

Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Umkm Ekonomi Kreatif Batik Jambi Di Seberang Kota Jambi

Dwi Khoirunnisaa Ramadhani¹, Muazza², Iwan Putra³

^{1,2,3}Universitas Jambi

Email: dwikhrnssa@gmail.com¹, muazza@unja.ac.id², iwanputra@unja.ac.id³

Abstrak

UMKM batik di Seberang Kota Jambi merupakan bagian penting dari ekonomi kreatif berbasis budaya Melayu Jambi yang memiliki nilai ekonomi dan filosofis tinggi. Namun, daya saing UMKM ini masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam inovasi, pemanfaatan teknologi, akses pasar, dan penguatan manajemen usaha. Penelitian ini bertujuan menganalisis kondisi daya saing UMKM batik, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangannya, serta merumuskan strategi pengembangan berbasis ekonomi lokal. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Analisis dilakukan melalui model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta dibantu dengan aplikasi NVivo untuk menghasilkan tema dan pola data secara sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing UMKM Batik Jambi pada dasarnya ditentukan oleh kreativitas motif berbasis budaya, keterampilan turun-temurun, dan jaringan sosial yang kuat di tingkat lokal. Namun, kelemahan terlihat pada minimnya digitalisasi pemasaran, kapasitas SDM, dan manajemen usaha modern. Faktor eksternal seperti dukungan pemerintah dan meningkatnya permintaan fashion etnik memberikan peluang besar, tetapi ancaman juga muncul dari maraknya batik printing, persaingan antar daerah, dan keterbatasan regenerasi pembatik. Penelitian ini merumuskan strategi pengembangan berbasis budaya, inovasi produk, digitalisasi pemasaran, serta kolaborasi multipihak. Dengan demikian, pengembangan ekonomi lokal berbasis budaya dinilai mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM batik di Seberang Kota Jambi.

Kata Kunci: UMKM Batik, Ekonomi Lokal, Daya Saing, Strategi Pengembangan.

Abstract

Batik MSMEs across Jambi City are an important part of the Jambi Malay culture-based creative economy, possessing high economic and philosophical value. However, the competitiveness of these MSMEs still faces various challenges, particularly in innovation, technology utilization, market access, and strengthening business management. This study aims to analyze the competitiveness of batik MSMEs, identify internal and external factors influencing their development, and formulate local economy-based development strategies. The study used a qualitative approach with a case study method, where data were collected through in-depth interviews, participant observation, and documentation. Analysis was conducted using the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The analysis was assisted by the NVivo application to systematically generate themes and data patterns. The research results show that the

competitiveness of Jambi's batik MSMEs is primarily determined by the creativity of culturally based motifs, inherited skills, and strong local social networks. However, weaknesses are evident in the lack of marketing digitalization, human resource capacity, and modern business management. External factors such as government support and the increasing demand for ethnic fashion provide significant opportunities, but threats also arise from the rise of printed batik, inter-regional competition, and limited batik regeneration. This research formulates a culture-based development strategy, product innovation, marketing digitalization, and multi-stakeholder collaboration. Thus, culture-based local economic development is considered capable of increasing the competitiveness and sustainability of batik MSMEs across Jambi City.

Keywords: *Batik MSMEs, Local Economy, Competitiveness, Development Strategy.*

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu sektor paling strategis dalam perekonomian Indonesia karena berperan sebagai penggerak ekonomi rakyat, penyerap tenaga kerja terbesar, dan penopang pertumbuhan ekonomi nasional. Kementerian Koperasi dan UMKM mencatat bahwa sektor UMKM menyumbang lebih dari 60 persen Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap sekitar 97 persen tenaga kerja nasional pada tahun 2024. Oleh karena itu, keberlangsungan dan daya saing UMKM menjadi faktor penting dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan ekonomi daerah. Menurut Tambunan (2019), UMKM bukan hanya entitas ekonomi kecil, tetapi merupakan fondasi ekonomi nasional yang memiliki ketahanan tinggi, terutama pada situasi krisis.

Dalam konteks ekonomi kreatif, batik merupakan salah satu subsektor yang

memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Setelah UNESCO menetapkan batik sebagai Warisan Budaya Takbenda pada tahun 2009, permintaan dan apresiasi masyarakat terhadap batik terus meningkat. Industri batik kemudian berkembang tidak hanya sebagai produk fashion, tetapi juga sebagai identitas budaya, simbol sosial, dan bahkan komoditas ekonomi strategis. Menurut Santosa (2020), sektor batik tidak hanya mengandung nilai ekonomi, tetapi juga nilai estetika dan nilai simbolik yang mencerminkan budaya lokal. Hal ini menunjukkan bahwa batik memiliki dimensi multidisiplin yang sangat relevan untuk pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya.

Batik Jambi menjadi salah satu seni batik tradisional yang memiliki kekhasan tersendiri. Motif-motifnya sarat makna dan berakar kuat pada budaya Melayu Jambi. Motif seperti Kapal Sanggat, Angso Duo,

Durian Pecah, Riak Sungai, dan Tampuk Manggis telah menjadi simbol budaya yang berkembang sejak era Kesultanan Jambi. Keunikan ini menjadikan Batik Jambi sebagai produk yang memiliki diferensiasi kuat dibandingkan batik dari daerah lain. Muazza et al. (2023) menyatakan bahwa Batik Jambi tidak hanya mencerminkan keindahan visual, tetapi juga menyampaikan nilai filosofis dan moral masyarakat Melayu. Identitas budaya inilah yang merupakan modal utama untuk meningkatkan daya saing UMKM Batik Jambi.

Seberang Kota Jambi dikenal sebagai pusat produksi batik tertua di Provinsi Jambi, khususnya di Kecamatan Danau Teluk dan Pelayangan. Kawasan ini menjadi rumah bagi banyak UMKM batik yang mempertahankan proses pembuatan batik tradisional secara turun-temurun. Namun demikian, meskipun memiliki potensi besar, UMKM Batik Jambi masih menghadapi sejumlah tantangan terkait daya saing. Tantangan tersebut antara lain keterbatasan inovasi desain, minimnya pemanfaatan teknologi digital, lemahnya manajemen usaha, kurangnya regenerasi pembatik, dan persaingan ketat dengan batik printing yang diproduksi massal. Kondisi ini sesuai dengan konsep Porter (2008) yang menyatakan bahwa daya saing suatu sektor bergantung pada kemampuan inovasi, struktur industri,

kualitas sumber daya manusia, serta adaptasi terhadap dinamika pasar.

Selain itu, perubahan preferensi konsumen juga menuntut UMKM untuk mampu beradaptasi dengan cepat. Konsumen modern lebih tertarik pada produk yang tidak hanya unik secara artistik, tetapi juga memiliki nilai cerita (storytelling), ramah lingkungan, berkualitas tinggi, dan relevan dengan tren mode terkini. Dalam konteks ini, UMKM Batik Jambi perlu memperkuat pendekatan branding budaya, inovasi desain, dan strategi pemasaran digital. Menurut Kotler & Keller (2016), keberhasilan pemasaran modern sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk membangun hubungan yang kuat dengan konsumen.

Di sisi lain, pemerintah telah memberikan berbagai dukungan, seperti pelatihan membatik, bantuan alat produksi, pameran UMKM, serta pelatihan digital marketing. Namun, belum semua UMKM mampu memanfaatkan peluang tersebut secara optimal. Sebagian pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam adopsi teknologi, pengetahuan manajemen bisnis, dan kemampuan inovasi. Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi pengembangan ekonomi lokal yang lebih terarah dan berbasis pada potensi budaya

yang dimiliki masyarakat setempat. Menurut Todaro & Smith (2020), pengembangan ekonomi lokal yang efektif harus melibatkan masyarakat, memanfaatkan sumber daya lokal, serta mengembangkan kapasitas dan kreativitas ekonomi berbasis komunitas.

Kajian mengenai UMKM Batik Jambi masih sangat terbatas, khususnya yang berfokus pada strategi pengembangan ekonomi lokal berbasis budaya. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada aspek produksi, pemasaran, atau makna motif batik. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengisi gap tersebut dengan melakukan analisis mendalam mengenai kondisi daya saing UMKM, faktor internal dan eksternal yang memengaruhinya, serta merumuskan strategi pengembangan ekonomi lokal yang relevan dan berkelanjutan. Penelitian ini juga sejalan dengan upaya pelestarian budaya lokal sekaligus peningkatan pendapatan masyarakat, yang pada akhirnya mendukung pembangunan ekonomi daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami fenomena UMKM batik secara mendalam. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali pengalaman, persepsi, dan dinamika sosial

budaya para pelaku UMKM batik. Menurut Creswell (2015), pendekatan kualitatif cocok digunakan ketika peneliti ingin memahami fenomena kompleks yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, seperti nilai budaya, proses produksi tradisional, dan interaksi sosial antar pembatik.

Lokasi penelitian berada di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk yang dikenal sebagai pusat produksi Batik Jambi tertua. Informan penelitian dipilih secara purposif, meliputi pemilik UMKM batik, pembatik senior, pembatik muda, serta pihak pemerintah dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jambi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif terhadap proses membatik, serta dokumentasi berupa foto, arsip, dan catatan lapangan.

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (2014) yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung secara interaktif dan berulang sehingga menghasilkan pemahaman yang kuat atas pola dan tema yang muncul. Selanjutnya, validitas data diperkuat melalui triangulasi metode, triangulasi sumber, dan member checking. Peneliti menggunakan aplikasi NVivo untuk memetakan tema dan membuat coding agar data lebih terstruktur.

HASIL DAN PEMBAHASAN**A. Kondisi Daya Saing UMKM Batik di Seberang Kota Jambi**

UMKM Batik Jambi di Seberang Kota Jambi berada pada posisi yang cukup unik dalam industri kreatif nasional. Keunggulan utamanya terletak pada kekayaan budaya Melayu Jambi yang terejawantahkan melalui motif-motif batik yang khas dan sarat makna. Motif seperti Kapal Sangat, Angso Duo, Tampuk Manggis, dan Bungo Pauh adalah refleksi dari nilai budaya lokal yang telah diwariskan secara turun-temurun. Keunggulan ini menjadi dasar dari apa yang disebut Porter (2008) sebagai *differentiation advantage*, yaitu keunggulan yang berasal dari ciri khas produk yang tidak dapat dengan mudah ditiru oleh pesaing.

Namun, daya saing berbasis warisan budaya ini tidak akan optimal tanpa adanya inovasi dan modernisasi dalam proses produksi maupun manajemen usaha. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih menggunakan manajemen tradisional, seperti pencatatan keuangan manual, penentuan harga berdasarkan perkiraan, dan tidak adanya SOP produksi. Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa dalam industri modern, kualitas produk dan kreativitas saja tidak cukup; perusahaan harus mengelola operasional, pemasaran, dan inovasi dengan prinsip

manajemen yang sistematis.

Selain aspek manajemen, tantangan besar lainnya adalah keterbatasan UMKM dalam memanfaatkan teknologi. Banyak UMKM batik di Seberang Kota Jambi belum memiliki akun media sosial aktif, belum memanfaatkan marketplace, dan belum mengembangkan branding digital. Padahal literatur digital marketing menyatakan bahwa UMKM yang menerapkan pemasaran digital memiliki peluang kenaikan penjualan hingga 80% (Salsabila & Misidawati, 2024). Minimnya literasi digital menjadikan UMKM kurang kompetitif di pasar yang semakin bergeser ke online.

Kondisi daya saing juga terpengaruh oleh kemampuan UMKM dalam merespons perubahan pasar. Konsumen modern kini menginginkan produk yang bukan hanya indah, tetapi juga memiliki nilai filosofis, ramah lingkungan, dan dapat dipersonalisasi. UMKM batik Jambi sebenarnya memiliki modal budaya untuk memenuhi permintaan tersebut, tetapi keterbatasan inovasi desain membuat mereka sulit bersaing dengan daerah lain yang lebih adaptif, seperti Pekalongan dan Solo.

Salah satu ancaman terbesar adalah maraknya batik printing yang diproduksi secara massal dengan harga murah. Batik printing menawarkan motif yang mirip dengan batik tulis, tetapi dibuat dengan

mesin. Konsumen awam sering tidak bisa membedakan keduanya sehingga memilih batik printing karena harga yang lebih terjangkau. Kondisi ini membuat pembatik tradisional berada dalam posisi lemah karena proses pembuatan batik tulis memakan waktu lama dan membutuhkan keterampilan khusus. Sesuai teori persaingan Porter (1985), UMKM batik Jambi berada di pasar yang rentan terhadap “*price war*” karena produk tiruan lebih murah.

Meskipun demikian, peluang UMKM Batik Jambi untuk mengembangkan daya saing masih sangat terbuka. Tren fashion etnik yang meningkat, dukungan pemerintah daerah, dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk budaya dapat menjadi peluang besar. Namun, peluang ini hanya dapat dimanfaatkan jika UMKM melakukan transformasi pada aspek inovasi produk, digitalisasi pemasaran, dan penguatan manajemen usaha.

B. Analisis Faktor Internal dan Eksternal pada UMKM Batik di Seberang Kota Jambi

Faktor internal yang menjadi kekuatan UMKM batik di Seberang Kota Jambi adalah *cultural embeddedness*, yaitu keterikatan yang kuat dengan nilai budaya lokal. Hal ini tercermin dalam pemilihan motif, teknik pewarnaan, dan filosofi yang terkandung

dalam setiap desain. Bourdieu (1986) menjelaskan bahwa modal budaya dapat menciptakan keunggulan simbolis yang memberikan nilai tambah pada produk. Batik Jambi memiliki nilai historis yang tidak dimiliki batik printing, dan hal ini menjadi modal identitas yang sangat kuat.

Namun, kelemahan internal juga sangat signifikan. Minimnya regenerasi pembatik menjadi ancaman serius bagi keberlanjutan industri batik. Generasi muda cenderung enggan meneruskan profesi sebagai pembatik karena dianggap kurang menjanjikan secara finansial. Padahal, menurut Schumpeter (1934), keberlangsungan industri kreatif sangat ditentukan oleh kemampuan inovasi dan regenerasi kreator. Jika tidak ada pembatik baru, maka industri batik tradisional akan menurun secara alami.

Dari sisi eksternal, dukungan pemerintah berupa pelatihan, bantuan promosi, fasilitas pameran, dan pelatihan digital marketing merupakan peluang besar yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM. Selain itu, permintaan pasar global terhadap produk handmade dan budaya lokal semakin meningkat. Tahun 2023, pasar fashion etnik global tumbuh hingga 12% (Global Fashion Index, 2023). Ini menunjukkan bahwa produk batik Jambi memiliki peluang masuk ke pasar internasional jika dikemas dengan baik.

Namun, ancaman eksternal tetap

mengintai. Selain kompetisi dengan batik printing, UMKM Batik Jambi harus bersaing dengan daerah lain yang lebih mapan dalam inovasi. Contohnya, Pekalongan telah mengembangkan batik kontemporer yang diterima baik di pasar anak muda. Jambi masih terkesan “klasik” dan lambat beradaptasi. Padahal Rogers (2003) menekankan bahwa kecepatan adopsi inovasi sangat mempengaruhi daya saing industri kreatif.

Selain itu, naik turunnya harga bahan baku seperti kain prima dan malam juga mempengaruhi profitabilitas UMKM. Karena sebagian besar UMKM berskala kecil, mereka tidak memiliki modal untuk membeli bahan baku dalam jumlah besar. Kondisi ini menyebabkan UMKM sangat sensitif terhadap inflasi dan fluktuasi harga. Ketergantungan pada pemasok tunggal juga memperparah ketidakstabilan produksi.

C. Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Budaya pada UMKM Batik di Seberang Kota Jambi

Inovasi merupakan elemen yang paling krusial dalam strategi pengembangan UMKM Batik Jambi. Inovasi tidak hanya sebatas pada desain motif, tetapi juga pada eksplorasi warna, teknik pewarnaan alami, penggunaan bahan ramah lingkungan, serta pengembangan produk olahan batik seperti

tas, scarf, dompet, dan interior dekoratif. Menurut Hipkin & Naudé (2006), inovasi mampu meningkatkan nilai tambah produk dan memperluas segmen pasar.

Salah satu strategi efektif adalah memperkuat *storytelling* mengenai filosofi motif batik. Konsumen modern sangat menyukai produk yang memiliki cerita mendalam. Motif Kapal Sangat dapat dikaitkan dengan perjalanan hidup, motif Angso Duo dapat dikaitkan dengan simbol kebersamaan, sementara motif Tampuk Manggis merepresentasikan etika Melayu. Menurut Fog et al. (2010), *storytelling* yang kuat dapat meningkatkan brand loyalty hingga 30%.

Penguatan sumber daya manusia menjadi strategi jangka panjang yang penting. Pembinaan pembatik muda melalui pelatihan formal maupun informal dapat membuka peluang regenerasi. Universitas dapat berperan melalui program pendampingan desain, magang, dan workshop. Drucker (2007) menyatakan bahwa peningkatan kualifikasi SDM adalah fondasi utama inovasi dalam industri kreatif.

Strategi berikutnya adalah digitalisasi pemasaran. UMKM wajib memanfaatkan platform digital seperti marketplace, Instagram, TikTok Shop, hingga live streaming. Studi Daniel & Sukendro (2023) menunjukkan bahwa live streaming mampu

meningkatkan konversi penjualan hingga 45% karena interaksi real-time dengan konsumen. Ini sangat relevan bagi UMKM batik di Jambi yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan offline.

Kolaborasi antara pemerintah, akademisi, komunitas seni, dan pelaku UMKM sangat diperlukan. Pemerintah dapat menyediakan pelatihan dan fasilitas promosi, akademisi dapat memberikan pendampingan riset dan desain, sedangkan komunitas seni dapat memperkuat identitas budaya. Konsep *triple helix collaboration* (Etzkowitz, 2000) merupakan model ideal untuk pengembangan ekonomi kreatif daerah.

Dengan strategi tersebut, UMKM Batik Jambi tidak hanya menjadi penggerak ekonomi keluarga, tetapi juga sektor strategis dalam pengembangan ekonomi lokal. Menurut Blakely & Leigh (2010), pengembangan ekonomi lokal harus berfokus pada pemanfaatan potensi lokal, penguatan jaringan sosial, dan pemberdayaan pelaku usaha. Batik Jambi memenuhi semua unsur tersebut sehingga berpotensi menjadi ikon ekonomi kreatif Jambi yang berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa UMKM Batik Jambi di Seberang Kota Jambi memiliki potensi yang sangat besar sebagai

sektor ekonomi kreatif berbasis budaya yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Potensi tersebut didukung oleh kekayaan nilai budaya Melayu Jambi yang terekspresikan melalui motif-motif batik tradisional serta keterampilan membatik yang diwariskan secara turun-temurun. Modal budaya inilah yang menjadi keunggulan utama UMKM Batik Jambi, karena memberikan diferensiasi yang kuat dibandingkan batik dari daerah lain. Keaslian motif, teknik pembuatan yang tradisional, serta nilai filosofis yang mendalam menjadikan batik Jambi memiliki nilai simbolik dan ekonomi yang tinggi.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa daya saing UMKM Batik Jambi masih menghadapi berbagai tantangan. Keterbatasan inovasi desain dan minimnya pembaruan motif membuat UMKM sulit mengikuti perkembangan tren konsumen yang semakin dinamis. Selain itu, kemampuan digitalisasi UMKM masih rendah, baik dalam pemasaran digital, branding online, maupun pemanfaatan e-commerce. Rendahnya literasi digital ini menyebabkan jangkauan pemasaran masih terbatas dan sangat bergantung pada penjualan offline. Dari sisi manajemen usaha, sebagian besar UMKM masih menggunakan sistem pengelolaan yang sederhana sehingga

belum mampu mendukung pengembangan usaha secara optimal.

Analisis faktor internal menunjukkan bahwa UMKM memiliki kekuatan berupa modal budaya, keterampilan membatik, dan ikatan komunitas yang kuat, yang dapat mendorong keberlanjutan usaha. Namun di sisi lain, kelemahan internal seperti keterbatasan modal usaha, kurangnya inovasi, dan minimnya regenerasi pembatik menjadi hambatan serius. Analisis faktor eksternal memperlihatkan bahwa UMKM batik memiliki peluang melalui dukungan pemerintah, berkembangnya pasar fashion etnik, dan meningkatnya minat konsumen terhadap produk budaya lokal. Meskipun demikian, UMKM juga menghadapi ancaman dari produk batik printing yang murah dan persaingan dengan daerah lain yang lebih inovatif dan agresif dalam pemasaran digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan UMKM Batik Jambi tidak hanya berkaitan dengan upaya peningkatan pendapatan, tetapi juga merupakan bagian dari pelestarian warisan budaya lokal. Dengan menerapkan strategi yang berbasis pada inovasi, digitalisasi, dan kolaborasi, UMKM Batik Jambi diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta melestarikan budaya

Melayu Jambi secara berkelanjutan. Penelitian ini juga membuka ruang bagi kajian selanjutnya untuk mengembangkan model penguatan UMKM batik berbasis digital dan budaya sebagai bagian dari pengembangan ekonomi kreatif daerah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku UMKM Batik Jambi disarankan untuk meningkatkan kemampuan inovasi dan kreativitas produk agar dapat bersaing dengan perubahan tren pasar. UMKM perlu melakukan pengembangan desain, eksplorasi warna, serta diversifikasi produk tanpa meninggalkan identitas budaya Melayu Jambi. Selain itu, pelaku usaha juga perlu memperbaiki manajemen usaha melalui pencatatan keuangan yang lebih rapi, pengaturan produksi yang terencana, dan pengendalian kualitas produk. Pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial, marketplace, dan live streaming harus ditingkatkan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk.

Pemerintah daerah diharapkan memperkuat program pendampingan UMKM batik secara berkelanjutan. Program yang dibutuhkan mencakup pelatihan digital marketing, pelatihan desain, serta bantuan akses modal bagi UMKM. Pemerintah juga perlu menyediakan ruang pengembangan

seperti pusat inkubasi batik, fasilitas produksi bersama, dan memperluas promosi melalui festival batik dan kerja sama pariwisata. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat lebih mudah meningkatkan daya saing dan memperluas pasar secara berkelanjutan.

Terakhir, penelitian selanjutnya disarankan untuk fokus pada analisis yang lebih spesifik, seperti pengaruh digitalisasi terhadap peningkatan penjualan, studi komparatif UMKM batik antar daerah, atau analisis rantai nilai batik di Provinsi Jambi. Kajian lanjutan yang lebih komprehensif akan membantu memperkaya strategi pengembangan UMKM batik dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, D. P., & Aslami, N. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 1(3), 288–296.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Annur Mutia, C. (2023). Indonesia Merajai Pasar Kopi Modern di Asia Tenggara pada 2023. *Databooks.Katadata.Co.Id/2023*, 1–6.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinelu, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembeli Di CV. Mufidah Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 77–81.
- Esb.id. (2025). Strategi Bisnis Kopi Tuku Meraup Omzet 1 Miliar Sehari. *Esb.Id*. <https://www.esb.id/id/inspirasi/strategi-kopi-tuku-omset-maksimal#:~:text=Dengan%20pertumbuhan%20yang%20pelan%20tapi,100%20gerai%20pada%20tahun%202026>
- Fore.coffee.id. (2024). [Press Release] Fore Coffee Pertahankan Ekspansi Bisnis Melalui Konsep Inovatif Rental. *Fore.Coffee.Id*. <https://fore.coffee/id/fore-coffee-pertahankan-ekspansi-bisnis-melalui->

- [konsep-inovatif-rental-revenue-sharing/](#)
- Gati, R. B. (2019). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Air Le Minerale Di Kabupaten Enrekang.
- Ghozali, P. H. I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Dinopengoro Semarang Edisi 10.
- Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unito Press (Vol. 6, Issue 1).
- Kopken. (2022). Pencapaian Kenangan Brands Tahun 2021, Menjadi Perusahaan New Retail F&B Unicorn Pertama Di Asia Tenggara. Kopikenangan.Com, 2021–2023. <https://kopikenangan.com/news/pencapaian-kenangan-brands-tahun-2021-menjadi-perusahaan-new-retail-fampb-unicorn-pertama-di-asia-tenggara>
- Masdani, E., & Hemayani, A. D. (2022). Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang. Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis, 2(1), 20–28.
- Merekpedia.id. (2025). Franchise Point Coffee: Biaya Investasi & Apa Itu Franchise Point Coffee? Merekpedia.Id.
- <https://www.merekpedia.id/franchise-point-coffee/>
- Nasuha, W. (2025). Kopi Soe di Tangan Sylvia Surya, Ini Dia Jejak Langkah Profil dan Perjalanan Karier Tabungan Pernikahan Jadi Modal Kopi SoeMakin Berkembang. Olenka. <https://olenka.id/kopi-soc-di-tangan-sylvia-surya-ini-dia-jejak-langkah-sang-founder-jadi-womenpreneur-hebat/amp>
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. Journal of Economic, Management, Accounting and Technology, 4(1), 43–54. <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>
- Santika, E. F. F. (2024). Ini Gambaran Produksi, Ekspor, Konsumsi Kopi Indonesia hingga 2026. Databoks.Katadata.Co.Id, 2023–2024.
- Santoso, T. I., & Lennysha, L. (2024). The Influence of Service Quality and Product Price on Purchasing Decisions. International Journal of Indonesian Business Review, 3(1), 51–61. <https://doi.org/10.54099/ijibr.v3i1.829>
- Sari, K. M., Kawiana, I. G. P., & Astrama, I. M. (2023). Dampak Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap

- Keputusan Pembelian. Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata, 3(2), 352–363.
- Sugiyono, P. D. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Edisi 2|Cetakan Ke-29, Februari 2022. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotik MAMA Kota Depok. Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, 6(1), 134–140.
<https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.1280>
- Sutriani, N. K. M., Suartina, I. W., & Premayani, N. W. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata, 1(4), 1369–1379.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. Jurnal Manajemen, 9(2), 113–123.
<https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Tjiptono, F. (2017). Stratgi Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Yogyakarta: Penerbit: Eniy.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, 21(1), 10–19.
<https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>