

Penyusunan Strategi untuk Mepertahankan Keberlanjutan Usaha batik Kauman Solo

Feby Febrian¹, Granit Agustina²

¹Universitas Winaya Mukti¹, Bandung, Indonesia

²Universitas Kebangsaan Republik Indonesia ², Bandung, Indonesia

granitagustina982@gmail.com

ABSTRAK

Kampung Batik Kauman Solo merupakan salah satu sentra batik tertua di Indonesia yang memiliki nilai historis dan kultural tinggi sebagai warisan Keraton Surakarta. Namun, keberlanjutannya menghadapi tantangan serius seperti persaingan dari batik printing, perubahan selera konsumen, serta keterbatasan sumber daya dan infrastruktur. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) ini bertujuan mendampingi pelaku IKM Batik Kauman dalam mengidentifikasi permasalahan dan merumuskan strategi pengembangan yang berkelanjutan. Pendekatan yang digunakan adalah partisipatif-kolaboratif melalui wawancara semiterstruktur dan observasi lapangan. Data dianalisis menggunakan kerangka 7P, PESTEL, Model Diamond Porter, dan SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengembangan Batik Kauman dapat diarahkan melalui strategi peningkatan nilai wisata budaya, modernisasi infrastruktur, diversifikasi produk, dan penguatan kelembagaan komunitas. Strategi disusun dengan mempertimbangkan potensi lokal, dinamika pasar, serta kelayakan implementasi berbasis kolaborasi multipihak.

Kata kunci: Batik Kauman Solo, Strategi Pengembangan, Analisis SWOT

1. PENDAHULUAN

Industri Kecil dan Menengah (IKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama sebagai penggerak sektor riil dan pencipta lapangan kerja. Salah satu subsektor unggulan yang memiliki potensi ekonomi sekaligus nilai budaya tinggi adalah industri batik. Di antara berbagai sentra batik di Indonesia, Kampung Batik Kauman di Kota Surakarta (Solo), Jawa Tengah merupakan salah satu sentra batik tertua dan paling bersejarah di Kota Surakarta, Jawa Tengah serta merupakan destinasi wisata budaya yang mengembangkan potensi batik dan budaya masyarakat setempat (Khasanah dan Nurjayanti, 2023). Terletak tidak jauh dari Keraton Kasunanan Surakarta, kawasan ini memiliki nilai historis dan kultural yang kuat karena dulunya merupakan tempat tinggal para abdi dalem dan keluarga keraton yang memiliki keahlian membatik. Warisan tradisi membatik tersebut terus hidup dan berkembang hingga kini, menjadikan Kauman sebagai ikon batik tulis berkualitas tinggi yang sarat makna filosofi Jawa (Wijaya, Isawati, 2016).

Batik Kauman Solo menghadapi tantangan serius dari berbagai sisi, terutama dalam hal persaingan dengan sentra batik lain seperti Pekalongan dan Cirebon yang mampu memproduksi batik dalam skala besar dengan harga lebih murah melalui teknik cap dan printing (Budiyanto, dkk., 2018). Selain itu, masuknya batik printing impor murah, terutama dari Tiongkok, turut menekan pasar batik tulis lokal karena dijual dengan harga rendah namun tanpa nilai budaya yang autentik, sehingga menggerus minat konsumen terhadap batik tradisional. Tantangan lainnya adalah perubahan selera konsumen, khususnya generasi muda yang lebih menyukai desain batik yang simpel, modern, dan fleksibel untuk gaya hidup sehari-hari, sedangkan batik Kauman cenderung mempertahankan motif klasik bergaya keraton yang dianggap terlalu formal dan kurang adaptif terhadap tren masa kini (Rahadi, dkk., 2021). Jika kondisi tersebut tidak diantisipasi maka akan mengancam keberlangsungan hidup Batik Kauman Solo. Oleh karena itu pelaku IKM Batik Kauman Solo perlu membuat strategi guna mempertahankan keberlanjutan usahanya. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) ini bertujuan untuk mendampingi para pelaku IKM Batik Kauman Solo mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi serta menyusun strategi untuk pengembangan Batik Kauman Solo.

2. METODOLOGI

Kegiatan Abdimasi ini menggunakan pendekatan partisipatif-kolaboratif melalui wawancara dan observasi sebagai sarana eksplorasi masalah, identifikasi peluang, dan penyusunan strategi keberlanjutan. Pengambilan data dengan wawancara merupakan metode kualitatif yang dilakukan melalui tanya jawab langsung antara Tim Abdimas dengan pelaku IKM Batik Kauman Solo. Wawancara yang dilakukan bersifat semi-terstruktur, yaitu metode pengumpulan data kualitatif yang menggunakan panduan pertanyaan (*interview guide*) tetapi tetap memberikan fleksibilitas bagi pewawancara untuk mengeksplorasi lebih lanjut sesuai respons dari narasumber (DeJonckheere dan Vaughn, 2019). Dalam wawancara ini, penanya menyiapkan sejumlah pertanyaan utama sebagai kerangka pembicaraan, namun diperbolehkan menambahkan atau mengubah urutan pertanyaan sesuai dinamika percakapan. Tujuan dari wawancara semiterstruktur adalah untuk mendapatkan informasi yang mendalam, tetap terarah,

tetapi tidak kaku. Metode wawancara terstruktur ini dinilai sangat efektif untuk memperoleh data yang kaya tentang pandangan, pengalaman, dan persepsi responden, serta memungkinkan klarifikasi langsung terhadap jawaban yang diberikan.

Tahapan kegiatan terdiri dari :

1. Persiapan
 - a. Studi Literatur dan Observasi Lapangan

Pada tahap ini dilakukan penelusuran pustaka terkait sejarah, dinamika sosial-ekonomi, serta tantangan industri Batik Kauman Solo dari jurnal, laporan riset, dan dokumen pemerintah.
 - b. Penyusunan Pertanyaan

Pada tahap ini disusun pertanyaan-pertanyaan penting mencakup kondisi Batik Kauman Solo. Pertanyaan terutama diarahkan pada mengacu pada konsep Bauran Pemasaran, PESTEL, serta Model Diamond Porter. Bauran Pemasaran 7P terdiri dari *Product* (barang atau jasa yang ditawarkan), *Price* (strategi penetapan harga), *Place* (distribusi produk), *Promotion* (cara mempromosikan produk kepada pelanggan), *People* (mencerminkan semua pihak yang terlibat dalam penyampaian layanan), *Process* (prosedur dan alur kerja yang memengaruhi kualitas layanan), dan *Physical Evidence* (bukti fisik yang mendukung kepercayaan pelanggan, seperti tampilan tempat, kemasan, atau dokumen). Strategi 7P ini membantu perusahaan memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara menyeluruh (Kotler dan Keller, 2016)

PESTEL adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang memengaruhi lingkungan makro bisnis, mencakup aspek Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Legal. Analisis PESTEL digunakan untuk memahami peluang dan ancaman dari luar, seperti kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, tren sosial, perkembangan teknologi, isu lingkungan, dan regulasi hukum, yang dapat memengaruhi keputusan strategis jangka panjang (Scholes & Whittington, 2008).

Model Diamond Porter mencakup empat elemen utama, yaitu : kondisi faktor produksi (sumber daya dan infrastruktur), kondisi permintaan dalam negeri, industri terkait dan pendukung, strategi dan persaingan antar perusahaan, peran pemerintah, dan faktor keberuntungan juga memengaruhi. Fungsi Model Diamond Porter adalah untuk menganalisis dan menjelaskan faktor-faktor yang menentukan daya saing suatu negara atau wilayah dalam industri tertentu (Porter, 1990).

2. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada pemilik usaha Batik Kauman Solo dan konsumennya. Selain itu juga dilakukan observasi ke tempat pembuatan Batik Kauman Solo.
3. Analisis dan Penyusunan Strategi

Data hasil wawancara dan observasi dianalisis menggunakan menggunakan matriks SWOT. SWOT adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan

(Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dari suatu organisasi, proyek, atau usaha. Metode ini membantu dalam memahami posisi internal dan eksternal sehingga dapat merumuskan strategi yang tepat dan berkelanjutan. Analisis SWOT banyak digunakan dalam perencanaan bisnis, pengembangan komunitas, dan pengambilan keputusan strategis (Gurel & Tat, 2017).

3. PELAKSANAAN

Kegiatan Abdimas ini dilaksanakan pada tanggal 22 – 24 Desember 2024. Wawancara dilakukan di tempat pemilik IKM Batik Kauman Solo. Salah satunya di Jl. Wijaya Kusumah, Kauman Surakarta. Gambar 1 menunjukkan pemilik IKM Batik Kauman Solo yang diwawancara beserta lokasi usahanya.



Gambar 1. memperlihatkan peserta FGD serta lokasi tempat FGD diadakan.

Dari hasil analisis data yang dikumpulkan melalui wawancara, diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan Batik Kauman Solo sebagai berikut :

A. Strengths (Kekuatan)

- Warisan budaya kuat
Kauman merupakan sentra batik tertua di Solo, dengan teknik membatik klasik yang masih dipertahankan sejak masa Abdi Dalem Keraton .
Motif eksklusif dan otentik: Menghadirkan motif pakem gaya Keraton (geometris dan non-geometris) dengan pewarnaan tradisional sogan, biru, hitam, putih .
- Dukungan kelembagaan lokal
Adanya Paguyuban (PKWBK sejak 2007) dan dukungan pemerintah kota melalui program wisata batik.
- Potensi wisata tinggi
Menjadi destinasi budaya yang digemari wisatawan, gratis, dengan cafe dan spot foto menarik.

B. Weaknesses (Kelemahan)

- Skala usaha kecil & informal
Banyak unit hanya berupa home industry tanpa fasilitas modern/jasa pengeringan yang efisien.
- Infrastruktur terbatas
Jalan sempit gang, kurang terintegrasi, dan minim fasilitas pendukung seperti IPAL, parkir, toilet .
- Keterbatasan SDM & pemasaran

Kurangnya generasi penerus yang terampil, promosi digital terbatas, juga ketergantungan pada wisatawan lokal .

C. Opportunities (Peluang)

- Minat wisata budaya meningkat
Pengunjung yang datang untuk belajar, buat batik, dan spot foto estetik terus bertumbuh.
- Kolaborasi & branding
Ruang bagi kerjasama dengan pemerintah, dinas pariwisata, dan influencer untuk branding “Kauman Batik Heritage”.
- Diversifikasi produk
Peluang mengembangkan produk turunan seperti batik printing, souvenirs, aksesoris, home décor yang lebih terjangkau.

D. Threats (Ancaman)

- Kompetisi dari sentra lain
Seperti Laweyan, Pekalongan, Jember, yang menawarkan batik dengan harga lebih rendah.
- Tren batik printing murah
Dapat menggeser permintaan batik tulis tradisional.
- Pembatasan regulasi & lingkungan
Pengelolaan limbah, jalur wisata yang makin padat, dan dampak perubahan cuaca terhadap produksi.

Berdasarkan hal tersebut maka disusun strategi pengembangannya sebagai berikut :

A. Strategi SO (Strength–Opportunity)

Batik Kauman Solo dapat memanfaatkan kekuatan nilai historis dan keunikan motif batiknya untuk menciptakan pengalaman wisata budaya yang otentik melalui paket “Heritage Experience”. Paket ini dapat mencakup tur proses pembuatan batik tulis klasik, workshop canting dan pewarnaan, serta spot foto tematik dengan latar rumah tradisional dan batik. Untuk memperluas jangkauan pasar, strategi ini dapat didukung dengan kolaborasi antara komunitas Batik Kauman, agen travel, pemerintah kota, dan promotor budaya untuk menyelenggarakan festival tahunan yang menampilkan proses batik, bazar produk, serta pertunjukan budaya lokal.

B. Strategi WO (Weakness–Opportunity)

Kelemahan seperti keterbatasan generasi penerus dan kurangnya pemasaran digital dapat diatasi dengan menyelenggarakan pelatihan teknis dan kewirausahaan bagi pemuda dan pengrajin baru, serta pelatihan digital marketing. Hal ini penting agar Batik Kauman mampu memanfaatkan peluang meningkatnya minat wisata edukatif dan budaya. Selain itu, modernisasi infrastruktur seperti perbaikan toilet umum, pembangunan Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL), penataan galeri pamer, dan pengembangan platform e-commerce perlu dilakukan dengan dukungan CSR perusahaan atau bantuan pemerintah melalui program pemberdayaan desa wisata.

C. Strategi ST (Strength–Threat)

Untuk mengantisipasi ancaman dari produk batik printing murah dan persaingan dengan sentra batik lain, Batik Kauman dapat melakukan diversifikasi produk dengan menghadirkan batik printing berpola khas Kauman, aksesoris batik, serta produk home décor seperti sarung bantal, taplak, dan syal. Diversifikasi ini tetap mempertahankan ciri khas estetika Kauman. Selain itu, penting untuk memperkuat branding otentik dengan menerbitkan sertifikasi “Kauman Traditional Batik” guna membangun kepercayaan pasar dan menegaskan keaslian batik tulis sebagai produk warisan budaya.

D. Strategi WT (Weakness–Threat)

Untuk mengurangi risiko dari kombinasi kelemahan internal dan ancaman eksternal, langkah modernisasi proses produksi menjadi krusial. Penyediaan ruang kerja dan area jemur batik yang semi-tertutup atau penggunaan mesin pengering ramah warna dapat meningkatkan efisiensi tanpa mengorbankan kualitas. Selain itu, pembentukan klaster formal usaha batik yang dikelola oleh PKWBK (Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman) dapat memperkuat kelembagaan dan memungkinkan pengelolaan bersama untuk infrastruktur produksi, pengolahan limbah, serta promosi kolektif berbasis komunitas.

Strategi yang disusun tersebut dihasilkan berdasarkan diskusi dengan pemilik IKM Batik Kauman Solo. Penyusunan strategi dilakukan berdasarkan pada potensi yang ada, mempertimbangkan keberlanjutan budaya, dan dapat diimplementasikan secara bertahap melalui kolaborasi antara komunitas, pemerintah, dan pelaku usaha kreatif.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Kampung Batik Kauman Solo menunjukkan bahwa pelaku IKM menghadapi berbagai tantangan, mulai dari persaingan batik printing murah, keterbatasan regenerasi pengrajin, hingga kurangnya infrastruktur pendukung. Meskipun demikian, Batik Kauman memiliki kekuatan berupa nilai historis, motif otentik, serta potensi wisata budaya yang tinggi. Melalui pendekatan partisipatif dengan wawancara semiterstruktur dan observasi, serta analisis berbasis 7P, PESTEL, Model Diamond Porter, dan SWOT, diperoleh strategi pengembangan yang mencakup peningkatan pengalaman wisata budaya, modernisasi proses produksi, diversifikasi produk, dan penguatan kelembagaan. Strategi tersebut disusun secara bertahap dan kontekstual, dengan mempertimbangkan potensi lokal dan kolaborasi antara komunitas, pemerintah, dan pelaku usaha kreatif, demi menjaga keberlanjutan Batik Kauman Solo sebagai warisan budaya sekaligus sektor ekonomi masyarakat.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada para pelaku IKM Batik Kauman Solo atas partisipasi, keterbukaan, dan kerjasamanya dalam kegiatan ini, yang telah memberikan wawasan berharga untuk penyusunan strategi pengembangan batik berbasis potensi lokal.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Winaya Mukti dan Universitas Kebangsaan Republik Indonesia atas dukungan dan fasilitasi yang memungkinkan kegiatan ini terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi pelestarian warisan budaya serta penguatan ekonomi kreatif daerah.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Budiyanto, S., Anies, A., Purnaweni, H., & Sunoko, H. R. (2018). *Environmental analysis of the impacts of batik waste water pollution on the quality of dug well water in the batik industrial center of Jenggot Pekalongan City*. E3S Web of Conferences, 31, 09008. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20183109008>
- [2] DeJonckheere, M., & Vaughn, L. M. (2019). *Semi-structured interviewing in primary care research: A balance of relationship and rigour*. Family Medicine and Community Health, 7(2), e000057. <https://doi.org/10.1136/fmch-2018-000057>
- [3] Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. *The Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- [4] Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring Corporate Strategy* (8th ed.). Pearson Education.
- [5] Khasanah, U., & Nurjayanti, D. (2023). Penguatan Ekonomi Kreatif Melalui Strategi City Branding di Sentra Batik Kauman Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik Indonesia (JEKPI)*, 10(1), 516–522.
- [6] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- [7] Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- [8] Rahadi, R. A., Rahmawati, D., Windasari, N. A., & Belgawan, P. F. (2020). The Analysis of Consumers' Preferences for Batik Products in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 9(Supplementary Issue 1), 278–287.
- [9] Wijaya, Y.R.M., dan Isawati, S. (2016). Kawasan Kampung Batik Kauman sebagai Sumber Pembelajaran IPS di SMP, *Jurnal CANDI*, 14(2), 98-119.