



## POTENSI UMKM BATIK PARIJOTO KUDUS SEBAGAI PENDUKUNG EKONOMI GUNA MEWUJUDKAN SDGS MENUJU MEGATREND 2045

<sup>1\*</sup>Lisa Septiana, <sup>1</sup>M. Nur Rofiq Addiansyah

<sup>1</sup>Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, IAIN Kudus, Indonesia

e-mail: <sup>\*</sup>[lisaseptiana872@gmail.com](mailto:lisaseptiana872@gmail.com)

### ABSTRAK

Indonesia telah memiliki jumlah kelas pendapatan menengah global yang pada tahun 2045 diprediksi akan mengalami peningkatan sebesar 4,9 miliar. Salah satu daerah dengan jumlah UMKM yang telah memasuki tahap proyeksi produk yaitu Kabupaten Kudus, dimana dari ribuan pelaku UMKM bisa diekspor ke luar negara sebanyak 15 pelaku usaha. Menurut KBBI megatrend berarti suatu kecenderungan besar pada gaya. Dengan kata lain megatrend merupakan sebuah tren yang memiliki dampak dalam skala besar. Megatrend juga dapat diartikan sebagai suatu perubahan besar dalam sosial, ekonomi, politik dan teknologi yang lambat terbentuk dan setelah terjadi perubahan tersebut dapat berpengaruh dalam jangka waktu yang lama. Tujuan dalam tulisan ini salah satunya yaitu, mampu menganalisa dan mengidentifikasi serta memberikan bahan evaluasi mengenai potensi ekonomi melalui UMKM batik parijoto di Kudus yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi tingkat lokal maupun nasional serta memberikan dukungan terhadap pencapaian SDG's bahwa melalui UMKM Batik Parijoto Kudus dapat mengurangi jumlah kemiskinan sehingga menciptakan pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan di lingkungan masyarakat lokal, dan seterusnya. Kemudian, tulisan ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan pendekatan deskriptif serta analisis data melalui SWOT. Pada tahap pengumpulan data, penulis mengumpulkan berbagai jenis informasi berkaitan dengan topik yang dibahas melalui platform online seperti jurnal, buku, dan makalah, serta data pendukung lainnya sehingga optimal apabila dijadikan sebagai bahan pertimbangan. Hasil dari penelitian ini diantaranya yaitu Pertama, sebagai pendukung ekonomi UMKM Batik Parijoto Kudus dan melestarikan kearifan lokal yang berkelanjutan sehingga melalui UMKM batik parijoto mampu menciptakan lapangan pekerjaan terutama bagi para generasi muda serta mampu mendongkrak pendapatan masyarakat sehingga mengurangi jumlah kemiskinan di daerah tersebut. Kedua, adanya kesetaraan gender seperti banyak perempuan yang turut serta dalam industri batik sehingga adanya dukungan terhadap pemberdayaan perempuan melalui pendidikan dan pelatihan dalam membuat batik dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka sehingga mendukung SDG's 2045. Harapannya mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia, sehingga membantu mereka lebih mandiri atas pengetahuan yang telah diperoleh dan turut serta dalam mendongkrak perekonomian masing-masing keluarga. Terakhir, adanya kolaborasi dan kerjasama antara pemerintah dengan sektor swasta sehingga memperkuat posisi UMKM Batik Parijoto Kudus di pasar nasional maupun internasional. Secara keseluruhan, hasil atau temuan tersebut memperlihatkan bahwa UMKM Batik Parijoto Kudus mempunyai potensi dengan kualitas tinggi sebagai pendongkrak ekonomi masyarakat sekitar yang berdaya saing dan berkelanjutan sehingga berkontribusi dalam SDG's menuju Megatrend 2045.

**Kata Kunci:** *UMKM; Manajemen Networking; SDG's*



## ABSTRACT

Indonesia already has a global middle income class which is predicted to increase by 4.9 billion by 2045. One area with a number of MSMEs that have entered the product projection stage is Kudus Regency, where out of thousands of MSMEs, 15 business actors can export abroad. According to the KBBI, megatrend means a big trend in style. In other words, a megatrend is a trend that has an impact on a large scale. Megatrend can also be interpreted as a major social, economic, political and technological change that is slow to form and after this change occurs, it can have an influence over a long period of time. One of the objectives of this paper is to be able to analyze, identify and provide evaluation material regarding the economic potential of Parijoto batik UMKM in Kudus which contribute to economic growth at local and national levels and provide support for the achievement of the SDGs, namely that through Parijoto batik UMKM in Kudus, we can reduce the amount of poverty, thereby creating sustainable local economic development in the local community, and so on. Then, this paper uses a qualitative method by taking a descriptive approach and analyzing data through SWOT. At the data collection stage, the author collects various types of information related to the topics discussed through online platforms such as journals, books and papers, as well as other supporting data so that it is optimal if used as consideration. The results of this research include: Firstly, as an economic supporter for the Parijoto Kudus batik UMKM and preserving sustainable local wisdom so that through the Parijoto batik UMKM they are able to create jobs, especially for the younger generation and are able to increase people's income thereby reducing the amount of poverty in the area. Second, there is gender equality as many women participate in the batik industry so that there is support for women's empowerment through education and training in batik by increasing their knowledge and skills so as to support SDG's 2045. The hope is to be able to improve the quality of human resources, thereby helping them to be more independent of the knowledge that has been obtained and participate in boosting the economy of each family. Lastly, there is collaboration and cooperation between the government and the private sector thereby strengthening the position of Parijoto Kudus batik UMKM in the national and international markets. Overall, these results or findings show that Kudus Parijoto batik UMKM have high quality potential as a competitive and sustainable economic booster for local communities, thus contributing to the SDGs towards megatrend 2045.

**Keywords:** MSMEs; Networking Management; SDG's

## I. PENDAHULUAN

Secara empiris, Indonesia merupakan negara dengan UMKM yang mengalami perubahan signifikan dan diperkirakan dalam dua puluh tahun kedepan akan terjadi perubahan besar. Hal ini dibuktikan dengan jumlah kelas pendapatan menengah global yang diprediksi pada tahun 2045 akan mengalami peningkatan sebesar 4,9 miliar. Dengan peningkatan tersebut, akan mampu mendorong setiap barang atau jasa yang masuk (Edi, 2023) yang berarti secara keseluruhannya terdapat peningkatan sehingga UMKM batik parijoto memiliki nilai berkualitas dan berdaya saing tinggi yang berkontribusi pada ekonomi masyarakat sekitar. Perlu diketahui, bahwa para pelaku UMKM memiliki beberapa peran penting dalam memajukan ekonomi masyarakat, seperti mampu meningkatkan roda



ekonomi pada daerah tersebut melalui kreativitas dan pengembangan produk mulai dari aneka jenis olahan makanan, kerajinan khas daerah, sampai inovasi produk yang mempunyai nilai tinggi.

Salah satu daerah dengan jumlah UMKM yang telah memasuki tahap proyeksi produk yaitu Kabupaten Kudus, dimana dari produk UMKM yang dapat diekspor ke luar negara sebanyak 15 pemilik usaha. Jumlah tersebut merupakan pelaku usaha yang dianggap mampu dalam memproduksi produk UMKM dengan kuota yang cukup banyak dan mempunyai jenis produk yang memiliki nilai jual tinggi serta layak untuk diekspor dimancanegara. Jenis produk UMKM diantara 15 pelaku usaha tersebut diantaranya bergerak dibidang busana muslim. Dilansir dari *TribunJateng.com*, Rini Kartika Hadi Ahmawati selaku Kepala Disnakerpeinkop-UKM Kabupaten Kudus, mengatakan bahwa pada akhir tahun 2022 lalu, jumlah pelaku UMKM Kudus mengalami kemajuan yang cukup besar dari 17.182 meningkat menjadi 27.200 pelaku usaha. Begitu pula pada tahun 2023, diprediksi akan mengalami peningkatan seiring dengan bertambahnya ekonomi masyarakat (Saiful, 2023).

Kabupaten Kudus juga dikenal dengan beragam jenis batik yang sampai sekarang masih tetap terjaga dan dilestarikan secara turun temurun. Hal ini dibuktikan seorang pemilik usaha batik kudus yaitu Ibu Yuli Astuti merupakan sosok perempuan yang tetap menjaga dan melestarikan batik kudus, sebab keberadaannya yang mulai memudar karena rendahnya minat generasi penerus. Beliau memberikan edukasi sekaligus mendirikan kelompok pemberdayaan perempuan guna memberikan pelatihan pada ibu-ibu dalam membantuk baik secara *offline* maupun *online* melalui media sosial agar dapat membangkitkan kembali minat generasi penerus terutama pada batik yaitu hasil dari kearifan lokal (Linkumkm, 2024).

Saat ini telah muncul berbagai sebutan dalam mengistilahkan sebuah *moment*, seperti *megatrend*. Menurut KBBI *megatrend* berarti suatu kecenderungan besar pada gaya. Dengan kata lain *megatrend* merupakan sebuah *tren* yang memiliki dampak dalam skala besar. *Megatrend* juga dapat diartikan sebagai suatu perubahan besar dalam sosial, ekonomi, politik dan teknologi yang lambat terbentuk dan setelah terjadi perubahan tersebut dapat berpengaruh dalam jangka waktu yang lama. Pada tahun 2045, *megatrend* terdiri dari beberapa hal diantaranya demografi dunia, urbanisasi global, kemajuan teknologi, persaingan sumber daya alam dan perubahan iklim. Kemajuan tersebut termasuk kedalam 17 item *sustainable development goals*.



Dalam *megatrend* memperlihatkan bahwa setiap negara harus melakukan sebuah tindakan yang diimbangi dengan cara atau strategi ketika hendak menentukan suatu kebijakan dengan tujuan agar mampu bertahan dan beradaptasi terhadap kedaulatan dari masing-masing negaranya terutama dari aspek ekonomi. Indonesia merupakan salah satu negara yang masih harus berjuang dan berkomitmen dengan lebih keras lagi. Hal ini disebabkan karena kondisi ekonomi yang masih mengalami penurunan maupun kenaikan setiap tahunnya (belum stabil) dan masih rendahnya kemampuan serta keterampilan dari para tenaga kerja apabila disandingkan dengan negara lain. Berdasarkan pemaparan di atas, menunjukkan bahwa penulis memilih menggunakan teori *interdependence* yang dikemukakan oleh Immanuel Kant menjelaskan bahwa salah satu ciri khas dari negara demokrasi adalah cenderung lebih tenang dan damai sehingga mereka cenderung lebih untuk menahan diri untuk tidak berperang terutama dalam ketergantungan ekonomi (Lange, 2015).

Kemudian, dalam teori tersebut dijelaskan bahwa semakin banyak organisasi internasional yang bergabung dalam suatu negara, semakin kecil kemungkinan sistem pemerintahannya menggunakan kekerasan (berperang). Hal ini menunjukkan bahwa teori tersebut melihat cara atau upaya Indonesia ketika mengatasi tantangan dan permasalahan *megatrend* melalui *Economic Community* yang menjelaskan bahwa Indonesia telah melakukan berbagai upaya dalam menjaga kestabilan ekonominya melalui bantuan yang diperoleh dari negara maupun organisasi internasional.

Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan sebab beberapa alasan penting diantaranya meliputi: 1) memberikan kontribusi terhadap ekonomi lokal melalui pengembangan UMKM Batik Parijoto Kudus sehingga menciptakan lapangan kerja yang diharapkan mampu membantu pemerintah dalam mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. 2) Melalui pengembangan UMKM, diharapkan mampu mengidentifikasi dan menganalisis potensi dan tantangan terhadap Batik Parijoto Kudus dimasa mendatang. 3) Dalam penelitian ini memperlihatkan bagaimana UMKM Batik Parijoto Kudus berkontribusi dalam pencapaian SDG's seperti mengurangi jumlah kemiskinan, kesetaraan gender, dan pekerjaan yang layak. Selain itu, dalam produksi batik juga ramah lingkungan sehingga mendukung SDG's terkait gerakan iklim di lingkungan masyarakat. 4) Adanya penelitian ini, mampu menyoroti pentingnya inovasi dengan kualitas terbaik sehingga dapat menjaga daya saing UMKM batik di pasar lokal maupun internasional. 5) Memberikan peluang kerjasama dan kolaborasi dengan pihak



pemerintah dan sektor swasta dalam mendukung pengembangan UMKM. 6) Melalui penelitian ini, diharapkan dapat melestarikan dan memanfaatkan dengan bijak batik parijoto sebagai salah satu warisan budaya yang harus dijaga dan dikembangkan lagi. Dengan demikian, penelitian ini penting untuk dilakukan melalui pengembangan dan meningkatkan promosi melalui potensi UMKM Batik Parijoto Kudus sehingga mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dalam mewujudkan SDG's menuju *megatrend 2045*.

Kemudian, tujuan dalam tulisan ini diantaranya meliputi: *Pertama*, mampu menganalisa dan mengidentifikasi serta memberikan bahan evaluasi mengenai potensi ekonomi melalui UMKM batik parijoto di Kudus yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi tingkat lokal maupun nasional. *Kedua*, memberikan dukungan terhadap pencapaian SDG's bahwa melalui UMKM Batik Parijoto Kudus dapat mengurangi jumlah kemiskinan sehingga menciptakan pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan di lingkungan masyarakat lokal. *Ketiga*, merupakan salah satu bentuk strategi guna menuju *megatrend 2045*. Melalui perumusan strategi yang optimal, UMKM batik parijoto mampu beradaptasi menuju *megatrend 2045* sehingga membawa perubahan yang ideal seperti berpengaruh pada industri jenis batik lainnya. *Keempat*, memberikan rekomendasi dalam pengembangan UMKM sehingga meningkatkan daya saing yang berkualitas di pasar nasional maupun internasional. *Terakhir*, sebagai bentuk promosi dan sosialisasi agar dikenal dan dilestarikan oleh masyarakat lokal itu sendiri sehingga banyak diminati oleh pasar.

Dengan demikian, pemerintah telah melakukan berbagai cara serta upaya dalam usahanya untuk mengatasi tantangan dan persoalan mengenai perekonomian masyarakat lokal melalui UMKM batik parijoto sebagai salah satu cara mendukung ekonomi masyarakat sehingga menciptakan SDG's menuju *megatrend 2045* (Syarifudin A., 2022). Harapannya mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia, membantu mereka untuk lebih mandiri atas pengetahuan yang telah diperoleh dan turut serta dalam mendongkrak perekonomian masing-masing keluarga. Sehingga penulis menuangkan gagasannya dalam "Potensi UMKM Batik Parijoto Kudus Sebagai Pendukung Ekonomi Guna Mewujudkan SDGS Menuju *Megatrend 2045*".



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Literatur

(Setiawati, 2015) menegaskan bahwa lembaga-lembaga ekonomi tidak berada pada posisi dan tempat yang hampa, melainkan berada pada posisi yang berkaitan dengan struktur sosial, proses sosial, dan budaya. Posisi tersebut saling berkaitan saling dengan lainnya dan saling mempengaruhi dalam proses ekonomi. Selain itu, Polanyi juga menjelaskan bahwa lembaga-lembaga ekonomi tersebut memiliki tolak ukur terhadap perekonomian masyarakat yang mencakup *exchange*, *redistribution*, dan *reciprocity*. Tindakan dan perilaku secara timbal balik berfungsi sebagai salah satu bentuk perekonomian masyarakat yang terjadi apabila muncul organisasi sosial dan strukturisasi yang setara seperti halnya dengan sistem kekeluargaan. Sedangkan, perbedaan dengan tulisan ini adalah UMKM sebagai bentuk pendukung ekonomi.

Menurut (Erma Setiawati, 2015) dengan judul “Pengembangan Komoditas Batik: Determinasi Budaya Ekonomi dan Perubahan Struktur Kebijakan terhadap Perkembangan Usaha Ekonomi Lokal (Studi Tentang Pengusaha Batik Laweyan Surakarta)” menjelaskan bahwa usaha industri batik Laweyan mendapatkan keuntungan yang berlipat-lipat sehingga perekonomian dari para pengusaha juga mengalami peningkatan. Sedangkan, perbedaan dengan tulisan ini yaitu jenis batik yang dipilih dan tujuan dari meningkatnya ekonomi mampu memberikan manfaat dikalangan masyarakat.

Dalam penelitian lain (Sabila, 2020) yang berjudul “Diplomasi Publik Indonesia Terhadap Bangladesh Melalui Festival Batik Untuk Menyebarkan Nilai-Nilai Batik Dan Memperluas Kerjasama Ekonomi” menjelaskan bahwa Indonesia yang memiliki hubungan bilateral dengan Bangladesh melalui Batik Festival pada tahun 2018. Bahwa dengan adanya hubungan diplomasi tersebut, mampu menyebarkan nilai-nilai budaya pada batik yang dapat menciptakan peluang baru dalam ekonomi Indonesia. Perbedaan dengan tulisan ini adalah tujuannya yakni menambahkan pengetahuan baru bagi para pembaca sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi para pelaku usaha batik di Kudus.

Menurut (Faradiba Fadhilah Wijaya, 2022) dengan judul “Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Batik di Korea Selatan” menjelaskan bahwa dalam perwakilan Indonesia di mancanegara bertugas sebagai Duta Batik Indonesia yaitu memperkenalkan batik kepada masyarakat internasional seperti Korea Selatan. Dalam hal ini ternyata Korea Selatan memiliki diplomasi yang baik oleh karena itu



negara tersebut cocok apabila dijadikan mitra. Selain itu, alasan lainnya yaitu di Korea selatan telah melakukan hubungan diplomatik budaya melalui batik yang memiliki nilai unggul apabila dilestarikan. Sedangkan, letak perbedaan dengan tulisan ini yaitu model kerjasama yang dipilih.

(Sri Wulan Destriyani, 2020) memaparkan bahwa dalam meningkatkan perekonomian melalui usaha batik, dilakukannya diplomasi budaya yang berfungsi sebagai bentuk perjuangan terhadap kebijakan politik luar negeri Indonesia dengan cara menggelar *event* Batik Nusantara yang diselenggarakan di Kyoto, Jepang sehingga mampu meningkatkan jumlah ekspor. Sedangkan, perbedaan dengan tulisan ini terletak pada bentuk kerjasama yang dilakukan.

(Dewantoro, 2022) menjelaskan bahwa bentuk strategi pengembangan yang dilakukan masyarakat Sidoarjo masih bertahan sampai sekarang ini dan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga melalui penjualan batik jetis. Selain mendapatkan dukungan langsung dari masyarakat sekitar, peningkatan batik jetis disebabkan karena dukungan dari pemerintah setempat seperti mengadakan pelatihan membaik setiap satu bulan sekali, dan lain sebagainya. Sedangkan, perbedaan dengan tulisan ini yaitu terletak pada bentuk dukungan yang diberikan pemerintah untuk meningkatkan penjualan Batik Parijoto Kudus.

Menurut (Laksono, 2017) dengan judul “Kerjasama antar stakeholder dalam pengembangan industri batik (Studi di Kabupaten Pamekasan)” menjelaskan bahwa bentuk kerjasama dalam pengembangan industri batik menggandeng dan mengikutsertakan para stakeholder seperti pemerintah setempat yaitu Disperindag, *reseller*, dan pengrajin batik lainnya, dalam hal ini mereka sebagai fasilitator dalam memberikan modal sehingga memudahkan perizinan dan memperluas jangkauan pasar. Kemudian, perbedaan dengan tulisan ini terletak pada tempat penelitian dan jenis kerjasama.

Menurut (Ramadhan, 2015) dalam judul “Pengembangan Usaha Sentra Industri Kecil Batik Tulis Gedog sebagai Potensi Ekonomi Lokal Kabupaten Tuban” menjelaskan bahwa batik tulis gedog merupakan salah satu batik dari kota Tuban yang memiliki berbagai potensi sehingga layak untuk dikembangkan menjadi ekonomi lokal. Namun, dalam proses pengembangannya mengalami beberapa permasalahan seperti persaingan industri batik yang semakin ketat dan minimnya sumber daya manusia yang berminat menjadi penenun sehingga mengalami penurunan pendapatan. Kemudian, upaya yang diambil untuk mengatasi persoalan tersebut yaitu melalui pengembangan usaha dari para



pemilik industri kecil sebagai keunggulan dan potensi ekonomi lokal Kabupaten Tuban. Sedangkan, perbedaan dengan tulisan ini terletak pada upaya dalam mengembangkan potensi batik sehingga memberikan dampak positif dikalangan masyarakat sekitar.

Kemudian, menurut (Nurainun, 2008) dengan judul “Analisis Industri Batik di Indonesia” menjelaskan bahwa sekarang ini industri batik mengalami ancaman baru salah satunya yaitu adanya persaingan ditingkat internasional mengenai hak paten dan harga. Hal tersebut disebabkan karena industri dari jenis usaha sulit untuk berkembang akibat dari minimnya dukungan seperti keamanan social budaya, hukum yang tegas dalam ekspor impor produk, serta adanya birokrasi yang optimal. Permasalahan utama yang harus diatasi adalah mengenai perdagangan bebas yang mempengaruhi para pengusaha batik terutama usaha tingkat bawah sampai menengah sehingga perlu memberlakukan peraturan atau hukum yang tegas terhadap ekspor impor barang. Perbedaan dengan tulisan ini terletak pada lokasi penelitian dan jenis permasalahannya.

### **III. METODE PENELITIAN**

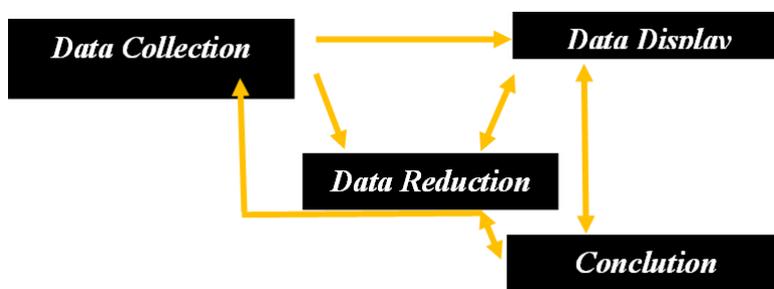
Tulisan ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan pendekatan deskriptif. Sedangkan pada tahap pengumpulan data, penulis mengumpulkan berbagai jenis informasi berkaitan dengan topik yang dibahas melalui *platform online* seperti jurnal, buku, dan makalah, serta data pendukung lainnya sehingga optimal apabila dijadikan sebagai bahan pertimbangan (Sugiyono, 2017). Dalam hal ini, jumlah literatur yang digunakan penulis kurang lebih sebanyak 20 literatur yang berasal dari sumber terpercaya.

Kemudian, tahap selanjutnya yaitu melakukan analisis data melalui SWOT yang digunakan untuk memahami kondisi dan situasi di dalam maupun luar pada persoalan tertentu, sehingga melalui analisis SWOT dapat membantu penulis untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh pada UMKM Batik Parijoto Kudus serta bagaimana para pemilik usaha mampu memberikan dukungan terhadap perkembangan ekonomi berkelanjutan menuju *megatrend 2045*. Sejalan dengan pendapat (Sugiyono, 2017) teknik analisis data merupakan suatu proses untuk menyusun dan mencari dengan sistematis terhadap data yang telah diperoleh dari hasil pencarian melalui *platform online* yang dikategorikan sesuai bidangnya masing-masing seperti memilih mana

yang layak dan penting untuk dipelajari sampai pada tahap pembuatan kesimpulan sehingga mampu memberikan pemahaman kepada orang lain. Dalam hal ini tahap dalam menganalisis kualitatif dilakukan melalui tiga tahapan, yakni reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Reduksi data adalah tahap untuk berfikir secara sensitif melalui keluasan, kecerdasan, dan kedalaman terhadap pengetahuan serta wawasan yang telah diperoleh. Catatan, bagi yang masih awal dalam melakukan reduksi data, maka dapat mendiskusikannya kepada orang yang dianggap ahli dalam bidang tersebut. Kemudian, melalui diskusi tersebut akan memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan akan berkembang sehingga, mampu mereduksi suatu data yang mempunyai nilai kebaruan serta dapat dilakukan pengembangan melalui teori yang relevan.

Tahap selanjutnya adalah melakukan penyajian data dengan cara mengkategorikan data berdasarkan kebutuhan dan fungsi masing-masing melalui penyusunan berbagai informasi yang telah diperoleh dan dilakukan pengambilan keputusan. Sehingga, untuk dapat memecahkan permasalahan dalam penelitian, bias melalui data yang telah dikumpulkan kemudian menganalisis serta mengkritiknya. Dalam hal ini penulis menggunakan metode deskriptif analisis yakni suatu cara untuk melaporkan data melalui memberikan gambaran serta mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data yang telah diperoleh secara *rill* (apa adanya) sesuai yang kemudian dapat diambil kesimpulan. Secara teknis, penulis melakukan upaya salah satunya yaitu data dan informasi diperoleh melalui *platform online* seperti jurnal, buku, *e-book*, dan sejenisnya mengenai strategi pengembangan UMKM batik sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar. Berikut skema metode penelitian (Sugiyono, 2017):



Gambar 1. Skema Metode Penelitian

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Analisis Data

Analisis SWOT dalam Mendukung Perkembangan Ekonomi Masyarakat Kudus dipaparkan dalam tabel berikut ini:

|           |   |
|-----------|---|
| Kekuatan  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Industri batik memperoleh <i>support</i> dari masyarakat sekitar agar terus berkembang sebagai salah satu hasil budaya daerah yang tidak dapat dipungkiri.</li><li>- Sebagian masyarakat masih beranggapan bahwa batik harus tetap dilestarikan dan diwariskan kepada generasi muda sebab memiliki nilai dan kualitas seni yang tinggi serta tidak bisa disamakan dengan hasil tekstil yang diperoleh dari mesin pabrik.</li><li>- Sebagian <i>stakeholder</i> masih peduli dengan warisan budaya batik yang didukung dengan membantu mempromosikan melalui <i>platform</i> media sosial, membantu memberikan modal untuk pengembangan usaha, dan sejenisnya.</li><li>- Kualitas Batik Parijoto Kudus yang baik serta dipasarkan dengan harga terjangkau.</li></ul> |
| Kelemahan | <ul style="list-style-type: none"><li>- Keahlian dan pengetahuan yang dimiliki para pemilik usaha atau tenaga kerja masih terbatas terutama dalam hal manajemen jenis usaha dan cara pemasaran. Hal ini dibuktikan dengan masih banyak industri usaha batik yang belum mengembangkan kapasitas dan kualitas sumber daya.</li><li>- Masih minimnya kerjasama antar industri sehingga menyebabkan rasa peduli satu dengan lainnya berkurang sebab rendahnya nilai kebersamaan yang belum terjalin.</li><li>- Minimnya rasa kepedulian generasi muda terhadap kelestarian budaya seperti kurangnya minat dalam melestarikan potensi dari batik itu sendiri.</li></ul>  |
| Peluang   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Keinginan masyarakat terhadap produk batik masih tinggi.</li><li>- Sebagian generasi muda sudah mulai menyadari terkait pentingnya menjaga kelestarian budaya seperti mengenalkan batik menjadi <i>fashion</i> yang disukai banyak orang baik yang berasal dari kalangan orang tua maupun anak-anak muda.</li><li>- Memanfaatkan hasil dari alam sekitar seperti buah parijoto sebagai salah satu inovasi dari produk batik kudus yang dimanfaatkan sebagai corak atau motif yang lebih berwarna dan modern.</li></ul>  |
| Ancaman   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Adanya persaingan pada industri batik dimancanegara seperti hal paten.</li><li>- Industri batik sulit mengalami perkembangan sebab peraturan atau hukum yang belum tegas.</li><li>- Sebagian mancanegara masih memberlakukan perdagangan bebas sehingga membuat para pelaku usaha kecil dan menengah mengalami kekhawatiran akan produknya.</li></ul>   |

Tabel 1. Analisis SWOT

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Makna dan Fungsi dari Batik Parijoto

Karakteristik batik dijadikan sebagai nilai kearifan lokal yang berbasis tradisional karena mengandung makna dari corak tersebut. Makna dijadikan sebagai bentuk pengharapan atau doa sebagai lambang corak hias yang dipilih (Sartika, 2017). Corak pariijoto dipilih sebagai bentuk ungkapan syukur atas kenikmatan dalam kehidupan di tanah yang subur yang dilengkapi dengan pemandangan Gunung Muria dan sekitarnya.

Sedangkan, jika dilihat secara fisik Batik Parijoto berkaitan dengan aktivitas manusia (Ari, 2011). Pada fungsi praktisnya, Batik Parijoto biasa digunakan ketika upacara tradisional maupun dikenakan dalam keseharian. Wujud tersebut dapat dilihat pada kain panjang atau dalam istilah bahasa Jawa dikenal dengan sebutan *jarik*, sarung, atau busana lainnya. Kain panjang atau *jarik* dan sarung biasanya dikenakan ketika hendak menjalankan ibadah sholat atau hanya sekedar menghadiri majelis taklim. Kemudian, fungsi lain dari Batik Parijoto adalah menanamkan rasa solidaritas dan toleransi, rasa syukur yang tinggi serta kecintaan terhadap alam dan menghargai karya lokal serta dapat dijadikan sebagai bentuk sarana promosi daerah Kudus ke kancan nasional maupun internasional.

Berikut visi dan misi dari Batik Patijoto Kudus, diantaranya yaitu: Visi Dari Batik Parijoto Kudus adalah maju bersama dengan batik sebagai simbol keagungan, rasa syukur, dan keluhuran sebuah budaya dalam percampuran berbagai pengetahuan budaya baik nasional maupun internasional. Sedangkan, misi dari Batik Parijoto Kudus adalah (1) mewujudkan jiwa dalam seni terutama seni dalam membatik sebagai salah satu bentuk apresiasi dari warisan bangsa dan nilai seni itu sendiri. (2) sebagai jalan alternatif berupa adanya peluang kerja terutama bagi para generasi muda. (3) mampu menciptakan rasa cinta dan bangga terhadap kelestarian budaya bangsa terutama budaya batik yang sudah mulai tergerus oleh perkembangan zaman.



Gambar 2. Buah Parijoto dan Batik bermotif Parijoto



#### 4.2.2 Kebijakan Pemerintah yang Mendukung Industri Batik

Dukungan terhadap perkembangan batik dapat dilihat pada pengakuan UNESCO pada tanggal 2 Oktober 2009 yaitu batik disimbolkan sebagai salah satu ciri khas dari budaya Bangsa Indonesia yang merupakan warisan budaya. Berdasarkan penetapan tersebut, pemerintah Indonesia pada tanggal 2 Oktober ditetapkan sebagai Hari Batik Nasional (Kedutaan RI, 2022). Kota Kudus mempunyai potensi dan sumber daya yang cukup baik, namun masih banyak yang belum dikelola secara optimal terutama pada potensi dari Batik Parijoto.

Oleh karena itu, terdapat beberapa usaha yang dinilai mampu melestarikan dan mengembangkan batik sebagai warisan budaya bangsa agar tidak terjerus oleh perkembangan zaman seperti adanya modernisasi. Atas dasar tersebut, kemudian pemerintah Kota Kudus mengambil upaya melalui lembaga dan dinas terkait terhadap pelaku usaha batik di Kudus. Berikut upaya-upaya tersebut: *Pertama*, lebih meningkatkan peran promosi dengan jangkauan pasar yang lebih luas. *Kedua*, melakukan promosi melalui media sosial/media cetak sekaligus menambah fasilitas pendukung lainnya. *Terakhir*, mengembangkan kualitas sumber daya manusia dan meningkatkan kemampuan serta keterampilan manajerial dalam berwirausaha terutama bagi para pelaku usaha seperti mengadakan pelatihan mengenai teknik membatik dengan baik dan benar (Setiawati, 2015).

#### 4.2.3 Korelasi antara SDG's dengan Batik Parijoto Kudus

*Sustainable Development Goals (SDG's)* merupakan serangkaian dari tujuan yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dengan tujuan untuk mencapai kehidupan yang lebih baik dimasa depan secara berkelanjutan bagi seluruh manusia. Daalam *SDG's* terdapat tujuh belas tujuan yang saling berkaitan dan mendukung agar dapat menyelesaikan berbagai persoalan dan tantangan nasional maupun internasional yang sedang dihadapi (SDG's, 2023). Selain itu, dalam *SDG's* diajarkan mengenai bagaimana cara mempromosikan produk yang baik dan benar sehingga mampu menciptakan pembangunan yang berkelanjutan dan berkualitas, bagaimana cara menjaga lingkungan, dan bagaimana mengatasi ketidaksetaraan gender, dan lain sebagainya. Hal tersebut dapat terjadi apabila dimulai dari kebiasaan dan tindakan kecil dalam kehidupan sehari-hari sehingga dapat memiliki



kontribusi positif terutama mampu menciptakan perubahan yang bermanfaat bagi sesama. Berikut ke-17 dari tujuan *SDG's* diantaranya terdiri dari:

| Goal    | Tujuan   |
|---------|--|
| ke-     |  |
| Goal 1  | Tanpa kemiskinan   |
| Goal 2  | Tanpa kelaparan  |
| Goal 3  | Kehidupan sehat dan sejahtera  |
| Goal 4  | Pendidikan berkualitas   |
| Goal 5  | Kesetaraan gender  |
| Goal 6  | Air bersih dengan sanitasi yang layak  |
| Goal 7  | Energi bersih yang terjangkau  |
| Goal 8  | Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi  |
| Goal 9  | Industri, infrastruktur, dan inovasi   |
| Goal 10 | Berkurangnya kesenjangan   |
| Goal 11 | Kota dan pemukiman yang berkelanjutan  |
| Goal 12 | Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab   |
| Goal 13 | Penanganan perubahan iklim   |
| Goal 14 | Ekosisten Lautan   |
| Goal 15 | Ekosistem daratan  |
| Goal 16 | Perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang tangguh   |
| Goal 17 | Menguatkan sarana pelaksanaan dan merevitalisasi kemitraan global sebagai bentuk pembangunan berkelanjutan |

*Table 2. Tujuan SDG's*  
*Sumber: (SDG's, 2023)*

Apabila dihubungkan dengan goal ke-8 yaitu pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, melalui *SDG's* Batik Parijoto Kudus menciptakan peluang kerja yang layak bagi para generasi penerus sehingga mampu mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Selain itu, dalam goal ke-8 tersebut apabila dikaji lebih mendalam, terdapat 16 aspek yang berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan, diantaranya mencakup: Laju pertumbuhan PDB per kapita, laju pertumbuhan PDB/tenaga kerja dan tingkat pertumbuhan PDB setiap pekerja/tahun, jumlah proporsi lapangan kerja dibidang non-pertanian didasarkan pada jenis kelamin, jumlah persentasi dari keterbukaan akses Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM), strategi dan penerapan dari rencana pelaksanaan saaran pola konsumsi dan produksi secara berkelanjutan, upah seorang pekerja rata-



rata/jam, jumlah persentasi antara jumlah anak usia 10-17 tahun yang bekerja dibedakan berdasarkan kelompok umum dan jenis kelamin, dan perlunya sebuah strategi yang berkaitan dengan ketenagakerjaan para generasi muda yang telah dikembangkan secara operasional sebagai salah satu bentuk strategi dari ketatanegaraan (SDG's, 2023).

#### 4.2.4 *Network Governance* dan Manajemen Pemerintahan

Dalam teori (Klijn, 1995), menekankan bahwa *networks* lebih mengarah pada suatu struktur instansi/organisasi yang bersifat longgar serta terdapat sifat saling percaya antar organisasi dalam menjalin hubungan kerjasama. Dalam *network governance* terdapat konsep yang muncul akibat dari kompleksnya proses pengambilan keputusan dan implementasi (Klijn, 2016). Oleh karena itu, ketika proses *governance* bertujuan untuk menjalin hubungan baik dan kerja sama di beberapa pihak terkait yang melibatkan aktor *non-state*. Aktor-aktor tersebut seperti *civil society*, bisnis, dan institusi daerah. Dalam usahanya, setiap aktor tersebut diikutsertakan dalam pengambilan keputusan sehingga mampu mengkoordinasi dan menghasilkan kebijakan optimal melalui peraturan yang telah ditetapkan.

Kemudian, diperlukan strategi dalam mengelola jejaring pemerintahan berdasarkan kepentingan bersama. Terdapat dua strategi yang dapat diterapkan, yakni struktur jaringan yang berfokus pada struktur legitimasi, dominasi, dan signifikansi yang bertujuan memberi ruang sekaligus memfasilitasi setiap berjalannya proses hubungan terutama dalam berjejaring. Kedua, strategi *game management* yang berfokus pada hubungan antar aktor dengan tujuan menyatukan perspektif dari para aktor yang terlibat dalam pengambilan keputusan melalui peraturan formal dan informal serta mampu mengambil keputusan berdasarkan kepentingan bersama.

Berbeda dengan manajemen, merupakan proses dimana seseorang memulai dalam mengkoordinasi sesuatu. Faktor penting dalam manajemen bagaimana seseorang dapat mencapai tujuan dan lain sebagainya. Dalam proses manajemen terdapat beberapa tahapan yang harus dilaksanakan yakni terdiri dari *planning* (perencanaan) untuk mencapai kesejahteraan bersama, *organizing* untuk mengatur sumber daya secara terencana, dan pelaksanaan untuk menjalankan kegiatan yang bersifat operasional sesuai dengan rencana yang telah disesuaikan. Dengan demikian, manajemen pemerintahan adalah sebuah ilmu yang berfokus mengatur dan mengelola sumber daya



terutama disektor publik untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sebagai contohnya yaitu dalam pemerintahan terdapat dua jenis lembaga, yakni lembaga publik (identik dengan masyarakat) dan lembaga privat (identik dengan lembaga swasta, terdapat keuntungan/*benefit*) (Kotler, 2009).

Dalam manajemen pemerintahan terdapat beberapa tujuan yang akan ditetapkan, diantaranya yaitu sebagai berikut: *Pertama*, agar lebih efisien dan efektif. Mengatur mengenai bagaimana pelaksanaan sesuai dengan *planningnya*. *Kedua*, transparansi dan akuntabilitas, yaitu terbuka (pemerintah tidak boleh merahasiakan informasi) dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga mampu membentuk *good governance*. *Terakhir*, pelayanan publik yang berkualitas terutama dalam pengelolaannya. Namun, dalam manajemen pemerintahan tidak selamanya baik-baik saja. Berikut beberapa tantangan yang harus dihadapi selama proses manajemen masih berjalan, yaitu korupsi (penyalahgunaan jabatan), keterbatasan anggaran, dan reformasi birokrasi (Rahardjo, 2016).

#### 4.2.5 Langkah Strategi Pengembangan Potensi Batik Kudus Parijoto sebagai Pendukung Ekonomi

Dalam lingkup membatik, jumlah pembatik di Kudus ada 8 pembatik, yang salah satunya bernama Batik Alfa Shofa (Crisnawati, 2013). Tujuan mencantumkan nama pembatiknya adalah untuk membangun eksklusifitas penjual dengan produsen. Hal ini juga lazim dilakukan oleh beberapa industri lainnya seperti pada industri kopi, *craft*, dan produk *houte couture*. Contoh marketing tersebut disebut dengan *ethical marketing*. Selain itu, pada Batik Parijoto dalam proses pembuatan batik menggunakan bahan alami, seperti penggunaan warna ungu.

Strategi yang dipilih untuk mempromosikan Batik Parijoto dengan melalui cara *online* yaitu: *Pertama*, menggunakan *website* khusus produk-produk UMKM yang ada di Kudus. Para pelaku usaha harus konsisten untuk terus memamerkan produknya melalui sistem *online* agar lebih dikenal luas oleh masyarakat maupun pasar global. Namun, hal ini cukup memakan waktu lama agar produk tersebut dapat merebut hati konsumen. Awalnya, konsumen harus memiliki rasa minat untuk membeli yang selanjutnya konsumen harus dibuat percaya agar memunculkan rasa kepuasan tersendiri terhadap produk tersebut (Sarfiyah, 2019).

Selain itu, dengan menggunakan *website*, para pelaku UMKM akan memperoleh biaya penjualan produk yang lebih murah dikarenakan tidak perlu menyediakan tempat usaha (toko) untuk



memasarkan produknya. Pemanfaatan *website* digunakan untuk bentuk promosi agar meningkatkan omset penjualan dengan memaksimalkan peran media sosial khususnya untuk UMKM batik (Dhias, 2023). *Kedua*, Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah. Melalui dukungan Kemenkop-UKM, pemasaran Batik Parijoto lebih cepat dan mampu meningkatkan kredibilitas Batik Parijoto, sehingga ketika dipasarkan dapat diterima masyarakat.

*Ketiga*, kementerian perindustrian. Melalui Kementerian Perindustrian terhadap Batik Parijoto Kudus sebagai wujud inisiatif yang selaras dengan visi dan misi dari Batik Parijoto Kudus. Berikut tahapan yang diambil diantaranya yaitu: (1) melakukan pengembangan terhadap kualitas dari Batik Parijoto Kudus seperti terdapat standarisasi Batik Parijoto Kudus sehingga hasil akhirnya memiliki kualitas yang optimal dan konsisten. (2) pelatihan teknis untuk meningkatkan keterampilan para pengrajin batik seperti penggunaan alat saat sedang membatik dan teknik yang baik dalam membatik. (3) mengadakan pengembangan pada target pasar seperti mengadakan *expo* atau pameran sebagai bentuk memperkenalkan Batik Parijoto Kudus kepada masyarakat sehingga target pasar terjangkau lebih luas dan merata. Selain itu, menjalin kemitraan dengan para pengecer besar agar dapat memperluas jangkauan distribusi penjualan. (4) melakukan promosi dan *branding* seperti menggunakan *labeling* yang mengikutsertakan nilai budaya Batik Parijoto Kudus ke dalam *story* agar mampu menarik minat pembeli. *Terakhir*, masyarakat berperan dalam mendukung adanya produk Batik Parijoto ini yaitu dengan ikut serta memakainya dalam kehidupan sehari-hari. Strategi seperti ini secara tidak langsung dapat menjadi bentuk marketing pemasaran yang mudah dilakukan.

*Keempat*, meningkatkan kapasitas sumber daya manusia. Hal ini sangat penting dilakukan terutama bagi para pengembang industri Batik Parijoto karena manusia adalah seorang penggerak dalam artian orang/pelaku yang memberikan keputusan dari setiap jenis kegiatan. Berbagai usaha akan mengalami perkembangan secara signifikan apabila para pelaku tersebut mempunyai pendidikan, motivasi, dan pengetahuan terhadap manajemen usaha serta mampu mengikuti perkembangan zaman. *Kelima*, menciptakan suasana usaha yang efektif dan efisien sehingga mewujudkan usaha batik yang berdaya saing tinggi, dinamis, dan mampu menarik para investor untuk membantu persoalan modal yang sering dialami para pelaku usaha skala kecil.



Dengan langkah-langkah tersebut, kolaborasi Batik Parijoto Kudus mampu menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan industri batik, meningkatkan kesejahteraan pengrajin, dan memperkuat posisi Batik Parijoto Kudus di pasar global. Melalui kerjasama ini mampu memperkuat aksesibilitas dan infrastruktur dengan jangkauan yang lebih luas. Selain itu, mampu meningkatkan kualitas dari Batik Parijoto Kudus serta mengembangkan cara pemasaran yang lebih inovatif. Namun, diperlukan *support* dari pihak-pihak tertentu seperti pemerintah setempat sehingga dapat membantu meningkatkan akses pasar dan produksi dengan jangkauan yang lebih luas.

## V. KESIMPULAN

Dalam rangka merealisasikan peran generasi muda yang mengombinasikan antara *network governance* dan manajemen pemerintahan sebagai pendukung ekonomi UMKM Batik Parijoto Kudus mencoba hadir dalam membangun generasi penerus bangsa yang berkualitas terutama melestarikan kearifan lokal yang berkelanjutan. Secara praktiknya, Batik Parijoto juga dimanfaatkan untuk menghiasi pada permukaan kain atau bahan busana yang dikenakan ketika *event* yang berbasis tradisional walaupun berkembangnya zaman masih tetap diminati masyarakat sekitar maupun dijadikan sebagai busana keseharian.

Dengan demikian, melalui tujuan-tujuan tersebut diharapkan mampu berkontribusi secara nyata dalam pengembangan ekonomi masyarakat lokal melalui UMKM Batik Parijoto Kudus serta memberikan dukungan terhadap ekonomi lokal guna mewujudkan SDG's menuju *megatrend* 2045. Oleh karena itu, dibutuhkan koordinasi dan kolaborasi dari berbagai pihak agar tujuan tersebut dapat terlaksana dengan optimal. Kemudian, dalam pengembangan dan evaluasi juga harus tetap dilakukan serta sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun beberapa program pemerintah. Dengan adanya optimalisasi ini, harapannya mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia, sehingga membantu mereka lebih mandiri atas pengetahuan yang telah diperoleh dan turut serta dalam mendorong perekonomian masing-masing keluarga guna mewujudkan SDG's menuju *megatrend* 2045.



## VI. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada pihak terkait yang telah membantu mensukseskan tulisan ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Terima kasih yang tidak terhingga kepada Bapak/Ibu dosen prodi Pemikiran Politik Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam yang telah memberikan dukungannya kepada penulis. Tulisan ini adalah versi ubahan dari Ujian Akhir Semester pada mata kuliah Manajemen *Networking* yang dilaksanakan pada tanggal 19 Juni 2024. Selain itu, melalui tulisan ini diharapkan dapat membantu kelulusan saya sebagai pengganti skripsi di Program Studi Pemikiran Politik Islam, IAIN Kudus.

## REFERENSI

- Crisnawati. (2013). Perancangan Desain Kemasan Kerajinan Di “Ria Batik” Solo Sebagai Cinderamata Khas Dari Kota Solo. *Jurnal DKV Adhiwarna*.
- Dewantoro, A. P. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Batik Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi (Studi Kasus Pada Kampung Batik Jetis Sidoarjo). *Jurnal Haranomics*, 117.
- Dhias. (2023). Pendampingan UMKM Alfa Shoofa Batik Kudus Melalui Pembuatan Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Pengabdian kepada masyarakat*.
- Dr. Edi Suandi, M.M. (2023). *Peluang dan Tantangan Indonesia pada Megatrend 2045*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah di Padang: Sumbar.
- Edi. (2023). Peluang dan Tantangan Indonesia pada Megatrend 2045.
- Erma Setiawati, N. Z. (2015). Pengembangan Komoditas Batik: Determinasi Budaya Ekonomi dan Perubahan Struktur Kebijakan terhadap Perkembangan Usaha Ekonomi Lokal (Studi Tentang Pengusaha Batik Laweyan Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 121-122.
- Faradiba Fadhilah Wijaya, A. P. (2022). Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Batik di Korea Selatan. *Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya*.
- Indah Sulistyorini dan Birmanti Setia Utami. (2018). Perancangan Kemasan Muria Batik Kudus Untuk Memperkenalkan Kebudayaan Lokal Kota Kudus. Andharupa, *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 4(2), 173.
- Ike Ramadhan. (2015). Pengembangan Usaha Sentra Industri Kecil Batik Tulis Gedog sebagai Potensi Ekonomi Lokal Kabupaten Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 3(3).
- KedutaanRI. (2022). Kedutaan Besar RI di Bandar Seri Begawan, Brunei Darussalam. *Selamat Hari Batik Nasional 2022*, diakses pada 9 Juni 2024.



- Klijn. (1995). Managing Networks in the Public Sector: A Theoretical Study of Management Strategies in Policy Networks. *Public Administration*, 437-454.
- Klijn. (2016).E-H. & Koppenjan, J. (2016). *Governance Networks in the Public Sector*. London: Routledge.
- Kompas. (2016). Motif Batik\*Selisik Batik, diakses pada 02 Juli 2024.
- Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Laksono, M. D. (2017). Kerjasama Antar Stakeholder Dalam Pengembangan Industri Batik (Studi di Kabupaten Pamekasan). *Skripsi. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya*.
- Linkumkm. (2024). Yuli Astuti. *Membangkitkan Kembali Kebesaran Batik Kudus*, diakses pada 17 April 2024.
- Lis Yeni Sugiarti. (2018). Analisis SWOT Melalui Inkuiri Terbimbing pada Materi Kegiatan Ekonomi Mahasiswa Pendidikan Guru Sekolah Dasar. Caruban: *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 1(2), 150.
- Maraya dan Sabila. (2020). *Diplomasi Publik Indonesia Terhadap Bangladesh Melalui Festival Batik Untuk Menyebarkan Nilai-Nilai Batik Dan Memperluas Kerjasama Ekonomi*. UNPAR Institutional Repository.
- Nurainun, Heriyana dan Rasyimah. (2008). Analisis Industri Batik di Indonesia. *Jurnal Fokus Ekonomi*, 7(3), 135.
- Rahardjo, S. T., & Pramusita, R. D. (2016). Tinjauan Tampilan Visual Desain Kemasan Roti Murni di Yogyakarta. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 2(02), 103–120.
- Saiful. (2023). *TribunJateng.com*. 15 Produk UMKM di Kudus yang Diproyeksikan Bisa Ekspor Tahun 2023, <https://jateng.tribunnews.com/2023/08/13/15-produk-umkm-di-kudus-yang-diprojektasikan-bisa-ekspor-tahun-2023>, diakses pada 17 April 2024.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- SDG's. (2023). *Advancing the Sustainable Development Goals (SDG's)*. <https://sdgs.bappenas.go.id/>, diakses pada 9 Juni 2024.
- Setiawati, E. (2015). Pengembangan Komoditas Batik: Determinasi Budaya Ekonomi Dan Perubahan Struktur Kebijakan Terhadap Perkembangan Usaha Ekonomi Lokal (Studi Tentang Pengusaha Batik Laweyan Surakarta). *Jurnal ekonomi dan bisnis*, 121-122.
- Sri Wulan Destriyani, L. A. (2020). Strategi Diplomasi Budaya untuk Meningkatkan Ekspor Batik Indonesia ke Jepang. *Jurnal Politik Indonesia dan Global*, 118.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif. *Alfabeta*.



e-ISSN 2722-6328

**SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING**

[e-journal.uniflor.ac.id/index.php/analisis](http://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/analisis)

**VOL. 14 NO. 02 YEAR OF 2024**

PUBLISHED BY:  
**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY**

- Syarifudin, A. (2022). Manajemen Mutu Pendidikan Pesantren Di Era Megatrend (Analisis Dan Kajian Literatur). *Al-afkar, Journal For Islamic Studies*, 191-201.
- Van Lange, PAM, & Balliet, D. (2015). *Teori saling ketergantungan*. Dalam M. Mikulincer, PR Shaver, JA Simpson, & JF Dovidio (Eds.), *Buku pegangan APA tentang kepribadian dan psikologi sosial*, Vol. 3. Hubungan antarpribadi. Asosiasi Psikologi Amerika. <https://doi.org/10.1037/14344-003>, 65–92.
- Wulandari, Ari. (2011). *Batik Nusantara*. Edisi I. Yogyakarta: CV. Andi Offset.