



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 25120-25129

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Peningkatan Kualitas dan Nilai Jual Produksi Batik Palembang (Studi Kasus Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang)

Marainisari¹, Rina Dwi Wulandari², Hendri Nuralam³

^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Palembang
marainisari764@gmail.com¹, rina_dwi@um-palembang.ac.id², hendri_nur@um-palembang.ac.id³

Abstrak

Industri batik di Palembang memiliki potensi besar, tetapi pengembangannya masih menghadapi keterbatasan informasi pasar dan rendahnya kolaborasi antara perajin, komunitas, serta pemangku kepentingan. Penelitian ini bertujuan memahami upaya peningkatan kualitas dan nilai jual batik Palembang, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya, serta menganalisis konsekuensinya bagi pengusaha batik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang meningkatkan kualitas dan nilai jual produk melalui riset pasar, pengujian produk, penerapan standar operasional produksi, pengendalian mutu oleh tim QC, pelatihan tenaga kerja, pemilihan bahan berkualitas, teknik pewarnaan dan finishing yang tepat, penyediaan variasi ukuran, panduan perawatan, serta strategi pemasaran yang mencakup desain, warna, promosi, dan kemasan estetik. Faktor internal yang berpengaruh meliputi SOP, kontrol kualitas, kompetensi tenaga kerja, bahan baku, teknik produksi, dan informasi perawatan. Faktor eksternal mencakup tren permintaan, persaingan pasar, citra merek, rekomendasi sosial dan media, serta belum adanya sertifikasi eksternal. Peningkatan kualitas berdampak pada kebutuhan dokumentasi, monitoring, pengelolaan sumber daya, dan penjadwalan produksi yang lebih baik. Di sisi lain, langkah tersebut mampu mengurangi cacat produk, meningkatkan persepsi nilai, peluang penjualan, dan loyalitas pelanggan. Namun, pengusaha juga perlu mempertimbangkan biaya tambahan, efisiensi operasional, serta kemungkinan sertifikasi atau uji laboratorium untuk memperluas akses pasar dan memperkuat bukti kualitas produk.

Kata kunci: Peningkatan, Kualitas, Nilai Jual, Batik Palembang

1. Latar Belakang

Indonesia, sebagai negara kepulauan yang terdiri dari ribuan pulau, memancarkan keindahan keberagaman budaya yang kaya. Dengan lebih dari 300 suku bangsa, setiap daerah memiliki bahasa, tradisi, dan seni yang unik, menciptakan mozaik budaya yang menawan. Bahasa Indonesia sebagai bahasa resmi berdampingan dengan ribuan bahasa daerah, menunjukkan toleransi dan harmoni di tengah perbedaan. Seni dan kerajinan tangan, seperti batik dan ukiran kayu, mencerminkan warisan budaya yang tinggi, sementara kuliner yang bervariasi menawarkan cita rasa yang menggugah selera. Tradisi dan upacara khas setiap suku, yang sering melibatkan tarian dan musik, menambah kekayaan budaya Indonesia. Semua elemen ini tidak hanya menjadi identitas bangsa, tetapi juga daya tarik wisata yang semakin menarik perhatian dunia. Menurut Kementerian Pendidikan dan Budaya warisan budaya benda adalah warisan budaya yang bisa dilihat dan dirasakan dengan indera dengan mata dan tangan, misalnya seperti berbagai artefak atau situs yang ada di sekitar. Termasuk candi, arsitektur kuno, keris, batik, sebuah kawasan, dan lainnya (Pusdatin, 2021). Kebudayaan daerah merupakan faktor utama berdirinya kebudayaan yang lebih global, yang biasa kita sebut dengan kebudayaan nasional. Maka atas dasar itulah segala bentuk kebudayaan daerah akan sangat berpengaruh terhadap budaya nasional, begitu pula sebaliknya kebudayaan nasional yang bersumber dari kebudayaan daerah, akan sangat berpengaruh pula terhadap kebudayaan daerah dan kebudayaan local (Pompana, 2023). Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan warisan budaya, salah satunya adalah kain tradisional yang mencerminkan identitas dan nilai-nilai lokal, di antara berbagai kain tradisional tersebut, Batik Palembang, sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia, memiliki nilai historis dan artistik yang tinggi. Corak dan motifnya yang unik mencerminkan pengaruh kerajaan Sriwijaya dan akulturasi budaya Melayu, Cina, dan India. Namun, industri batik Palembang menghadapi tantangan persaingan yang ketat dengan batik dari daerah lain dan tekstil modern (Putri, M., Wulandari, 2025).

Oleh karena itu, peningkatan kualitas dan nilai jual menjadi krusial untuk keberlanjutan industri ini, kualitas produk batik meliputi bahan baku, proses produksi, desain, dan finishing. Penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, seperti kain katun atau sutra, serta pewarna alami, dapat meningkatkan daya tahan dan keindahan batik. Proses produksi yang teliti dan detail, mulai dari persiapan kain hingga pewarnaan dan pengeringan, juga

mempengaruhi kualitas akhir produk. Menurut Robin Kamandanu Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang di harapkan seperti durabilitas, rellabilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang di bayar, walaupun terdapat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas (Robin, 2023). Inovasi desain motif batik perlu dilakukan untuk menarik minat konsumen, terutama generasi muda. Kombinasi antara motif tradisional dan modern, serta penggunaan warna-warna yang menarik, dapat menciptakan produk batik yang lebih diminati. Selain itu, kualitas jahitan dan finishing yang rapi juga menambah nilai jual produk. Strategi produksi yang tepat dapat meningkatkan kualitas batik. Pemilihan bahan dengan batasan yang lebih ketat dan penggunaan mesin yang lebih rumit dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi (Aqup Muslim, 2019).

Nilai jual batik tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh strategi pemasaran yang efektif. Pemanfaatan media sosial, *platform* digital, dan *e-commerce* dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Selain itu, kerjasama dengan mitra lokal dan pelaku ekonomi kreatif juga dapat meningkatkan nilai jual produk. Strategi harga yang kompetitif dan terjangkau, terutama untuk souvenir, dapat menarik minat konsumen. Menurut Putri strategi pemasaran yang tepat dan adaptif sangat berpengaruh terhadap daya saing dan pertumbuhan usaha kain batik lokal. Kualitas produk, harga kompetitif, pemanfaatan media sosial, dan kerjasama dengan mitra lokal merupakan faktor-faktor penting dalam meningkatkan penjualan batik Palembang (Putri, 2025). Produksi batik memiliki akar sejarah yang dalam, dengan praktiknya yang sudah ada sejak ratusan tahun lalu. Awalnya, batik digunakan dalam konteks ritual dan simbolis, sering kali dipakai oleh kalangan kerajaan dan bangsawan. Seiring waktu, seni ini berkembang menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat, termasuk dalam berbagai acara seperti pernikahan, perayaan, dan upacara adat. Proses produksi batik melibatkan berbagai tahap, mulai dari pemilihan kain, desain pola, hingga pewarnaan. Para pengrajin batik menggunakan berbagai teknik, seperti batik tulis (dengan tangan) dan batik cap (dengan stempel), yang masing-masing memiliki keunikan dan karakteristik tersendiri. Batik juga dipengaruhi oleh lingkungan dan budaya lokal, menciptakan beragam motif dan warna yang mencerminkan identitas daerah. Menurut Haryanto, industri batik di Indonesia tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga berkontribusi terhadap pendapatan masyarakat. Keterlibatan komunitas dalam produksi batik membantu melestarikan tradisi dan memberikan kesempatan untuk berinovasi dalam desain, sehingga batik tetap relevan di pasar global (Haryanto, 2019). Di sisi lain, penelitian oleh Indrayani menunjukkan bahwa batik menghadapi tantangan modernisasi, termasuk persaingan dengan produk tekstil massal. Namun, inovasi dalam desain dan pemasaran, seperti penggunaan platform digital, dapat membantu meningkatkan daya saing batik di pasar internasional. Produksi batik di Indonesia, meskipun kaya akan tradisi dan nilai budaya, menghadapi sejumlah tantangan yang mempengaruhi keberlanjutannya. Berikut adalah beberapa tantangan utama dalam industri batik:

1. Persaingan dengan Produk Massal. Salah satu tantangan utama adalah munculnya produk tekstil massal yang lebih murah dan mudah diakses. Banyak konsumen yang beralih ke produk ini karena harga yang lebih terjangkau, sehingga mengurangi permintaan terhadap batik tradisional yang biasanya lebih mahal.
2. Modernisasi dan Inovasi. Meskipun modernisasi dapat membawa peluang, tetapi hal ini juga menuntut para perajin untuk beradaptasi dengan tren dan teknologi baru. Mereka harus mengembangkan desain yang lebih inovatif dan menarik agar tetap relevan di pasar global.
3. Pelestarian Keterampilan Tradisional. Banyak generasi muda yang lebih tertarik pada pekerjaan di bidang lain, sehingga keterampilan tradisional dalam pembuatan batik berisiko hilang. Upaya untuk mengajarkan dan mentransfer pengetahuan ini kepada generasi berikutnya sangat penting namun sering kali terabaikan.
4. Ketersediaan Bahan Baku. Kualitas dan ketersediaan bahan baku, seperti kain dan pewarna alami, juga merupakan tantangan. Fluktuasi harga dan kelangkaan bahan baku dapat mempengaruhi proses produksi dan kualitas akhir produk.
5. Pemasaran dan Distribusi. Banyak perajin batik yang kesulitan dalam memasarkan produk mereka, terutama di era digital saat ini. Meskipun beberapa telah beralih ke platform online, banyak yang belum memiliki pengetahuan atau sumber daya untuk memanfaatkan teknologi ini secara efektif.
6. Perubahan Selera Konsumen. Selera konsumen yang terus berubah menjadi tantangan bagi produsen batik. Mereka harus mampu memahami tren dan preferensi pasar untuk menciptakan desain yang sesuai dan menarik bagi konsumen.
7. Isu Lingkungan: Penggunaan pewarna sintetis dan proses produksi yang tidak ramah lingkungan dapat menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan. Ada kebutuhan untuk mengadopsi praktik yang lebih berkelanjutan dalam produksi batik (Maula, 2024).

Produksi batik menghadapi beberapa tantangan yang berkaitan dengan kualitas bahan baku. Banyak perajin masih menggunakan kain dan pewarna yang kurang berkualitas, yang berdampak pada daya tarik dan daya tahan produk akhir. Hal ini mengakibatkan banyak konsumen beralih ke produk lain yang lebih murah dan berkualitas. Oleh

karena itu, penting untuk menetapkan spesifikasi yang ketat mengenai penggunaan bahan baku, seperti kain katun atau sutra berkualitas tinggi dan pewarna alami yang ramah lingkungan. Dengan demikian, kualitas produk batik dapat ditingkatkan, dan daya tariknya di pasar dapat dipulihkan. Selain masalah bahan baku, proses produksi batik juga memerlukan perhatian lebih. Banyak perajin yang tidak memiliki standar operasional prosedur (SOP) yang jelas, sehingga proses pembuatan batik menjadi tidak konsisten. Ketidaktepatan dalam setiap tahap, mulai dari pemilihan kain hingga finishing, dapat mempengaruhi kualitas akhir. Oleh karena itu, pengembangan SOP yang detail dan perajin sangat diperlukan untuk memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Hal ini akan membantu meningkatkan citra batik di Palembang sebagai produk berkualitas tinggi.

Nilai jual batik tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh strategi pemasaran yang efektif. Pemanfaatan media sosial, *platform* digital, dan *e-commerce* dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Selain itu, kerjasama dengan mitra lokal dan pelaku ekonomi kreatif juga dapat meningkatkan nilai jual produk. Strategi harga yang kompetitif dan terjangkau, terutama untuk souvenir, dapat menarik minat konsumen. Menurut Putri strategi pemasaran yang tepat dan adaptif sangat berpengaruh terhadap daya saing dan pertumbuhan usaha kain batik lokal. Kualitas produk, harga kompetitif, pemanfaatan media sosial, dan kerjasama dengan mitra lokal merupakan faktor-faktor penting dalam meningkatkan nilai jual batik Palembang (Putri, 2025).

Nilai jual produk merupakan konsep fundamental dalam pemasaran yang menentukan daya tarik dan keberhasilan sebuah produk di pasar. Menurut Kotler nilai jual dapat diartikan sebagai kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, yang mencakup berbagai atribut seperti daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan, dan fitur bernilai lainnya (Kotler, 2021). Harga juga merupakan elemen penting dalam nilai jual. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Dengan demikian, penentuan harga yang tepat menjadi kunci dalam menciptakan nilai jual yang menarik bagi konsumen.

Bilson Simamora menegaskan bahwa dalam pemasaran, nilai dianggap sebagai alasan konsumen untuk membeli produk. Nilai ini menjadi sumber utama keunggulan bersaing dan kunci sukses perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungan bisnisnya. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami apa yang menjadi nilai bagi pelanggan mereka.

Beberapa elemen kunci yang mempengaruhi nilai jual produk meliputi kualitas produk, harga, inovasi, branding, dan promosi. Kualitas produk merujuk pada kemampuan produk untuk memenuhi harapan konsumen. Inovasi, di sisi lain, menciptakan nilai tambah dengan memperkenalkan fitur baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Branding atau citra merek juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi konsumen, sedangkan promosi adalah cara untuk menyebarkan informasi dan membujuk pasar sasaran agar memilih produk tertentu.

Di sisi lain, pemasaran dan distribusi juga menjadi tantangan yang signifikan. Banyak perajin yang kurang memahami cara memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk memasarkan produk mereka. Dalam era digital saat ini, pemasaran yang efektif sangat penting untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, terutama generasi muda. Oleh karena itu, pelatihan tentang strategi pemasaran digital harus dilakukan untuk membekali perajin dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Dengan pendekatan yang tepat dalam pemasaran dan distribusi, batik di Palembang dapat lebih dikenal dan diminati, baik di pasar lokal.

Menurut Nugroho batik adalah seni dan kerajinan yang melibatkan teknik pewarnaan kain dengan menggunakan lilin sebagai perintang warna, menciptakan motif yang kaya akan makna budaya (Nugroho, 2020). Batik di kota Palembang belum banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia dan belum menguasai pasar lokal maupun internasional. Padahal, batik Palembang memiliki potensi untuk bersaing di industri fashion batik Indonesia dengan strategi yang tepat.

Batik Palembang adalah salah satu bentuk seni batik yang berasal dari Palembang, Sumatra Selatan. Ciri khas batik ini terletak pada motif dan teknik pembuatannya yang dipengaruhi oleh budaya lokal dan sejarah Kerajaan Sriwijaya. Sejarah Batik Palembang memiliki akar sejarah yang dalam, terkait dengan kebudayaan Melayu dan pengaruh dari kerajaan-kerajaan besar di Asia Tenggara, teknik dan motif batik ini berkembang seiring dengan perjalanan waktu dan interaksi budaya (Prabowo, 2023).

Motif dan Ciri Khas Batik Palembang sering menggunakan motif seperti pucuk rebung, bunga teratai, dan alam. Dengan penggunaan warna-warna cerah dan kontras menjadi salah satu ciri khasnya, Teknik pembuatan batik Palembang dapat dibuat dengan teknik tulis (manual) maupun cap, tetapi biasanya lebih dikenal dengan batik tulis, dari setiap motif dalam Batik Palembang memiliki makna tersendiri, misalnya, motif pucuk rebung melambangkan pertumbuhan dan harapan, sedangkan motif bunga teratai melambangkan kesucian dan keindahan (Haryanti, 2022).

Salah satu fokus utama dari penelitian ini adalah mengidentifikasi upaya-upaya konkret yang dapat dilakukan oleh pengusaha batik untuk meningkatkan kualitas dan nilai jual produk mereka. Hal ini mencakup pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, peningkatan keterampilan perajin, serta kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk komunitas lokal dan lembaga pemerintah. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategis bagi pengusaha, tetapi juga untuk menciptakan sinergi antara berbagai pihak yang terlibat dalam industri batik, sehingga dapat memperkuat posisi batik Palembang di pasar yang lebih luas.

Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas dan nilai jual produk batik, seperti kualitas bahan baku, inovasi desain, dan respons terhadap preferensi konsumen. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, diharapkan pengusaha batik dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam menghadapi tantangan pasar. Konsekuensi dari peningkatan kualitas dan nilai jual ini diharapkan akan berdampak positif tidak hanya pada pertumbuhan ekonomi pengusaha batik, tetapi juga pada pelestarian budaya lokal dan pengembangan industri kreatif di Palembang secara keseluruhan.

Sebagai perbandingan, penelitian berjudul Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk UKM Palembang (Studi Kasus Produk Baju Batik Khas Palembang). Memiliki beberapa persamaan dan perbedaan yang signifikan. Keduanya fokus pada produk batik, yang merupakan bagian penting dari budaya dan industri kreatif di Palembang, serta ditujukan untuk memberikan wawasan bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) dalam mengembangkan produk mereka. Selain itu, penelitian ini berusaha untuk menganalisis aspek-aspek yang mempengaruhi keberhasilan produk batik di pasar dan dapat menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari konsumen atau pelaku usaha.

Namun, terdapat perbedaan yang mencolok antara penelitian sekarang. Tujuan utama dari penelitian pertama adalah untuk meningkatkan kualitas dan nilai jual produk batik, dengan rumusan masalah yang mencakup upaya peningkatan kualitas, faktor-faktor yang mempengaruhi, dan konsekuensi bagi pengusaha. Sebaliknya, penelitian sebelumnya lebih berfokus pada perilaku konsumen, dengan tujuan untuk memahami preferensi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Selain itu, penelitian Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Batik Palembang cenderung berfokus pada teknik pemasaran tradisional tanpa mempertimbangkan bagaimana kualitas produk dapat berkontribusi terhadap strategi tersebut (Putri, 2025). Penelitian ini lebih terfokus pada aspek pemasaran dan tidak mengintegrasikan analisis tentang kualitas dan konsekuensi bagi pengusaha batik. Dalam hal ini, penelitian yang sedang dibahas menawarkan pendekatan yang lebih holistik, menggabungkan analisis kualitas, pemasaran, dan dampak terhadap pengusaha dalam satu kesatuan yang komprehensif.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang kualitas dan nilai jual produk batik, tetapi juga mengisi celah yang ada dalam penelitian sebelumnya dengan pendekatan yang lebih integratif dan aplikatif. Hal ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pengusaha batik di Palembang dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal dan global. Pengembangan industri batik di Palembang, khususnya melalui Toko Kasih Ibu. Dengan mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas dan nilai jual produk batik, diharapkan dapat ditemukan solusi yang tepat untuk mengatasi masalah yang ada. Kontribusi ini tidak hanya terbatas pada peningkatan penjualan, tetapi juga mencakup peningkatan pemahaman perajin batik tentang tren pasar dan pemasaran digital.

Industri batik di Palembang memiliki potensi yang besar, tetapi sering kali terhambat oleh kurangnya informasi dan kolaborasi. Pertama, pemahaman tentang tren pasar yang minim dapat menyebabkan produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kedua, keterlibatan komunitas dalam pemasaran batik masih sangat kurang. Tanpa adanya sinergi antara perajin, komunitas lokal, dan pemangku kepentingan lainnya, upaya untuk meningkatkan nilai jual batik akan terhambat.

Selanjutnya, kolaborasi yang lebih baik dalam pemasaran dan promosi dapat membantu meningkatkan daya tarik dan penjualan produk batik. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan cara-cara inovatif untuk meningkatkan keterlibatan komunitas, sehingga mempermudah perajin batik dalam memasarkan produk mereka.

Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang merupakan salah satu agen penjualan batik di kota Palembang. Peran toko ini penting dalam mempromosikan dan menjual produk batik lokal terutama di kota Palembang. Namun, untuk meningkatkan daya saing dan nilai jual, terhadap berbagai aspek, termasuk kualitas produksi, pemasaran, disain dan pemahaman konsumen (Astawinetu, 2021).

Berdasarkan hasil survei dan pengamatan, terdapat beberapa masalah utama yang dihadapi oleh para perajin batik di Palembang. Pertama, kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital menjadi salah satu kendala. Banyak toko-toko batik yang belum sepenuhnya memahami cara yang efektif untuk memanfaatkan media sosial dalam memasarkan produk mereka.

Selain itu, minimnya pengetahuan mengenai tren pasar juga menjadi masalah yang perlu diperhatikan. Para perajin batik sering kali tidak memiliki akses yang memadai terhadap informasi terkini mengenai tren pasar dan preferensi konsumen. Akibatnya, mereka mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan perubahan selera konsumen yang bersifat dinamis.

Keterlibatan Komunitas dalam Pemasaran. Keterlibatan komunitas dalam pemasaran batik Palembang juga masih minim. Tanpa adanya sinergi antara perajin, komunitas lokal, dan pemangku kepentingan lainnya, usaha untuk meningkatkan nilai jual batik akan terhambat. Kolaborasi yang lebih baik dalam pemasaran dan promosi dapat membantu meningkatkan daya tarik dan penjualan batik Palembang.

Dengan merangkum masalah-masalah tersebut, penelitian ini peneliti tertarik mengambil penelitian yang berjudul Analisis Peningkatan Kualitas Dan Nilai Jual Produksi Batik Palembang (Studi Kasus Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang). Yang dapat menjadi referensi untuk pengembangan lebih lanjut dalam industri batik di daerah

kota Palembang. Diharapkan agar dapat memberi kontribusi atau reperansi tentang kualitas dan nilai jual produksi batik Palembang.

1. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif., dengan metode pengambilan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk mengetahui bagaimana upaya peningkatan kualitas dan nilai jual produksi batik Palembang dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas produk dan nilai jual produksi batik Palembang. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian ini adalah 1 pemilik dan 11 Informan Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang.

Sumber data adalah semua hal yang dapat memberikan informasi yang relevan dan diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sumber data diklasifikasikan menjadi dua kategori utama primer dan sekunder.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis melalui tiga tahapan utama, diawali dengan reduksi data untuk memilih dan memfokuskan data naratif yang relevan (khususnya terkait kualitas dan nilai jual batik Palembang). Selanjutnya, dilakukan penyajian data ke dalam bentuk narasi, tabel, atau grafik guna mempermudah identifikasi pola dan hubungan antartema. Tahap akhir diisi dengan penarikan kesimpulan yang awalnya bersifat tentatif, kemudian diverifikasi melalui pengecekan silang informan agar hasilnya valid dan *robust*.

Untuk menjamin kualitas ilmiah penelitian kualitatif ini, dilakukan uji kepercayaan data berbasis aspek *credibility*, *transferability*, dan *confirmability*. Pengujian kredibilitas ditempuh melalui perpanjangan pengamatan di lapangan dan peningkatan kecermatan penelitian lewat cek ulang dokumen serta literatur. Selain itu, digunakan metode triangulasi untuk membandingkan konsistensi informasi, yang mencakup triangulasi sumber (antar-narasumber), triangulasi teknik (membandingkan wawancara, observasi, dan dokumen), serta triangulasi waktu (pengumpulan data di waktu yang berbeda). Seluruh rangkaian aktivitas rencana penelitian ini dilaksanakan langsung di Toko Kasih Ibu, Living Plaza Palembang.

3. Hasil dan Diskusi

1. Upaya Peningkatan Kualitas Dan Nilai Jual Produksi Batik Palembang.

Batik Palembang, sebagai salah satu warisan budaya Indonesia, memiliki nilai yang tinggi baik dari segi seni maupun ekonomi. Pada era globalisasi ini, industri batik menghadapi tantangan besar, baik dari segi persaingan dengan produk asing maupun perubahan preferensi konsumen. Oleh karena itu, sangat penting bagi pengusaha batik Palembang untuk melakukan upaya peningkatan kualitas dan nilai jual produk mereka.

Peningkatan kualitas tidak hanya berkaitan dengan produk akhir, tetapi juga dengan kinerja (*performance*), keistimewaan (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian (*conformance to specifications*), daya tahan (*durability*), ketepatan kualitas (*perceived quality*). Di sisi lain, nilai jual produk berhubungan erat dengan memperkirakan permintaan produk, reaksi pesaing. Dengan pemahaman yang baik tentang faktor-faktor ini, pengusaha dapat merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing batik Palembang di pasar domestik maupun internasional.

Dari hasil wawancara kepada karyawan dan pelanggan Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang, mengenai Peningkatan Kualitas Dan Nilai Jual Produksi Batik di Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang. Pernyataan staf Toko Kasih Ibu menunjukkan pendekatan menyeluruh untuk memastikan produk batik memenuhi harapan pelanggan dalam hal kenyamanan dan kegunaan.

“Ni’an menjelaskan bahwa toko melakukan riset pasar untuk memahami preferensi konsumen terkait bahan dan model, lalu setiap desain diuji coba oleh staf dan sampel pelanggan sebelum diproduksi massal agar hasilnya nyaman dan fungsional. Untuk meningkatkan kemudahan penggunaan,

“Siska menyebutkan bahwa toko menyediakan variasi ukuran dan model, memberi panduan ukuran di toko, serta mencantumkan petunjuk perawatan pada label sehingga pelanggan lebih mudah merawat produk. Selain itu, Siska menambahkan bahwa kombinasi desain yang menggabungkan unsur modern dan tradisional, variasi warna, serta informasi bahan dan cara perawatan pada setiap produk ditambah promosi berkala menjadikan produk lebih menarik bagi pelanggan.”

Dari sisi kemasan, Rusmini *“menyatakan bahwa kemasan dirancang rapi, informatif, dan estetis sehingga memberi kesan profesional dan meningkatkan nilai persepsi produk, khususnya ketika dijual atau dijadikan hadiah.”*

Dalam hal keandalan dan konsistensi kualitas, M. Lukman *“menegaskan bahwa penerapan standar operasional prosedur (SOP) di setiap tahap produksi dan pengawasan ketat menjaga kesesuaian mutu; pelatihan berkala bagi*

tenaga kerja serta pengawasan memastikan keseragaman motif, warna, dan jahitan. Anisa menambahkan bahwa ada tim quality control (QC) yang memeriksa bahan masuk, proses pewarnaan, finishing, dan produk akhir; produk yang tidak memenuhi standar akan dikembalikan untuk perbaikan atau diproses ulang.”

Namun, Anisa “juga mengakui bahwa kontrol mutu saat ini dilakukan secara internal dan belum ada sertifikasi eksternal formal, meskipun toko mempertimbangkan uji laboratorium bila diperlukan untuk menambah bukti formal keamanan atau kualitas.”

Terkait daya tahan, Rumiana menyatakan bahwa toko memilih bahan baku berkualitas dan menerapkan teknik pewarnaan serta finishing yang tepat, serta selalu menyampaikan informasi perawatan agar daya tahan produk tetap terjaga. Ia juga menekankan bahwa penggunaan sehari-hari yang intensif dan perawatan yang kurang tepat dapat mempercepat keausan, sehingga panduan perawatan menjadi langkah penting untuk meminimalkan kerusakan. Dari sisi citra merek.

“Rusmini menyebutkan bahwa citra yang baik menambah kepercayaan pelanggan; komunikasi aktif melalui media sosial dan layanan pelanggan dipertahankan untuk menjaga citra positif. Ia juga menegaskan bahwa komposisi bahan baku sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan-pelanggan cenderung kembali bila merasakan bahan yang nyaman dan tahan lama.”

Pendapat pelanggan umumnya mendukung klaim toko.

Pelanggan 1 menyatakan bahwa kain terasa ringan dan adem, serta toko tampak melakukan seleksi bahan sehingga produk nyaman dipakai.

Pelanggan 2 mengapresiasi variasi ukuran dan informasi perawatan pada label serta pelayanan toko saat memilih ukuran yang pas.

Pelanggan 3 menyebut mencari desain unik dan modern, bahan nyaman, dan warna yang tahan lama.

Pelanggan 4 menegaskan bahwa kemasan rapi memberi kesan bernilai dan meningkatkan minat beli, khususnya untuk hadiah.

Pelanggan 5 mengamati konsistensi mutu antar pembelian;

Pelanggan 6 percaya bahwa label informasi bahan dan penjelasan perawatan menunjukkan adanya kontrol kualitas internal. Meski pelanggan umumnya percaya,

Pelanggan 7 mencatat belum melihat sertifikat pada produk dan meyakini bahwa sertifikasi akan menambah rasa aman.

Pelanggan 8 mengonfirmasi bahwa produk yang dirawat sesuai petunjuk relatif awet, sementara

Pelanggan 9 mengatakan citra baik, rekomendasi teman, dan review media sosial memengaruhi kepercayaan dan keputusan beli.

Pelanggan 10 menutup dengan menegaskan bahwa komposisi bahan yang nyaman dan tahan lama membuatnya menjadi pelanggan setia dan merekomendasikan toko kepada orang lain.

Dari hasil wawancara diatas dapat di simpulkan bahwa, temuan menunjukkan bahwa upaya peningkatan kualitas dan nilai jual produksi batik di Toko Kasih Ibu Palembang memadukan riset pasar, kontrol kualitas internal, pemilihan bahan, desain kemasan, dan komunikasi merek untuk memenuhi ekspektasi kenyamanan, kegunaan, dan keandalan produk batik.

Hal yang sama juga di kemukakan oleh Widiastuti “Peningkatan mutu dan inovasi motif batik juga dapat membantu dalam meningkatkan nilai tambah industri batik, seperti dengan membuat produk-produk yang kreatif dan inovatif yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, peningkatan mutu dan nilai jual motif batik dapat membantu dalam memperluas pangsa pasar batik, seperti dengan memperbaiki tampilan sosial media untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar”.

Sedangkan menurut Purwati “Program pelatihan peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) bertujuan dalam mengembangkan keterampilan teknis dan kreativitas para pengrajin batik. Melalui pelatihan, para pengrajin tidak hanya memperoleh pengetahuan baru tentang desain, pewarnaan, dan teknik membatik, tetapi juga mampu menerapkan inovasi-inovasi tersebut dalam praktik produksi sehari-hari. Peningkatan kemampuan dalam mendesain motif batik yang lebih kreatif dan sesuai dengan selera pasar modern, penguasaan teknik pewarnaan yang menghasilkan warna lebih hidup dan tahan lama, serta pengembangan teknik membatik yang lebih variatif menunjukkan bahwa pelatihan ini efektif dalam meningkatkan kualitas produk Batik”.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas dan nilai jual produksi batik Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang.

Kualitas produk batik dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor eksternal maupun internal. Peningkatan kualitas dapat meningkatkan profitabilitas dan menciptakan loyalitas pelanggan, serta membuka peluang ekspansi pasar. Namun, upaya ini juga bisa meningkatkan biaya produksi dan memicu persaingan yang lebih ketat, serta menimbulkan risiko reputasi jika ekspektasi konsumen tidak terpenuhi. Pengelolaan kualitas yang baik sangat penting untuk keberlangsungan bisnis. Berdasarkan hasil wawancara diatas dengan informan Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang, Beberapa faktor internal dan eksternal memengaruhi kualitas dan nilai jual produk batik di Toko Kasih Ibu. Dari sisi internal, ada SOP produksi dan tim quality control yang memeriksa bahan masuk, proses pewarnaan, finishing, dan produk akhir;

M. Lukman dan Anisa menegaskan bahwa SOP, pelatihan berkala tenaga kerja, serta pengawasan ketat menjaga konsistensi motif, warna, dan jahitan. Rumiana menambahkan bahwa pemilihan bahan baku berkualitas dan teknik pewarnaan/finishing yang tepat meningkatkan daya tahan produk, sedangkan informasi perawatan membantu pelanggan mempertahankan mutu saat penggunaan sehari-hari.

Dari sisi eksternal, faktor permintaan dan persaingan pasar mempengaruhi keputusan produksi: perkiraan permintaan berbasis data penjualan historis dan tren musiman menentukan kuantitas produksi dan stok, sementara tindakan pesaing seperti diskon atau model baru mendorong penyesuaian harga, promosi,

dan penonjolan keunggulan kualitas. Selain itu, ketiadaan sertifikasi eksternal saat ini menjadi faktor yang berpotensi membatasi akses ke pasar tertentu, karena Anisa menyatakan kontrol mutu masih bersifat internal walaupun uji laboratorium sedang dipertimbangkan.

Pernyataan pelanggan umumnya selaras dengan klaim toko dan memperkuat temuan faktor-faktor tersebut.

“Beberapa pelanggan (1, 2, 3) mengapresiasi kenyamanan kain yang ringan dan adem, variasi ukuran, dan informasi perawatan; mereka juga menilai desain yang unik dan warna yang tahan lama sebagai nilai tambah. Pengamatan pelanggan seperti 5 dan 6 menunjukkan adanya konsistensi mutu antar pembelian, sementara 4 dan 9 menyoroti peran kemasan dan citra merek termasuk rekomendasi teman dan review media social yang memperkuat kepercayaan dan keputusan pembelian. Namun beberapa pelanggan 7 mengakui tidak melihat sertifikat formal pada produk dan menyatakan bahwa sertifikasi dapat meningkatkan rasa aman, menandakan bahwa bukti kualitas eksternal masih menjadi kekurangan yang dirasakan pasar.”

Dari hasil wawancara diatas dapat di simpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas dan nilai jual produksi batik Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang dipengaruhi oleh faktor SOP produksi, pelatihan, pemilihan bahan berkualitas, teknik pewarnaan/finishing, dan informasi perawatan menjaga konsistensi motif, warna, jahitan, dan daya tahan (Kualitas Produk), perkiraan permintaan (data penjualan/tren musiman) dan persaingan mendorong penyesuaian produksi (disain), harga, dan promosi.

Hal yang sama juga di katakan oleh Hasanah “menunjukan bahawa desain produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, desain produk memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian.”

Penelitian yang dilakukan oleh Haque “Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi atau memiliki hubungan yang kuat. Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian diterima. Kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian diterima.”

Pengalaman berbelanja di Toko Kasih Ibu umumnya positif, dengan pelayanan yang ramah dan informatif. Banyak konsumen merekomendasikan toko ini kepada orang lain, merasa puas dengan produk dan layanan yang diberikan. Desain yang bervariasi, mulai dari motif tradisional hingga modern, menjadi daya tarik utama, dengan harapan untuk lebih banyak inovasi dan kolaborasi ke depan. Secara keseluruhan, Toko Kasih Ibu berhasil memenuhi ekspektasi konsumen dalam hal kualitas dan nilai jual, dengan peluang untuk terus berkembang di masa mendatang.

3. Konsekuensi peningkatan kualitas dan nilai jual produksi bagi pengusaha batik Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang.

Di tengah pertumbuhan industri batik di Indonesia, Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang telah mengambil langkah signifikan dalam meningkatkan kualitas dan nilai jual produk batik. Melalui pengecekan berkala dan pelatihan keterampilan, Toko Kasih Ibu telah berhasil menciptakan produk berkualitas tinggi. Berdasarkan hasil

wawancara dengan Konsumen di dapatkan hasil bahwa konsumen menyatakan Dari sisi kapasitas dan respons terhadap permintaan, Toko Kasih Ibu mampu memenuhi kebutuhan reguler berkat perencanaan produksi dan pemanfaatan kombinasi tenaga manual dan alat bantu, tetapi saat musim puncak atau pesanan besar diperlukan penambahan tenaga sementara.

Kemampuan perkiraan permintaan yang memadai (berdasarkan data historis dan pengamatan toko) membantu menentukan jumlah produksi, pembelian bahan, dan penjadwalan, namun ketersediaan bahan dan proses pengeringan pewarna masih menjadi kendala yang dapat memengaruhi target waktu. Upaya menjaga kualitas melalui pemeriksaan visual berulang, kalibrasi peralatan, dan dokumentasi proses menurunkan tingkat cacat produk, meskipun beberapa cacat masih terjadi terutama pada tahap pewarnaan dan sablon yang kemudian diperbaiki atau diproses ulang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Konsumen di dapatkan hasil bahwa konsumen menyatakan kepuasan yang meningkat, yang terlihat dari berbagai rekomendasi positif. Pemilihan bahan baku berkualitas, termasuk kain katun dan pewarna alami, menambah daya tarik produk. Penilaian kualitas yang ketat memastikan setiap produk memenuhi standar yang diharapkan.

Umpan balik dari pelanggan menjadi alat penting dalam meningkatkan kualitas dan nilai jual produksi bagi pengusaha batik Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang. Teknologi berperan penting dalam efisiensi produksi, memungkinkan pengurangan waktu dan biaya. Adanya sistem manajemen digital memastikan kontrol yang lebih baik terhadap inventaris dan proses produksi. Pelatihan pegawai juga berfokus pada penggunaan alat modern, yang menginspirasi inovasi desain dan kolaborasi dengan desainer lokal.

Dengan langkah-langkah strategis dalam peningkatan kualitas dan pemasaran, Toko Kasih Ibu berkomitmen untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Melalui inovasi berkelanjutan, mereka dapat mempertahankan posisinya sebagai pemimpin dalam industri batik. Masyarakat dan pelanggan berharap toko akan terus hadir dengan desain inovatif dan produk berkualitas, menyokong tradisi batik Indonesia.

Analisis mengenai konsekuensi peningkatan kualitas dan nilai jual produksi bagi pengusaha batik Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang berdasarkan hasil wawancara.

1. Peningkatan Kepercayaan Konsumen

Dengan audit kualitas rutin dan pelatihan bagi pengrajin (Informan 1 dan 2), konsumen merasa yakin akan kualitas produk yang ditawarkan. Hal ini mendorong konsumen untuk melakukan pembelian lebih sering karena mereka sudah merasakan kualitas yang konsisten.

2. Diversifikasi Produk

Melalui penelitian dan pengembangan produk baru (Informan 3), Toko Kasih Ibu dapat menawarkan variasi produk yang lebih luas, memenuhi preferensi pasar yang berbeda. Kolaborasi dengan desainer lokal juga menginspirasi inovasi desain, menarik minat berbagai segmen pasar.

3. Penguatan Posisi Pasar

Peningkatan mutu bahan baku seperti kain katun berkualitas tinggi dan pewarna alami (Informan 6 dan 7) menjadikan Toko Kasih Ibu sebagai pilihan utama konsumen di Palembang. Ini tidak hanya meningkatkan nilai jual produk tetapi juga memperkuat reputasi toko sebagai penyedia batik berkualitas.

4. Feedback Positif dan Loyalitas Pelanggan

Penggunaan umpan balik pelanggan (Informan 5 dan 6) untuk perbaikan produk menciptakan hubungan yang lebih erat antara konsumen dan merek. Pelanggan yang puas kemungkinan besar akan merekomendasikan toko kepada orang lain, meningkatkan tingkat loyalitas.

5. Strategi Pemasaran yang Efektif

Pemanfaatan media sosial dan event (Informan 7 dan 8) sebagai strategi pemasaran membawa efek positif, meningkatkan visibilitas produk. Ini juga diimbangi dengan peningkatan penjualan sekitar 20%, menunjukkan efektivitas strategi yang diterapkan.

6. Efisiensi Produksi melalui Teknologi

Integrasi teknologi dalam proses produksi (Informan 11) meningkatkan efisiensi dan kontrol kualitas. Sistem manajemen digital memungkinkan pengelolaan inventaris yang lebih baik, sehingga mengurangi pemborosan dan meningkatkan profitabilitas.

7. Tantangan dalam Peningkatan Kualitas

Meskipun terdapat banyak keuntungan, Toko Kasih Ibu menghadapi kendala seperti keterbatasan bahan baku berkualitas (Informan 3) dan kesulitan menemukan pengrajin terampil (Informan 4). Ini menjadi tantangan yang perlu diatasi untuk menjaga standar kualitas yang tinggi.

8. Peluang untuk Berkembang

Tanggapan konsumen menunjukkan adanya potensi untuk melakukan lebih banyak kolaborasi dengan desainer lokal (Konsumen 5 dan 6) serta meningkatkan layanan pelanggan (Konsumen 2 dan 4). Hal ini menciptakan peluang bagi Toko Kasih Ibu untuk memperluas jangkauan pasar dan adaptasi terhadap tren pasar.

Secara keseluruhan, dari hasil penelitian Konsekuensi peningkatan kualitas dan nilai jual produksi bagi Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang, dapat meningkatkan kualitas, mengurangi pemborosan (mis. cacat motif, pewarnaan, pengukuran) dan bagi Pelanggan Dapat mendapatkan produk yang lebih berkualitas. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas produk. Ini juga diimbangi dengan peningkatan penjualan sekitar 20%, menunjukkan efektivitas strategi yang diterapkan.

Toko Kasih Ibu menunjukkan bahwa peningkatan kualitas dan nilai jual produk batik merupakan hasil dari sinergi antara riset pasar, standar produksi, pengendalian mutu, pemilihan bahan, presentasi produk, dan strategi pemasaran.

Langkah-langkah ini memperkuat kepuasan dan loyalitas pelanggan serta menambah daya saing, namun menuntut perhatian pada efisiensi produksi, pengurangan pemborosan, dan kemungkinan sertifikasi eksternal untuk memperluas akses pasar dan memperkuat bukti kualitas. Peningkatan kualitas dan nilai jual di Toko Kasih Ibu bukan hanya menghasilkan produk berkualitas tinggi, tetapi juga berkontribusi pada reputasi positif dan pertumbuhan penjualan.

4. Kesimpulan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Upaya peningkatan kualitas dan nilai jual produksi batik Toko Kasih Ibu Living Plaza Palembang dilakukan melalui kombinasi riset pasar dan pengujian produk, penerapan standar produksi (SOP), pengendalian mutu internal (tim QC), pelatihan berkala tenaga kerja, pemilihan bahan berkualitas, teknik pewarnaan/finishing yang tepat, penyediaan variasi ukuran serta panduan perawatan, dan strategi pemasaran inklusif (desain, variasi warna, promosi, kemasan estetik). Pendekatan holistik ini bertujuan memastikan kenyamanan, daya tahan, konsistensi mutu, dan presentasi produk yang meningkatkan daya jual.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi kualitas dan nilai jual produksi batik Toko Kasih Ibu meliputi faktor internal: SOP produksi, tim QC, pelatihan tenaga kerja, pemilihan bahan baku, teknik pewarnaan/finishing, dan informasi perawatan; serta faktor eksternal: perkiraan permintaan berbasis data penjualan dan tren musiman, persaingan pasar (diskon/model baru), peran kemasan dan citra merek, rekomendasi sosial/media, dan ketiadaan sertifikasi eksternal yang berpotensi membatasi akses ke segmen pasar tertentu.
3. Konsekuensi peningkatan kualitas dan nilai jual bagi pengusaha Toko Kasih Ibu mencakup: operasional kebutuhan dokumentasi, monitoring, dan pengelolaan sumber daya serta penjadwalan tenaga untuk menyesuaikan produksi; produksi pengurangan cacat melalui pelatihan, kalibrasi, dan kontrol proses meski masih ada potensi limbah akibat kendala teknis; pemasaran/bisnis peningkatan persepsi nilai, peluang penjualan dan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi; serta strategis kebutuhan mempertimbangkan sertifikasi eksternal atau uji laboratorium untuk memperluas akses pasar dan memperkuat bukti kualitas, sambil menjaga efisiensi dan mengelola biaya tambahan.

Referensi

1. Achmad Slamet dan Sumarli, Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika*, Vol. 11, 2, 2022, hal.
2. Anjarani, C. M. (2024). Inovasi Baik yang Dilakukan Batik Komar terhadap Branding Batik Komar. *MODA*, 6(1), 1-12.
3. Aqup Muslim, Daru Anondo, SE., M.Si. (2019). Strategi Produksi Dalam Rangka Peningkatan Kualitas Batik Pada CV. Godhong Mbako Di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember
4. Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
5. Armstrong, G., & Kotler, P. (2020). *Marketing: An Introduction* (13th ed.). Pearson.
6. Astawinetu, E. D., Wijayanti, Y. K., & Hidayati, C. (2021). Inovasi Desain Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Batik. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 3(2), 182-193.
7. Danang Sunyoto, Strategi Pemasaran, CAPS, Yogyakarta, 2020, hlm 133-135
8. Dewi Sri Mulyaningsih, Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Sidda Mulya Jakarta Timur, *Skripsi* (2022), 30.
9. Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2020, hal. 154-159.
10. Fatimah, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Premi Asuransi Kendaraan Bermotor (Roda 2) Terhadap Keputusan Pembelian Polis Di Pt. Asuransi Tri Pakarta Cabang Surabaya Diponegoro (Doctoral Dissertation, Universitas Narotama).

11. Fauzah, N. M., & Rohman, A. (2024). Analysis of Business Feasibility Studies in the Development of MSMEs in the Food Sector in View of Halal Aspects: Analisis Studi Kelayakan Bisnis dalam Pengembangan UMKM Bidang Pangan Ditinjau dari Aspek Halal. *Al-Muhasabah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 14-28.
12. Haryanti, L. (2022). Motif dan Makna dalam Batik Palembang. Yogyakarta: Andi Offset.
13. Haryanto, A. (2019). Peran Industri Batik dalam Perekonomian Lokal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 45-58.
14. https://id.wikipedia.org/wiki/Batik_Palembang Diakses pada tanggal 07 Oktober 2024 Jam 19:12
15. https://id.wikipedia.org/wiki/Batik_Palembang. Diakses pada tanggal 18 Oktober 2025
16. <https://rumahbatikbedjo.com/2024/06/13/batik-palembang/> di Akses Pada tanggal 05 Oktober 2025
17. <https://study.com/academy/lesson/basic-concepts-of-economic-value.html> diakses pada Sabtu, 28 Juni 2025, Pukul : 14.15 WIB
18. <https://www.jnjbatic.com/blog/mengenal-batik-palembang-dan-penjasannya/>. Diakses pada tanggal 07 Oktober 2024 Jam 19:09
19. KBBI daring, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/batik> diakses pada 4 Oktober 2025 pukul 16.55
20. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2020). Panduan Pengembangan Batik Sebagai Warisan Budaya Takbenda. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
21. Khotim Fadhi, 2021. Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal : Inovasi Penelitian* ISSN 2722-9475
22. Kiki Farida Ferine, 2022. Pelayanan SDM. Yogyakarta : Selat Media Patners
23. Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing. Pearson Education
24. Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education, Inc.
25. Kusumo, <https://milennialjoss.com/seni-batik/>, diakses pada 4 Oktober 2025 pukul 16.51
26. Lestari, N., & Setianingsih, S. (2019). Analisis Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(02), 204-222.
27. Lestari, R. B. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk UKM Palembang (Studi Kasus Produk Baju Batik Khas Palembang). *Jurnal Manajemen STIE Multi Data Palembang*, 5(9), 1-20.
28. Ma'trifatun Nisa, Nilai-nilai Religius Dalam Film Ajari Aku Islam dan Relevansinya Terhadap Materi Pendidikan Agama Islam, (Purwokerto : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2020), Hal.13
29. Masyhuri, *Ekonomi Mikro* (Malang: Uin Malang Press, 2007), 125.
30. Maula, N. (2024). Tantangan Dan Masa Depan Industri Batik Tulis Ciwaringin, Cirebon: Analisis Studi Kasus Dengan Menggunakan Teknik Ifas Dan Efas. *Creative Research for West Java Development*, 10, 51-73.
31. Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), him. 70
32. MUSLIM, AQUP. 2019. Strategi Produksi dalam rangka Peningkatan Kualitas Batik pada CV. Godhong Mbako di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Skripsi : Jember Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
33. Nugroho, A., & Prasetyo, B. (2020). Batik: Seni dan Budaya dalam Kain. Yogyakarta: Penerbit Andi.
34. Pompana, E. H., Tasik, F. C., & Kawung, E. J. (2023). Kearifan Lokal Budaya Perkawinan Suku Saluan Di Desa Honbola Kecamatan Batui Kabupten Banggai Provinsi Sulawesi Tengah. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 3(3).
35. Prabowo, A. (2023). Sejarah dan Perkembangan Batik Palembang. Palembang: Penerbit Universitas Sriwijaya.
36. Pratama, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Taichan By Jepang (Studi Kasus Pada Taichan By Jepang Duren Sawit) (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
37. Pusdatin. Kemendikbud, Statistik Kebudayaan 2021.[Online]. Available: http://publikasi.data.kemdikbud.go.id/uploadDir/isi_CC4179A6-B4FF-4E0C-809B-5CADD9132AB5.pdf
38. Putri, M., Wulandari, R. D., & Helyadi, H. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kain Batik Khas Kota Palembang (Studi Kasus Griya Kain Tuan Kentang). *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 5246-5250.
39. Riana, D., & Royda, R. (2020). Strategi Intensif Untuk Pengembangan Bisnis Batik Palembang Pada Industri Fesyen Batik di Indonesia. *inovator*, 9(2), 90-105.
40. Robin Kamandanu Sembiring, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Telkom Kabanjahe (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS QUALITILY BERASTAGI).
41. Saldana, J. (2021). The Coding Manual for Qualitative Researchers (4th ed.). SAGE Publications.
42. Saraswati, N. (2016). Paguyuban batik sekar nitik kembangsongo, desa trimulyo, bantul tahun 2000-2015: Tinjauan sejarah dan perkembangannya. *Avatara: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 4(3).
43. Sharmistha, N. N. P., & Sinambela, F. C. (2023). Inovasi Batik Berbasis Teknologi dan Kinerja Adaptif: Membangun Keberlanjutan Industri Batik. In *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik* (Vol. 5, No. 1, pp. C-03).
44. Simamora, B. (2024). Konsep Nilai dalam Pemasaran. Bilson Simamora Marketing and Research Center
45. Sri Widodo, 2022. Manajemen Strategik. Jawa Tengah : PT Nasya Expanding Management
46. Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV. Publishing
47. Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. (Edisi Ke-5). Bandung: CV. Alfabeta
48. Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 55.
49. Sujito. (2024). Peningkatan Kualitas Dan Kuantitas Produksi Batik Khas Pasuruan Pada Pengrajin Batik Di Kecamatan Bangil Kabupatenpasuruan. *PEDULI - Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, Vol. 1 No. 2
50. Supriono, Y. P. (2024). *Ensiklopedia The Heritage Of Batik, Identitas Pemersatu Kebanggaan Bangsa*. Penerbit Andi.
51. Susanti Susanti, Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes), *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Syariah Dan Teknologi* 3, no. 2 (2024): 70, <https://doi.org/10.62833/embistek.v3i2.128>.
52. Umar, H. (2013). Metode penelitian untuk skripsi dan tesis. Jakarta: Rajawali, 42.
53. Wulandari, A. (2022). Batik Nusantara: Makna filosofis, cara pembuatan, dan industri batik. Penerbit Andi.
54. Yenti, (2020). dengan judul Analisis Pengendalian Kualitas Produk Batik Jumpitan Dengan Menggunakan Metode Six Sigma. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Palembang