

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 Sistem Yang Digunakan Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Batik Jambi Di Seberang Kota Jambi**

Dalam penelitian ini terdapat 19 pengrajin Batik Jambi yang tersebar di wilayah Seberang Kota Jambi, sebuah kawasan yang sejak lama dikenal sebagai pusat aktivitas batik tradisional. Masing-masing pengrajin memiliki ciri khas dan strategi pengelolaan usaha yang berbeda-beda sesuai dengan kapasitas produksi, modal, serta kreativitas yang dimiliki. Namun, dari keseluruhan jumlah tersebut, peneliti hanya memfokuskan kajian pada tiga pengrajin batik, yaitu Batik Ariny, Batik Zhorif, dan Batik Azmiah. Selain alasan tersebut, penentuan fokus penelitian pada tiga pengrajin ini juga mencerminkan kondisi pengrajin Batik Jambi secara umum. Ketiganya mencerminkan keberagaman strategi usaha yang saat ini sedang berkembang di kalangan pengrajin Batik Jambi, baik yang bersifat tradisional, modern, maupun kombinasi dari keduanya. Dengan demikian, kajian terhadap tiga pengrajin ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai dinamika pengembangan usaha Batik di Seberang Kota Jambi, sekaligus menjadi cerminan kondisi pengrajin Batik lainnya. Dalam rangka meningkatkan pendapatan, para pengrajin Batik Jambi di Seberang Kota Jambi menerapkan sejumlah sistem yang saling melengkapi. Sistem tersebut tidak hanya mencakup aspek produksi dan pemasaran, tetapi juga menyentuh aspek sosial serta nilai-nilai spiritual yang relevan dengan prinsip ekonomi Islam. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pemerintah dan pelaku usaha Batik, dapat diidentifikasi lima sistem utama yang mendukung keberlanjutan usaha batik di daerah ini. Berikut adalah beberapa sistem yang sudah digunakan :

##### **1. Sistem pembinaan dan dukungan pemerintah**

Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Jambi berperan aktif dalam memberikan pembinaan dan pelatihan kepada pelaku usaha batik, meskipun pelaksanaannya masih terkendala keterbatasan dana. Seperti disampaikan oleh Ibu Debby, staf di bidang industri :

*“Kalau pelatihan batik, biasanya bantuannya berupa kain, bahan, cap, cetakan, meja cap. Tapi pemberian bantuan tidak selalu setelah pelatihan. Tergantung dananya, apakah dari PISAR, APBD, atau lainnya.”*

(Staf Di Bidang Industri / Ibu Debbi / Rabu, 7 Mei 2025)

Selain dari pemerintah, dukungan juga datang dari lembaga eksternal seperti Bank Indonesia dan PLN yang membantu melalui event bazar maupun bantuan alat produksi.

*“Ada, misalnya dengan BI dan PLN.”*

(Staf Di Bidang Industri / Ibu Debbi / Rabu, 7 Mei 2025)

## 2. Sistem pemasaran offline dan online

Pengrajin mengembangkan strategi pemasaran ganda, yakni melalui toko *outlet* dan media sosial. Ibu Robby Ariny Maniska, pemilik Batik Ariny, menegaskan pentingnya pemasaran digital dengan mengatakan:

*“Strateginya berarti strategi pemasaran. Pemasaran dulu ya kita bahas. Kalau strategi pemasaran pastinya kita ingin meningkatkan penjualan. Kalau penjualan itu ada offline store, membuka toko outlet, dan juga online dari media sosial. Walaupun ada Shopee, karena produk kita tidak pasaran jadi di Shopee tidak terlalu aktif. Dari media sosial seperti Instagram, Facebook, nanti diarahkan ke WhatsApp. Di WhatsApp lebih intens dengan pelanggan, jadi bisa lebih paham keinginan mereka. Setelah itu barang dikirim lewat JNT atau Tiki. Jadi kita tidak bisa hanya mengandalkan offline store, tapi juga harus aktif di media sosial. Kalau di toko outlet, kalau pelanggan sempat datang kita bisa serahkan langsung atau dikirim via ojek online. Selain itu, kalau ada rezeki, kita pasang iklan di Facebook dan Instagram. Hasilnya, kebanyakan dari Facebook karena banyak ibu-ibu yang menggunakannya. Kita juga memanfaatkan influencer di Jambi, atau endorsement. Dari situ orang mulai tahu. Strategi lain adalah memperbanyak relasi, dengan terbuka pada banyak orang sehingga mereka kenal kita. Dari situ mereka bisa memilih batik kita. Promosi juga bisa dari mulut ke mulut, teman ke teman, ikut organisasi, dan event-event, sehingga semakin banyak yang mengenal kita”*

(Pemilik Usaha Batik Jambi Ariny / Ibu Robby Ariny Maniska / Senin, 26 Mei 2025)

Strategi ini terbukti mampu memperluas jaringan konsumen, termasuk melalui iklan berbayar dan kerja sama dengan influencer lokal.

### 3. Sistem inovasi produk dan desain

Inovasi dilakukan melalui penciptaan motif baru, kombinasi motif tradisional dengan gaya modern, serta pengembangan produk *ready-to-wear* yang disukai generasi muda. Ibu Robby menambahkan:

*“Dari proses pengecapan, kita buat berbeda. Ada batik full motif, ada juga kombinasi motif berbeda, sehingga hasil jahitan terlihat menarik. Kita juga menggunakan warna-warna yang berbeda, cenderung soft. Selain itu, kita membuat koleksi ready-to-wear sehingga tidak hanya menjual kain batik.”*

(Pemilik Usaha Batik Jambi Ariny / Ibu Robby Ariny Maniska / Senin, 26 Mei 2025)

Hal ini memperlihatkan bahwa inovasi menjadi salah satu kunci penting untuk menjaga relevansi batik Jambi di tengah persaingan pasar.

### 4. Sistem relasi dan partisipasi dalam event

Partisipasi dalam pameran dan festival, baik lokal, nasional, maupun internasional, menjadi sarana efektif dalam memperluas jaringan pasar. Ibu Dhita Khairunnisa, pemilik Batik Azmiah, menjelaskan pengalamannya,

*“Iya. Kalau ada pameran di Qatar, Italia, Korea, Jepang, itu semua karena relasi. Kalau pameran luar negeri, tujuan utamanya cari relasi, bukan langsung cari untung. Pengalaman ke Jepang sebelum COVID, batik yang laku tidak banyak, tapi setahun kemudian orang Jepang datang langsung ke sini untuk survei”*

(Pemilik Usaha Batik Jambi Azmiah / Ibu Dhita Khairunnisa / Kamis, 12 Juni 2025)

Hal ini menunjukkan bahwa relasi strategis yang dibangun melalui event memiliki dampak jangka panjang terhadap peningkatan pendapatan.

### 5. Sistem kesejahteraan sosial dalam perspektif ekonomi Islam

Usaha batik di Seberang Kota Jambi tidak hanya berfokus pada akumulasi keuntungan, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat sekitar. Misalnya, Dhita Khairunnisa menyatakan:

*“Iya, 2,5% dari pendapatan saya wajibkan untuk mereka. Berupa beras, telur, tepung, minyak, dan gula. Semua karyawan dapat. Itu bagian dari usaha saya untuk menjaga keberkahan usaha ini. Kadang kalau ada rezeki lebih, saya kasih*

*tambahan, misalnya Rp200.000 per bulan sebagai bonus. Kalau lagi ramai, tiap bulan mereka dapat.”*

(Pemilik Usaha Batik Jambi Azmiah / Ibu Dhita Khairunnisa / Kamis, 12 Juni 2025)

Selain sedekah rutin, Ibu Dhita Khairunnisa juga menegaskan bahwa usaha Batik Azmiah kerap melaksanakan ibadah kurban setiap tahun. Praktik ini tidak hanya menjadi bentuk ketaatan individu, tetapi juga sebagai sarana berbagi rezeki agar kesejahteraan masyarakat dapat saling dirasakan, khususnya oleh para karyawan dan masyarakat sekitar. Ibu Dhita Khairunnisa menyatakan :

*Alhamdulillah, sejak saya pegang usaha ini, tiap tahun saya bisa kurban, baik sapi atau kambing, untuk keluarga dan karyawan yang sudah lama bekerja ditempat saya.*

(Pemilik Usaha Batik Jambi Azmiah / Ibu Dhita Khairunnisa / Kamis, 12 Juni 2025)

Praktik tersebut mencerminkan prinsip ekonomi Islam yang menekankan keadilan, keberkahan, dan distribusi kesejahteraan. Hal serupa juga diungkapkan oleh Zhorif, anak pemilik Batik Zhorif, yang menyampaikan bahwa usaha batik tidak hanya mencukupi kebutuhan keluarga, tetapi juga membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar:

*“Untuk lingkungan sekitar juga, kami mengambil karyawan dari masyarakat setempat. Bagian pencaletan dikerjakan ibu-ibu di rumah, sedangkan pencelupan dilakukan anak-anak muda di sekitar. Jadi bukan hanya mensejahterakan keluarga, tapi juga masyarakat sekitar. Itu pengaruh positifnya.”*

(Anak Dari Pemilik Usaha Batik Jambi Zhorif / Pak Zhorif / Rabu, 4 Juni 2025)

Usaha Batik Ariny juga memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar. Tidak hanya berfokus pada pemasaran dan peningkatan kualitas produk, Batik Ariny turut memperhatikan dampak sosial dari keberlangsungan usahanya. Pemilik Batik Ariny menuturkan bahwa usaha ini telah membantu meningkatkan taraf hidup para karyawan.

*Iya, bisa membantu orang. Misalnya ada karyawan yang menabung hingga bisa membuka usaha sendiri.*

(Pemilik Usaha Batik Jambi Ariny / Ibu Robby Ariny Maniska / Senin, 26 Mei 2025)

Usaha batik di Seberang Kota Jambi tidak semata berorientasi pada akumulasi keuntungan, melainkan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Batik Azmiah mengimplementasikan nilai kepedulian sosial melalui praktik sedekah rutin dan pelaksanaan kurban tahunan yang mencerminkan distribusi pendapatan berbasis nilai keberkahan. Batik Zhorif berkontribusi dengan membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, sejalan dengan prinsip keadilan dan pemberdayaan dalam Islam. Sementara itu, Batik Ariny berperan dalam meningkatkan taraf hidup karyawan hingga mendorong kemandirian ekonomi individu.

Dengan demikian, usaha batik di Seberang Kota Jambi mencerminkan penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang berlandaskan pada keadilan, keberkahan, distribusi kekayaan, serta terwujudnya kemaslahatan, sehingga kesejahteraan tidak hanya dinikmati oleh pemilik usaha, tetapi juga secara menyeluruh dirasakan oleh masyarakat.

Sistem yang digunakan pengrajin Batik Jambi di Seberang Kota Jambi mencakup pembinaan pemerintah, strategi pemasaran offline dan online, inovasi produk, partisipasi event, serta penerapan nilai-nilai kesejahteraan sosial. Sistem ini menunjukkan perpaduan antara pengelolaan usaha dan kepedulian sosial yang selaras dengan prinsip ekonomi Islam dalam menciptakan *maslahah* (kemanfaatan), sehingga usaha batik tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga mewujudkan kesejahteraan sosial yang berkelanjutan.

## **5.2 Peluang Dan Hambatan Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Batik Jambi Di Seberang Kota Jambi**

Dalam mengembangkan usahanya, para pengrajin batik Jambi di Seberang Kota Jambi menghadapi berbagai Peluang dan hambatan. Peluang pada umumnya bersumber dari faktor eksternal, sedangkan hambatan lebih dipengaruhi oleh faktor internal. Berikut dipaparkan kendala dan hambatan yang dialami pengrajin batik:

### 5.2.1 Peluang Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Batik Jambi Di Seberang Kota Jambi

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Batik Ariny, terdapat beberapa Peluang yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Berikut adalah Kendalanya :

1. Dukungan dari pemerintah BI, PLN, melalui Pelatihan dan event

Berdasarkan hasil wawancara, dukungan terhadap pengembangan UMKM batik di Kota Jambi banyak diperoleh dari pemerintah daerah serta pihak eksternal seperti Bank Indonesia (BI) dan PLN. Pemerintah Kota Jambi memberikan pembinaan dan pelatihan yang berfokus pada penguatan kapasitas usaha, sementara BI secara konsisten memfasilitasi UMKM untuk mengikuti event bazar maupun pameran, bahkan beberapa pengrajin dapat mengikuti hingga empat sampai lima event dalam setahun. Di sisi lain, PLN juga berperan dengan memberikan bantuan peralatan serta dukungan pada pengelolaan limbah, sehingga UMKM batik tidak hanya mendapatkan pelatihan, tetapi juga fasilitas nyata yang menunjang keberlangsungan produksi. Dukungan tersebut menunjukkan adanya kolaborasi lintas lembaga dalam meningkatkan daya saing UMKM batik Jambi di pasar lokal, nasional, hingga internasional.

*“Peluang utamanya ada, misalnya dengan instansi BI dan PLN. Kalau dari instansi BI, mereka juga membina UMKM bersama kami. Biasanya kerja sama berupa event bazar, kalau dari instansi PLN, biasanya mendukung UMKM dengan bantuan berupa peralatan membatik.”*

(Staf Di Bidang Industri / Ibu Debbi / Rabu, 7 Mei 2025)

*“Kami pernah mengikuti pameran / promosi, dari dinas pemerintah, Bank Indonesia, dan Kemenkumham. Bentuknya beragam, mulai dari pelatihan membatik sampai teknik pemasaran. Dalam setahun kami diundang ikut 4-5 event, terutama dari Bank Indonesia.”*

(Pemilik Usaha Batik Jambi Ariny / Ibu Robby Ariny Maniska / Senin, 26 Mei 2025)

*“Kalau dari BI biasanya bantuan pemasaran. Dari Pemkot ada pembinaan dan pelatihan. Dari Yayasan Batik Indonesia pernah dapat bantuan alat-alat batik.”*

(Pemilik Batik Jambi Azmiah / Ibu Dhita Khairunnisa / Kamis, 12 Juni 2025)

*“Lumayan sering, dari BI, Dinas Perindag, PLN, dan pernah ikut pameran di luar provinsi seperti Batam dan Jakarta. Dari pemerintah kadang membawa tamu dari luar untuk mengenal batik Jambi. Selain itu, kami pernah bekerja sama dengan PLN, UNJA, dan pernah mendapat bantuan untuk pengelolaan limbah.”*

(Anak Dari Pemilik Batik Jambi Zhorif / Pak Zhorif / Rabu, 4 Juni 2025)

## 2. Pasar luar negeri dan event internasional terbuka

Berdasarkan hasil wawancara, keterlibatan UMKM batik Jambi dalam pasar luar negeri dan event internasional menunjukkan bahwa produk lokal memiliki potensi bersaing secara global. Partisipasi pengrajin dalam pameran di negara seperti Qatar, Italia, Korea, dan Jepang menggambarkan bentuk internasionalisasi UMKM yang sesuai dengan teori akses pasar global, yakni ketika produk lokal mulai diperkenalkan di kancah internasional melalui event perdagangan dan promosi budaya. Pameran tersebut tidak selalu menghasilkan keuntungan langsung, namun berfungsi sebagai sarana memperluas relasi dan membuka peluang bisnis jangka panjang, sebagaimana terbukti dengan adanya pembeli dari Jepang yang melakukan kunjungan langsung setelah event berlangsung. Strategi pemasaran luar negeri juga didukung melalui pemanfaatan media digital, seperti email dan Instagram, yang berperan sebagai kanal komunikasi lintas negara. Hal ini menegaskan bahwa keterbukaan pasar global bagi UMKM batik bukan hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh keaktifan pengrajin dalam mengikuti event internasional, membangun relasi, serta mengoptimalkan teknologi digital sebagai sarana promosi.

*“Kalau ada pameran di Qatar, Italia, Korea, Jepang, itu semua karena relasi. Kalau pameran luar negeri, dan untuk konsumen dari luar negeri biasanya lewat email, Instagram juga aktif, tapi saya usahakan isinya khusus bisnis, tidak bercampur dengan urusan pribadi. tujuan utamanya cari relasi, bukan langsung cari untung. Pengalaman ke Jepang sebelum COVID, batik yang laku tidak banyak, tapi setahun kemudian orang Jepang datang langsung ke sini untuk survei.”*

(Pemilik Batik Jambi Azmiah / Ibu Dhita Khairunnisa / Kamis, 12 Juni 2025)

*“Lumayan sering, dari BI, Dinas Perindag, PLN, dan pernah ikut pameran di luar provinsi seperti Batam dan Jakarta.”*

(Anak Dari Pemilik Batik Jambi Zhorif / Pak Zhorif / Rabu, 4 Juni 2025)

### 3. Perkembangan digital (media sosial / marketplace)

Berdasarkan hasil wawancara, pemanfaatan media sosial dan marketplace menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberlanjutan usaha batik Jambi. Platform seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, hingga TikTok digunakan oleh pelaku usaha untuk memperluas jaringan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta membangun citra produk. Strategi ini sejalan dengan teori digitalisasi UMKM yang menekankan pentingnya transformasi digital sebagai sarana memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi pemasaran. Kehadiran marketplace seperti Shopee meskipun belum optimal, tetap memberikan alternatif saluran penjualan yang dapat menjangkau konsumen di luar wilayah lokal. Di sisi lain, pemanfaatan iklan berbayar di media sosial dan endorsement influencer lokal menunjukkan bahwa UMKM batik mulai mengadopsi strategi pemasaran modern berbasis digital branding. Bahkan, untuk pasar internasional, media digital seperti email dan akun Instagram khusus bisnis digunakan sebagai kanal komunikasi profesional dengan pembeli luar negeri. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berperan dalam memperkuat daya saing di pasar lokal dan nasional, tetapi juga membuka peluang internasionalisasi bagi UMKM batik Jambi.

*“Kalau strategi pemasaran pastinya kita ingin meningkatkan penjualan. Kalau penjualan itu ada offline store, membuka toko outlet dan juga online dari media sosial. Walaupun ada Shopee, karena produk kita tidak pasaran jadi di Shopee tidak terlalu aktif. Dari media sosial seperti Instagram, Facebook, nanti diarahkan ke WhatsApp. Di WhatsApp lebih intens dengan pelanggan, jadi bisa lebih paham keinginan mereka. Selain itu, kalau ada rezeki, kita pasang iklan di Facebook dan Instagram. Hasilnya, kebanyakan dari Facebook karena banyak ibu-ibu yang menggunakannya. Kita juga memanfaatkan influencer yang ada di Jambi, atau endorsement.”*

(Pemilik Usaha Batik Jambi Ariny / Ibu Robby Ariny Maniska / Senin, 26 Mei 2025)

*“Dari segi pemasaran, kalau dulu zaman orang tua belum ada media sosial. Setelah saya pegang, saya berani ikut pameran mandiri, walaupun biayanya besar minimal keluar 50 juta tapi itu investasi. Untuk luar negeri biasanya lewat email. Instagram juga aktif, tapi saya usahakan isinya khusus bisnis, tidak*



*bercampur dengan urusan pribadi. Menurut saya, sekarang pemasaran itu harus lewat media sosial, apalagi saya punya banyak relasi.”*

(Pemilik Batik Jambi Azmiah / Ibu Dhita Khairunnisa / Kamis, 12 Juni 2025)

*“Ya saya menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, atau tiktok, Lumayan berdampak sekitar 30-40%, terutama di TikTok. Tapi yang paling aktif itu Instagram dan WhatsApp. Kami juga punya Facebook dan Shopee, tapi belum terlalu aktif.”*

(Anak Dari Pemilik Batik Jambi Zhorif / Pak Zhorif / Rabu, 4 Juni 2025)

#### 4. Ciri khas motif Batik Jambi sebagai Identitas Budaya

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Batik Jambi memiliki ciri khas tersendiri yang menjadi identitas budaya daerah. Motif-motif seperti Angso Duo, Kapal Sangkan, Sungai Batanghari, dan Durian Pecah merupakan ikon utama yang membedakan Batik Jambi dari batik daerah lain. Para pengrajin juga menekankan bahwa keaslian motif dipertahankan meskipun dilakukan inovasi, misalnya dengan menggabungkan motif tradisional dengan sentuhan gaya modern agar tetap relevan dengan selera pasar. Selain itu, pewarnaan Batik Jambi cenderung lebih lembut (soft), menjadikannya unik dan diminati konsumen. Ciri khas motif inilah yang tidak hanya memperkuat daya saing produk di tengah persaingan dengan batik dari Jawa atau Kalimantan, tetapi juga berfungsi sebagai penanda identitas budaya dan warisan tradisi masyarakat Jambi.

*“Keunggulan kami ada di motif khas Batik Jambi, seperti motif angso dan kapal sangkan. Tapi dari segi harga, batik Jawa lebih murah karena biaya bahan baku dan tenaga kerja lebih rendah.”*

(Staf Di Bidang Industri / Ibu Debby / Rabu, 7 Mei 2025)

*“Ciri khas batik kami dibanding batik Jambi lain, dari motif dan pewarnaan. Motif kami original, dengan cap buatan sendiri. Warna cenderung soft dan disukai pelanggan.”*

(Pemilik Usaha Batik Jambi Ariny / Ibu Robby Ariny Maniska / Senin, 26 Mei 2025)

*“Kami ada inovasi atau desain motif batik sendiri, misalnya menggabungkan motif lama dengan gaya baru. Contohnya motif Angsuh Duo dikombinasi dengan*

*Kapal Sanggar atau Sungai Batanghari. Jadi tidak meninggalkan ciri khas, tapi mengikuti zaman.”*

(Pemilik Batik Jambi Azmiah / Ibu Dhita Khairunnisa / Kamis, 12 Juni 2025)

*“Dari khas kami, Motif khas Jambi seperti Angso Duo dan Durian Pecah, yang dikombinasi dan dibuat abstrak.”*

(Anak Dari Pemilik Batik Jambi Zhorif / Pak Zhorif / Rabu, 4 Juni 2025)

### **5.2.2 Hambatan Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Batik Jambi Di Seberang Kota Jambi**

#### **1. Pemerataan pelatihan yang belum optimal**

Hambatan yang dirasakan pengrajin salah satunya adalah kurang meratanya kesempatan mengikuti pelatihan dari pemerintah. Pemilik usaha berharap agar pelatihan dapat diberikan secara lebih adil dan menyeluruh kepada semua pengrajin batik.

*“Lebih merata dalam mengundang pelatihan, tidak hanya untuk pelaku batik tertentu.”*

(Pemilik Usaha Batik Jambi Ariny / Ibu Robby Ariny Maniska / Senin, 26 Mei 2025)

#### **2. Kesempatan mengikuti pameran/promosi terbatas karena bergantung pada undangan dari pihak luar.**

Selain itu, hambatan lain yang dihadapi pengrajin adalah keterbatasan akses dalam mengikuti pameran atau promosi. Pemilik usaha menuturkan bahwa partisipasi dalam event masih sangat bergantung pada undangan dari pihak luar, sehingga tidak selalu dapat diikuti secara rutin.

*“Tergantung undangan. Pernah ikut 4–5 event dalam setahun, terutama dari Bank Indonesia. Biasanya saya pilih event gratis.”*

(Pemilik Usaha Batik Jambi Ariny / Ibu Robby Ariny Maniska / Senin, 26 Mei 2025)

### 3. Ketergantungan pada event pameran

Hambatan yang cukup besar dirasakan pengrajin adalah ketergantungan terhadap event pameran untuk meningkatkan penjualan. Pemilik usaha menuturkan bahwa penjualan di galeri cenderung sepi, sementara pendapatan meningkat signifikan saat mengikuti pameran.

*“Kalau di galeri, kami menunggu pembeli, tapi di event, kami jemput bola. Pendapatan biasanya lebih besar.”*

(Anak Dari Pemilik Usaha Batik Jambi Zhorif / Pak Zhorif / Rabu, 4 Juni 2025)

### 4. Persaingan di pameran dengan batik dari daerah lain

Selain itu, pengrajin juga menghadapi persaingan ketat dengan produk batik dari daerah lain ketika mengikuti pameran. Untuk mengatasi hal ini, pemilik usaha menekankan pentingnya menjaga kualitas produk dan menyesuaikan desain dengan selera pasar di lokasi pameran.

*Kami menampilkan produk berkualitas dan menyesuaikan selera pasar daerah yang dikunjungi.*

(Anak Dari Pemilik Usaha Batik Jambi Zhorif / Pak Zhorif / Rabu, 4 Juni 2025)

### 5. Biaya tinggi untuk mengikuti pameran mandiri, baik di dalam maupun luar negeri

Hambatan eksternal yang dihadapi pengrajin adalah tingginya biaya yang diperlukan untuk mengikuti pameran secara mandiri. Modal yang dibutuhkan cukup besar, sehingga menjadi tantangan dalam memperluas promosi produk.

*“Walaupun biayanya besar, minimal keluar 50 juta, tapi itu investasi.”*

(Pemilik Usaha Batik Jambi Azmiah / Ibu Dhita Khairunnisa / Kamis, 12 Juni 2025)

#### 6. Persaingan dengan produk tiruan yang meniru motif Batik Jambi yang lain

Selain masalah biaya pameran, pengrajin juga menghadapi hambatan berupa munculnya produk tiruan yang menyalin motif mereka. Meskipun demikian, pemilik usaha tetap optimis dan tidak khawatir, karena setiap produk memiliki ciri khas serta rezekinya masing-masing.

*“Pernah, tapi saya tidak takut rezeki tertukar. Biarkan saja, setiap orang punya standar sendiri.”*

(Pemilik Usaha Batik Jambi Azmiah / Ibu Dhita Khairunnisa / Kamis, 12 Juni 2025)

### 5.3 Strategi Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Batik Jambi Yang Lebih Optimal Di Seberang Kota Jambi

Dalam upaya meningkatkan pendapatan pengrajin batik di Seberang Kota Jambi, diperlukan analisis strategi yang tepat agar usaha batik dapat berkembang secara berkelanjutan. Analisis ini menggunakan pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi pengrajin batik. Berdasarkan hasil wawancara, faktor-faktor tersebut telah dirangkum dalam Tabel Matriks IFAS dan EFAS sebagai dasar perumusan strategi pengembangan usaha yang lebih optimal.

#### 5.3.1 Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

*Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dalam meningkatkan pendapatan pengrajin batik di Seberang Kota Jambi. Berikut adalah faktor-faktornya:

Tabel 5. 1 *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)*

| No | Kekuatan ( <i>Strengths</i> )                           | Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )                   |
|----|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 1  | Produk asli berkualitas tinggi, manual (bukan printing) | Keterbatasan SDM, sulit regenerasi                |
| 2  | Motif khas dan original, memiliki ciri khusus           | Kedisiplinan dan ketelitian karyawan masih kurang |
| 3  | Inovasi desain & produk ready-to-wear                   | Pemasaran digital belum maksimal                  |
| 4  | Relasi dan jaringan luas, termasuk pasar luar negeri    | Bantuan pemerintah kadang kurang tepat guna       |

Sumber : Data primer diolah, 2025

*Internal Factor Analysis Summary (IFAS)* digunakan untuk menganalisis faktor internal berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dalam pengembangan usaha batik di Seberang Kota Jambi. Analisis ini bertujuan untuk menilai sejauh mana pengrajin batik mampu memanfaatkan potensi internal sekaligus mengatasi keterbatasan yang ada.

Kekuatan utama pengrajin batik antara lain kualitas produk yang tinggi karena diproduksi secara manual, motif yang khas dan original, inovasi desain serta produk *ready-to-wear*, serta jaringan relasi yang luas hingga ke pasar internasional. Faktor-faktor ini menjadi keunggulan kompetitif dalam memperkuat posisi batik Jambi di pasar.

Di sisi lain, kelemahan yang masih dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia dan regenerasi, kedisiplinan serta ketelitian karyawan yang belum optimal, pemanfaatan pemasaran digital yang masih rendah, serta bantuan pemerintah yang kurang tepat sasaran. Kelemahan ini menjadi hambatan dalam upaya pengembangan usaha batik secara berkelanjutan.

### 5.3.2 *External Factor Analysis Summary (EFAS)*

*External Factor Analysis Summary (EFAS)* digunakan untuk menganalisis faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam meningkatkan pendapatan pengrajin batik di Seberang Kota Jambi. Berikut adalah faktor-faktornya:

Tabel 5. 2 *External Factor Analysis Summary* (EFAS)

| No | Peluang ( <i>Opportunities</i> )                            | Ancaman ( <i>Threats</i> )                             |
|----|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| 1  | Dukungan dari pemerintah, BI, PLN melalui pelatihan & event | Persaingan dengan batik luar daerah (harga lebih murah |
| 2  | Pasar luar negeri dan event internasional terbuka           | Biaya tinggi untuk pameran mandiri                     |
| 3  | Perkembangan digital (media sosial/marketplace)             | Ketergantungan pada undangan event/pameran             |
| 4  | Ciri khas motif Batik Jambi sebagai identitas budaya        | Produk tiruan yang menyalin motif batik lokal          |

Sumber : Data primer diolah, 2025

*Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) digunakan untuk menganalisis faktor eksternal berupa peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang memengaruhi pengembangan usaha batik di Seberang Kota Jambi. Analisis ini bertujuan untuk melihat sejauh mana lingkungan eksternal dapat dimanfaatkan serta risiko yang perlu diantisipasi oleh pengrajin batik. Peluang (*Opportunities*) yang dimiliki pengrajin batik antara lain adanya dukungan dari pemerintah maupun lembaga terkait melalui pelatihan dan event, terbukanya pasar internasional dan kesempatan mengikuti pameran luar negeri, perkembangan media digital sebagai sarana pemasaran, serta ciri khas motif Batik Jambi yang dapat memperkuat identitas budaya. Faktor-faktor ini berpotensi meningkatkan daya saing dan perluasan pasar batik Jambi.

Namun demikian, terdapat pula ancaman (*Threats*) yang dapat menghambat pengembangan usaha, seperti persaingan dengan batik dari luar daerah yang dijual dengan harga lebih murah, tingginya biaya untuk mengikuti pameran secara mandiri, ketergantungan pada undangan event resmi, serta maraknya produk tiruan yang menyalin motif batik lokal. Ancaman tersebut menuntut adanya strategi khusus agar batik Jambi tetap memiliki keunggulan kompetitif di tengah persaingan pasar.

### 5.3.3 Diagram Matriks SWOT

Dalam penyusunan strategi peningkatan pendapatan pengrajin Batik Jambi di Seberang Kota Jambi, digunakan alat analisis yaitu Matriks SWOT. Matriks SWOT ini membantu memetakan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi

oleh pengrajin batik, yang kemudian disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Strategi yang dirumuskan bertujuan untuk memperkuat pengelolaan usaha serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Seberang Kota Jambi. Berikut adalah Diagram Matriks SWOT:

Tabel 5. 3 Diagram Matriks SWOT

|                                                                |                                                                                                                                  |                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| IFAS                                                           | Kekuatan ( <i>Strength</i> )                                                                                                     | Kelemahan ( <i>Weakness</i> )                                                                                                  |
|                                                                | 1. Produk asli berkualitas tinggi, manual (bukan <i>printing</i> )                                                               | 1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia, sulit regenerasi                                                                          |
|                                                                | 2. Motif khas dan original, memiliki ciri khusus                                                                                 | 2. Kedisiplinan dan ketelitian karyawan masih kurang                                                                           |
|                                                                | 3. Inovasi desain & produk <i>ready-to-wear</i>                                                                                  | 3. Pemasaran digital belum maksimal                                                                                            |
|                                                                | 4. Relasi dan jaringan luas, termasuk pasar luar negeri                                                                          | 4. Bantuan pemerintah kadang kurang tepat guna                                                                                 |
| EFAS                                                           |                                                                                                                                  |                                                                                                                                |
| Peluang ( <i>Opportunity</i> )                                 | Strategi S-O                                                                                                                     | Strategi W-O                                                                                                                   |
| 1. Dukungan dari pemerintah, BI, PLN melalui pelatihan & event | 1. Mengoptimalkan kualitas batik manual sebagai daya tarik utama dalam pasar internasional dan event pameran. (S1 +O2)           | 1. Meningkatkan Sumber Daya Manusia dan regenerasi melalui pelatihan dan program dari pemerintah/lembaga terkait. (W1+O1)      |
| 2. Pasar luar negeri dan event internasional terbuka           | 2. Menjadikan motif khas Batik Jambi sebagai identitas budaya yang dipromosikan di tingkat nasional dan internasional. (S2 + O4) | 2. Memanfaatkan event resmi untuk menumbuhkan kedisiplinan dan profesionalisme kerja. (W2+O2)                                  |
| 3. Perkembangan digital (media sosial/ <i>marketplace</i> )    | 3. Memperluas pemasaran melalui media sosial dan <i>marketplace</i> dengan mengedepankan inovasi desain <i>modern</i> . (S3+O3)  | 3. Mengikuti pelatihan digital marketing untuk meningkatkan promosi <i>online</i> . (W3+O3)                                    |
| 4. Ciri khas motif Batik Jambi sebagai identitas budaya        | 4. Memanfaatkan jaringan untuk memperoleh dukungan program pelatihan dan promosi global. (S4 + O1)                               | 4. Mengoptimalkan bantuan pemerintah melalui program pelatihan dan pendampingan yang sesuai kebutuhan pengrajin batik. (W4+O4) |
| Ancaman ( <i>Threat</i> )                                      | Strategi S-T                                                                                                                     | Strategi W-T                                                                                                                   |
| 1. Persaingan dengan batik luar daerah (harga lebih murah      | 1. Menonjolkan kualitas tinggi dan keaslian batik manual untuk                                                                   | 1. Melakukan regenerasi Sumber Daya Manusia melalui                                                                            |



|                                                  |                                                                                                                   |                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                  | menghadapi persaingan harga. (S1+T1)                                                                              | pelatihan/magang agar mampu menjaga orisinalitas dan keberlanjutan usaha. (W1+T4)                                                |
| 2. Biaya tinggi untuk pameran mandiri            | 2. Memperkuat identitas motif khas Batik Jambi agar tidak mudah ditiru oleh produk tiruan. (S2+T4)                | 2. Meningkatkan pelatihan <i>internal</i> agar kualitas tetap terjaga di tengah persaingan. (W2+T1)                              |
| 3. Ketergantungan pada undangan event/pameran    | 3. Mengembangkan produk <i>ready-to-wear</i> agar tetap diminati meski tanpa bergantung pada event resmi. (S3+T3) | 3. Mengembangkan promosi digital untuk mengurangi ketergantungan pada event resmi. (W3+T3)                                       |
| 4. Produk tiruan yang menyalin motif batik lokal | 4. Memanfaatkan jaringan relasi untuk mencari sponsor/kolaborasi agar menekan biaya pameran. (S4+T2)              | 4. Menjalin komunikasi dengan pemerintah agar bantuan lebih sesuai kebutuhan, khususnya dalam biaya promosi dan pameran. (W4+T2) |

Berdasarkan Tabel 5.4 Matriks SWOT, dapat disimpulkan bahwa strategi yang dapat diterapkan oleh pengrajin Batik Jambi di Seberang Kota Jambi dalam upaya meningkatkan pendapatan serta memperkuat daya saing adalah sebagai berikut:

a. Strategi S-O (*Strength-Opportunities*)

Strategi ini dirumuskan untuk memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang dimiliki pengrajin Batik Jambi sehingga mampu meningkatkan daya saing dan mendukung peningkatan pendapatan. Berikut adalah strateginya:

1. Mengoptimalkan kualitas batik manual sebagai daya tarik utama dalam pasar internasional dan event pameran. (S1 +O2)
2. Menjadikan motif khas Batik Jambi sebagai identitas budaya yang dipromosikan di tingkat nasional dan internasional. (S2 + O4)
3. Memperluas pemasaran melalui media sosial dan marketplace dengan mengedepankan inovasi desain modern. (S3+O3)

4. Memanfaatkan jaringan untuk memperoleh dukungan program pelatihan dan promosi global. (S4 + O1)

b. Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi ini disusun untuk meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia, sehingga pengrajin Batik Jambi tetap dapat berkembang dan meningkatkan pendapatan. Berikut adalah strateginya:

1. Meningkatkan Sumber Daya Manusia dan regenerasi melalui pelatihan dan program dari pemerintah/lembaga terkait. (W1+O1)
2. Memanfaatkan event resmi untuk menumbuhkan kedisiplinan dan profesionalisme kerja. (W2+O2)
3. Mengikuti pelatihan digital marketing untuk meningkatkan promosi online. (W3+O3)
4. Mengoptimalkan bantuan pemerintah melalui program pelatihan dan pendampingan yang sesuai kebutuhan pengrajin batik. (W4+O4)

c. Strategi S-T (*Strength-Threat*)

Strategi ini dirancang untuk menggunakan kekuatan pengrajin Batik Jambi dalam menghadapi berbagai ancaman yang ada, sehingga keberlangsungan usaha tetap terjaga serta pendapatan dapat terus ditingkatkan. Berikut adalah strateginya:

1. Menonjolkan kualitas tinggi dan keaslian batik manual untuk menghadapi persaingan harga. (S1+T1)
2. Memperkuat identitas motif khas Batik Jambi agar tidak mudah ditiru oleh produk tiruan. (S2+T4)
3. Mengembangkan produk *ready-to-wear* agar tetap diminati meski tanpa bergantung pada event resmi. (S3+T3)
4. Memanfaatkan jaringan relasi untuk mencari sponsor/kolaborasi agar menekan biaya pameran. (S4+T2)

d. Strategi W-T (*Weakness-Threat*)

Strategi ini bertujuan untuk mengurangi kelemahan sekaligus menghindari ancaman yang dapat menghambat pengembangan usaha, sehingga pengrajin Batik Jambi tetap mampu mempertahankan usahanya dan meningkatkan pendapatan. Berikut adalah strateginya:

1. Melakukan regenerasi Sumber Daya Manusia melalui pelatihan/magang agar mampu menjaga orisinalitas dan keberlanjutan usaha. (W1+T4)
2. Meningkatkan pelatihan internal agar kualitas tetap terjaga di tengah persaingan. (W2+T1)
3. Mengembangkan promosi digital untuk mengurangi ketergantungan pada event resmi. (W3+T3)
4. Menjalinkan komunikasi dengan pemerintah agar bantuan lebih sesuai kebutuhan, khususnya dalam biaya promosi dan pameran. (W4+T2)