahwa batik bukan sekadar produk tekstil, tetapi wujud ekspresi budaya yang mengandung makna filosofis tentang keharmonisan, kesabaran, dan ketelitian (Maryani, 2021). Dalam konteks ekonomi kreatif, nilai-nilai yang tertanam dalam proses tradisional tersebut menjadi daya tarik tersendiri yang tidak dapat ditiru teknologi modern. Keaslian motif, tekstur goresan canting, dan makna budaya di balik setiap simbol menjadikan batik Pekalongan memiliki karakter yang unik dan bernilai tinggi di pasar seni maupun pasar komersial.

4.2 Transformasi Digital dalam Produksi dan Pemasaran Batik

Perkembangan teknologi digital memberikan dampak signifikan pada cara pengrajin batik memproduksi dan memasarkan produk mereka. Digitalisasi memunculkan perubahan besar, terutama dalam pemasaran. Banyak pengrajin memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, Facebook Marketplace, Shopee, dan

Tokopedia untuk memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas. Perubahan pola pemasaran ini terbukti efektif, karena digital marketing mampu meningkatkan penjualan batik hingga 45% dalam satu tahun pada UMKM batik tertentu [6].

Media sosial tidak hanya menjadi sarana untuk menampilkan foto produk, tetapi juga ruang bagi pengrajin untuk membangun citra merek, memperkenalkan filosofi motif, dan menjalin hubungan emosional dengan konsumen. Penggunaan konten video seperti proses mencanting, pewarnaan, dan pengemasan terbukti menarik perhatian audiens dan memberikan nilai tambah berupa edukasi budaya. Banyak konsumen membeli bukan hanya karena visual batik, tetapi juga karena cerita di balik pembuatan produk.

Digitalisasi juga berpengaruh pada proses produksi. Pengrajin kini menggunakan teknologi desain seperti Computer-Aided Design untuk membuat motif baru secara lebih cepat dan akurat. Teknologi ini membantu pengrajin muda menciptakan motif yang menggabungkan unsur tradisional dan unsur modern tanpa menghilangkan makna filosofisnya. Penggunaan CAD mempercepat tahap pembuatan pola dan memungkinkan pengrajin melakukan eksplorasi desain lebih variatif [5]. Hal ini menjadi langkah penting agar batik tetap relevan di tengah persaingan produk fashion global. Transformasi ini membuktikan bahwa digitalisasi bukan ancaman bagi batik tradisional, tetapi peluang untuk memperluas kreativitas, mempercepat produksi, dan memperkuat daya saing di pasar domestik dan internasional.

4.3 Penguatan Ekonomi Lokal melalui Ekosistem Digital

Digitalisasi tidak hanya mengubah cara produksi dan pemasaran, tetapi juga menciptakan dampak sosial ekonomi yang signifikan bagi komunitas pembatik. Di Pekalongan, para pengrajin sering membentuk kelompok komunitas batik digital yang berfungsi sebagai ruang berbagi pengetahuan terkait teknologi, manajemen usaha, desain digital, serta strategi pemasaran online. Kolaborasi dalam komunitas ini membantu pengrajin yang kesulitan memahami teknologi untuk mendapatkan pendampingan langsung dari pengrajin muda atau relawan digital dari perguruan tinggi [3].

4.4 Inovasi Produk Batik Custom sebagai Peluang Edupreneurship

Salah satu fenomena menarik yang muncul akibat digitalisasi adalah meningkatnya permintaan terhadap produk batik custom. Konsumen kini dapat memesan motif dengan tema tertentu, warna yang lebih personal, atau simbol yang mencerminkan identitas mereka. Melalui platform digital, komunikasi antara pengrajin dan konsumen mengenai desain menjadi lebih mudah, cepat, dan fleksibel. Fenomena ini menghadirkan peluang besar dalam menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat antara konsumen dan produk. Batik custom memiliki nilai jual lebih tinggi dibandingkan produk konvensional. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa personalisasi produk dapat meningkatkan harga jual hingga 30 persen [13] Selain memberikan keuntungan ekonomi, inovasi ini berpotensi menjadi ruang edukasi tentang budaya batik. Pengrajin dapat menjelaskan filosofi motif, proses pembuatan, serta nilai budaya yang terkandung di dalamnya kepada konsumen selama proses desain berlangsung. Dengan demikian, pengembangan produk custom tidak hanya memperluas pasar, tetapi juga menjadi sarana edupreneurship yang memadukan nilai bisnis dan nilai edukatif.

4.5 Dukungan Lintas Sektor untuk Keberlanjutan Transformasi Digital

Adaptasi industri batik terhadap era digital memerlukan dukungan ekosistem yang berkelanjutan. Pemerintah daerah Pekalongan secara rutin mengadakan pelatihan literasi digital, pelatihan desain digital, serta pelatihan pemasaran online bagi pengrajin batik. Dukungan ini diperkuat oleh perguruan tinggi dan lembaga pelatihan yang menyediakan pendampingan dalam pembuatan konten digital, branding, dan strategi pemasaran berbasis data [2]. Sektor swasta juga berperan dalam membuka akses promosi global melalui kerja sama dengan marketplace besar dan program kampanye digital bertema budaya. Dukungan lintas sektor ini membantu pengrajin meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan mereka dalam menghadapi persaingan global. Selain itu, pendampingan ini juga memastikan bahwa digitalisasi tidak hanya menjadi tren sesaat, tetapi benar-benar menjadi strategi jangka panjang yang dapat memperkuat keberlanjutan ekonomi kreatif berbasis batik. Dengan adanya kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, komunitas kreatif, dan pihak swasta, pengrajin batik memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dan mempertahankan warisan budaya yang mereka bawa. Digitalisasi bukan hanya transformasi teknologi, tetapi juga transformasi cara berpikir, cara berkarya, dan cara membangun identitas budaya dalam konteks global.

4.6. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menguatkan hasil penelitian Hidayat dan Sari (2020) yang menekankan pentingnya peningkatan literasi digital bagi pengrajin batik untuk bertahan dalam era globalisasi. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital saja belum cukup tanpa pendampingan jangka panjang. Pengrajin memerlukan bimbingan berkelanjutan dalam hal manajemen media sosial, strategi branding, dan inovasi desain digital agar transformasi digital benar-benar berjalan efektif dan berkelanjutan. Penelitian sebelumnya oleh [3] menemukan bahwa hambatan utama adopsi digital terletak pada keterbatasan modal dan rendahnya literasi digital. Hasil penelitian ini menambah perspektif baru dengan menunjukkan bahwa hambatan tersebut dapat diatasi melalui pembentukan komunitas digital dan kolaborasi antarpengrajin. Melalui komunitas, pengrajin dapat saling berbagi pengetahuan, memperkuat jejaring usaha, dan mempercepat proses adaptasi digital.

Temuan [6] tentang efektivitas digital marketing terbukti relevan dengan hasil penelitian ini. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pemasaran digital tidak hanya ditentukan oleh frekuensi posting, tetapi juga oleh kekuatan cerita budaya yang disampaikan. Storytelling yang mengangkat filosofi motif dan proses pembuatan batik mampu meningkatkan kedekatan emosional konsumen dan memperkuat identitas merek. Studi [5] menekankan fungsi CAD sebagai sarana mengembangkan motif batik modern. Penelitian ini menambahkan bahwa teknologi tersebut juga memberikan dampak sosial-ekonomi dengan menciptakan ruang kolaborasi kreatif antara desainer muda dan pengrajin senior. Kolaborasi ini menghasilkan motif yang lebih adaptif terhadap tren global tanpa meninggalkan akar budaya.

Penelitian [2] menyoroti pentingnya digital branding dalam mengenalkan budaya batik kepada publik internasional. Penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa digital branding juga berperan dalam memperkuat kemandirian ekonomi pengrajin. Dengan menguasai teknik branding digital, pengrajin dapat mengelola merek secara profesional dan memperluas nilai ekonomi produk mereka.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi memberikan peluang besar bagi pengrajin batik untuk meningkatkan kualitas produksi, memperluas pasar, dan memperkaya motif dengan tetap mempertahankan nilai-nilai budaya tradisional. Penggunaan teknologi digital, mulai dari media sosial, platform e-commerce, hingga perangkat desain berbasis komputer (CAD), memungkinkan pengrajin menciptakan inovasi motif baru, mempromosikan produk secara lebih luas, serta membangun hubungan emosional dengan konsumen. Integrasi antara tradisi dan teknologi ini membuat batik tidak hanya sebagai produk tekstil, tetapi juga sebagai media edukasi budaya yang dapat menumbuhkan kesadaran generasi muda terhadap warisan lokal. Dampak positif lainnya terlihat pada sisi sosial dan ekonomi, karena pengrajin dapat bekerja dalam komunitas kreatif, berbagi pengetahuan, dan meningkatkan kesejahteraan melalui kolaborasi dan pemanfaatan teknologi digital.

Meskipun demikian, pengembangan industri batik modern masih menghadapi tantangan signifikan, seperti keterbatasan akses teknologi, rendahnya literasi digital sebagian pengrajin, dan persaingan dengan produk massal yang memiliki sumber daya lebih besar. Untuk itu, diperlukan strategi pengelolaan yang matang, termasuk pelatihan digital secara berkelanjutan, pendampingan dalam manajemen usaha, inovasi desain, dan penggunaan metode pemasaran kreatif yang tetap menekankan nilai budaya. Dukungan dari pemerintah, lembaga pendidikan, komunitas kreatif, dan sektor swasta juga sangat penting untuk memastikan keberlanjutan usaha batik, baik melalui program literasi digital, fasilitas promosi, maupun pendampingan teknis.

DAFTAR PUSTAKA

[1] A. Puspitasari. (2024). Teknologi CAD dalam Produksi Batik Modern. *Jurnal Rekayasa Industri.*
[2] A. Widodo. (2023). Revitalisasi Batik Tradisional di Era Digital. *Jurnal Seni Dan Budaya. [Online]. Available: Https://Scholar.Google.Com/Scholar?Cluster=187399423*.
[3] D. Fauziah, A. Nugraha, and R. K. (2021). E-Commerce Adoption in Batik SMEs: Challenges and Strategies,. *Jurnal Niaga Dan Bisnis. [Online]. Available: Https://Scholar.Google.Com/Scholar?Cluster=172893442*.
[4] D. Nugrahani. (2020). Peran Media Sosial dalam Pemasaran Produk Budaya. *Jurnal Komunikasi Kreatif.*

[5] D. Putri, Y. Santosa, and M. W. (2023). Integrasi Desain Digital pada Motif Batik Tradisional," Jurnal Inovasi Industri Kreatif. *Jurnal Inovasi Industri Kreatif*.
[6] E. Pratiwi and H. Nugroho. (2021). Digital Marketing Strategy for Batik SMEs. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia.*
[7] E. Rahayu. (2025). Tren Pemasaran Batik Berbasis Digital Storytelling. *Jurnal Komunikasi Kreatif Indonesia.*
[8] I. Hapsari. (2021). Digital Branding untuk Produk Tradisional Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pemasaran.*
[9] Kementerian Perindustrian RI. (2023). Laporan Kinerja Industri Batik Nasional. *Https://Kemenperin.Go.Id*.
[10] L. Hanifah. (2024). Pengaruh Marketplace terhadap Perluasan Pasar Batik Lokal. *Jurnal Manajemen UMKM.*
[11] N. Sulastri. (2023). Kolaborasi Desainer dan Pengrajin dalam Ekosistem Batik Digital. *Jurnal Inovasi Budaya.*
[12] P. Andini. (2024). Digitalisasi dan Keberlanjutan UMKM Batik di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Ekonomi.*
[13] Rahmawati, L. (2022). Social Media Engagement and Brand Loyalty in Batik Industry. *Jurnal Niaga Dan Bisnis. [Online]. Available: Https://Scholar.Google.Com/Scholar?Cluster=198004994*.
[14] R. Hidayat and N. Sari. (2020). Pelatihan Literasi Digital bagi Pengrajin Batik di Indonesia. *Jurnal Pengabdian Dan Inovasi Masyarakat, [Online]. Available: Https://Scholar.Google.Com/Scholar?Cluster=147892001*.
[15] S. Rukmana. (2022). Batik sebagai Identitas Nasional di Era Globalisasi Digital. *Jurnal Humaniora Indonesia.*