



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

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

Vol. 4 No. 4 (2026) pp: 9680-9688

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

Peran Batik sebagai Aset Budaya dalam Menciptakan *Entrepreneurial Opportunity* dan Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Studi pada UKM Batik Selotigo

Rangga Adi Wijaya¹, Bisma Jatmika Tisnasasmita², Joseph Robert Daniel³

¹Magister Manajemen, Sekolah Bisnis dan Manajemen, Universitas Ciputra Surabaya

²Magister Manajemen, Sekolah Bisnis dan Manajemen, Universitas Ciputra Online Surabaya

³International Business Manajemen, Sekolah Bisnis dan Manajemen, Universitas Ciputra Online Surabaya

¹rangga.wijaya@ciputra.ac.id, ²bisma.jatmika@ciputra.ac.id, ³joseph.daniel@ciputra.ac.id

Abstrak

Indonesia kaya dengan berbagai macam budaya lokal, salah satunya adalah batik, yang merupakan warisan budaya Indonesia yang luhur. Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki seni dan motif batiknya sendiri, tak terkecuali Kota Salatiga yang memiliki budaya batik, yang bernama batik Selotigo. Kebanggaan pada budaya lokal merupakan sebuah emosi yang memainkan peran sentral untuk menciptakan kesempatan berwirausaha, hal ini yang menciptakan *entrepreneurial opportunity*. Saat konsumen memakai batik di acara formal, informal, atau membagikannya di media sosial, konsumen menjadi agen promosi budaya, dan mereka ikut berperan mempromosikan budaya lokal batik ke masyarakat luas. Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana peran batik UKM Batik Selotigo sebagai aset budaya dalam menciptakan *entrepreneurial opportunity* dan terhadap pemberdayaan ekonomi lokal. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pemberdayaan ekonomi lokal berbasis aset budaya batik dalam membangkitkan peran pada budaya lokal batik serta menilai kontribusi batik dalam mengembangkan alternatif usaha Batik Selotigo menggunakan *entrepreneurial opportunity* pada budaya lokal. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif studi kasus, wawancara dilakukan secara terstruktur kepada 4 narasumber sebagai informan penelitian, serta data riil dari lapangan internal dan eksternal. Hasil penelitian diperoleh dengan menganalisis data dengan triangulasi data sebagai validasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa UKM Batik Selotigo ini tidak hanya berkontribusi secara pemberdayaan ekonomi lokal, tetapi juga berperan dalam pelestarian budaya lokal serta pemberdayaan sosial, serta *entrepreneurial opportunity*. Pengelolaan usaha batik selotigo berbasis budaya lokal, menjadikannya sebagai *entrepreneurial opportunity* terhadap ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Kata kunci: Peran Budaya Lokal, Entrepreneurial Opportunity, Pemberdayaan Ekonomi Lokal, UKM, Batik Selotigo

1. Latar Belakang

Pengembangan UKM diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap proses pemulihan perekonomian nasional dan dalam menciptakan *entrepreneurial opportunity* sehingga perlu lebih diperhatikan karena mengemban misi menciptakan pemerataan kesempatan kerja dan usaha, melestarikan budaya dan mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Untuk memiliki kewirausahaan, anda harus terlebih dahulu memiliki *entrepreneurial opportunity* (Schlichte, 2024). Pandangan alternatif yang sedang berkembang adalah bahwa *entrepreneurial opportunity* tidak ada secara objektif, dan juga tidak ada sebelum kesadaran para wirausaha, sehingga peluang penciptaan adalah konstruksi sosial yang tidak ada secara independen dari persepsi para wirausaha (Suddaby, 2015). Perspektif ini mengakui bahwa kondisi objektif tertentu di lingkungan, seperti kemajuan teknologi, peran budaya, maupun identitas budaya, berkontribusi dalam menciptakan *entrepreneurial opportunity*. Identitas budaya ini termanifestasi dalam berbagai aspek seperti motif yang berakar pada simbolisme Jawa dan Nusantara, filosofi yang terkandung dalam setiap pola, proses pembuatan yang memerlukan keterampilan khusus dan kesabaran, serta nilai-nilai kearifan lokal yang tercermin dalam setiap karya (Angorojati, 2025). Batik juga menjadi salah satu perekat masyarakat Indonesia melalui budaya.

Pembahasan akan dimulai dari pemahaman tentang batik sebagai warisan budaya, transformasi ke batik kontemporer, konsep nilai estetika, identitas budaya, dan dinamika industri kreatif global (Cakrajaya et al., 2025). Keunikannya yang indah membentuk karakter bangsa yang dapat membedakannya dengan bangsa lain sehingga

menjadi ciri dari bangsa tersebut (Karimah, 2024). Batik merupakan salah satu produk budaya hasil karya tradisional bangsa Indonesia yang dalam setiap coraknya mengandung sejarah dan bahkan menjadi nilai-nilai tradisi dari daerah asal batik itu. Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki hasil karya batik dengan kekhasan motifnya. Hanya Batik saja yang sampai saat ini masih bertahan di kancah dunia tekstil dan di masyarakat, selebihnya banyak produk-produk tradisional yang tak mampu bertahan di pasaran bebas karena kalah bersaing dengan produk sejenis. Corak ragam batik yang mengandung penuh makna dan filosofi akan terus digali dari berbagai adat istiadat maupun budaya yang berkembang di Indonesia (Ratnawati, 2021).

Dalam hal ini menggunakan batik dalam kegiatan komunitas, acara kenegaraan, atau perayaan budaya menciptakan sebuah kolektivitas dan rasa kebersamaan juga nilai dari sebuah identitas budaya bersama. Itu menjadi kepedulian masyarakat terhadap batik warisan budaya leluhur ini. Inilah pentingnya peran budaya lokal, kebanggaan pada budaya sendiri, mengembangkan, menjaganya aset budaya dan bisa menjadi pemberdayaan ekonomi lokal. Begitupun dengan kota Salatiga, mempunyai identitas batiknya sendiri. Ini merupakan salah satu dari sekian banyak ragam kekayaan bangsa yang perlu dilestarikan dan dijaga kualitasnya. Batik Selotigo lahir dari gerakan pemberdayaan masyarakat Kota Salatiga pada akhir tahun 2008. Pemerintah Kota Salatiga saat itu menyelenggarakan pelatihan membatik untuk masyarakat dengan tujuan menciptakan kebanggaan dan identitas batik khas Salatiga, membuka peluang usaha baru, dan memberdayakan ekonomi lokal.

Peluang kewirausahaan adalah titik di mana permintaan konsumen yang teridentifikasi bertemu dengan kelayakan untuk memenuhi produk atau layanan yang diminta. Di bidang kewirausahaan, kriteria spesifik perlu dipenuhi untuk beralih dari sebuah ide menjadi sebuah peluang. Ini dimulai dengan mengembangkan pola pikir yang tepat, pola pikir yang peka terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, bisa melalui budaya lokal. Pemberdayaan ekonomi lokal perlu mengembangkan strategi yang tepat dalam menumbuhkan peran Batik sebagai aset budaya dalam sehingga menciptakan entrepreneurial opportunity pada produk yang dipasarkan. Industri batik membuka peluang kewirausahaan bagi sebagian masyarakat, diantaranya telah memulai usaha sebagai penjual batik secara daring maupun sebagai produsen kecil-kecilan sehingga hal ini menciptakan siklus ekonomi lokal yang sehat dan produktif (Nengsih, 2025). Pemberdayaan masyarakat melalui kewirausahaan batik pewarna alami merupakan inisiatif penting yang bertujuan untuk mengembangkan potensi ekonomi lokal, melestarikan budaya tradisional, dan mendukung keberlanjutan lingkungan (Kardiyati., 2025). Keberhasilan pengembangan produk budaya tradisional bergantung pada tiga aspek utama yaitu penguatan kapasitas produksi, inovasi desain yang tetap mempertahankan nilai budaya, dan strategi pemasaran yang tepat (Setyaningrum, 2024). Sementara itu, kompetensi kewirausahaan, yang mencakup keterampilan manajerial, pemasaran, dan adaptasi terhadap perubahan pasar, memungkinkan pengusaha batik untuk mengelola usaha mereka secara efektif dan memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas melalui media sosial dan platform e-commerce (Nuraini, 2025).

Optimalisasi kearifan lokal dapat mendukung pengembangan ekonomi komunitas, dengan memberdayakan masyarakat lokal sebagai bagian dari rantai nilai bisnis, perusahaan dapat menciptakan dampak sosial yang positif, seperti penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan penguatan identitas budaya (Hartati, 2025). Penelitian ini mengeksplorasi dan mendiskusikan dengan bertumpu pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan terkait topik ini, tulisan ini pertama-tama akan mendiskusikan bagaimana peran batik sebagai aset budaya dalam menciptakan *entrepreneurial opportunity*, bagaimana *entrepreneurial opportunity* berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi lokal. Penelitian ini menganalisis UKM batik dalam membangkitkan *entrepreneurial opportunity* yaitu bagaimana peluang usaha yang muncul ketika seseorang mampu mengidentifikasi masalah dan mengubahnya menjadi produk yang bernilai serta menguntungkan melalui inovasi. Pada penelitian ini mendiskusikan implikasi-implikasi praktis bagi peran batik sebagai aset budaya yang bisa ditarik melalui pemberdayaan ekonomi lokal terutama studi pada kasus UKM batik Selotigo.

2. Tinjauan literatur

2.1 *Entrepreneurial Opportunity*

Entrepreneurial Opportunity atau peluang wirausaha adalah situasi di mana barang baru, jasa, bahan baku, dan metode pengorganisasian dapat diperkenalkan dan dijual dengan nilai yang lebih besar daripada biaya produksinya (Chandra, 2017). *Entrepreneurial opportunity* mencerminkan individu yang memanfaatkan peluang bisnis dan mempunyai kemampuan untuk mengembangkan usahanya (Alimuddin, 2021). Hal ini mengarah pada studi tentang proses yang melibatkan penemuan, evaluasi, dan pemanfaatan peluang kewirausahaan, serta kelompok individu yang menemukan, mengevaluasi, dan memanfaatkan peluang kewirausahaan tersebut. Berkenaan dengan penemuan peluang wirausaha, kewirausahaan telah sebagian besar berfokus pada bidang *entrepreneurial*

Opportunity sebagai domain yang berpotensi unik (Schlichte, 2024). Peluang ini bisa muncul dari perubahan teknologi, perubahan sosial dan budaya. Sehingga bisa dikatakan bahwa *entrepreneurial opportunity* itu muncul ketika seseorang mampu mengenali, menciptakan dan memanfaatkan kondisi tertentu untuk menghasilkan nilai ekonomi baru melalui inovasi, kreativitas, atau pemecahan masalah di pasar yang merujuk pada kebutuhan pasar yang belum terpenuhi, masalah yang belum terpecahkan, atau cara baru yang lebih baik dalam menawarkan produk dibandingkan yang sudah ada. Model usaha kolaboratif seperti ini memungkinkan masyarakat untuk tumbuh menjadi pelaku ekonomi yang mandiri, tidak hanya berfungsi sebagai unit produksi kreatif, tetapi juga sebagai kekuatan strategis yang memperkuat struktur ekonomi mikro (Nengsih, 2025).

2.2 Aset Budaya dan Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Program pemberdayaan ekonomi lokal menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif, inovatif, dan berkelanjutan mampu membawa perubahan signifikan bagi kelompok, sehingga melalui inovasi alat, efisiensi biaya, penguatan kapasitas desain, serta dukungan teknologi, kelompok kini semakin siap untuk menghadapi tantangan pasar dan tumbuh sebagai unit usaha yang mandiri, kreatif, dan kompetitif (Margiutmo, 2024). Terbentuknya potensi lokal menjadi kunci utama dalam menciptakan kantong ekonomi lokal berbasis partisipasi masyarakat, sehingga pusat kegiatan ekonomi yang memanfaatkan sumber daya lokal, melibatkan partisipasi aktif masyarakat setempat, dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan (Suparmi, 2024). Batik menjadi lebih populer di kalangan masyarakat dan menghasilkan peluang ekonomi, mengubahnya dari ekspresi seni menjadi sumber pendapatan masyarakat. Batik mengalami banyak perubahan dan perkembangan karena perubahan ekonomi dan meningkatnya kebutuhan akan batik yang melambung tinggi. Peralihan dari karya seni menjadi bisnis disebabkan oleh pengusaha dan pedagang batik. Salah satu faktor utama adalah peran leluhur dalam melestarikan keterampilan batik dan bagaimana tradisi ini diwariskan kepada generasi mendatang, industri batik Indonesia telah berkembang pesat, dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial budaya dan ekonomi (Kardiyati, 2025). Dalam konteks ini, kewirausahaan batik pewarna alami memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk secara aktif terlibat dalam proses produksi batik menggunakan pewarna alami yang ramah lingkungan.

2.3 Batik Selotigo

Salah satu bentuk UKM yang sering kita jumpai adalah industri batik. Batik merupakan warisan budaya bangsa Indonesia yang adi luhung. Batik sebagai warisan budaya dan identitas pemersatu bangsa, pengembangan batik daerah perlu memperhatikan tiga aspek utama yaitu pelestarian nilai budaya, penguatan identitas lokal, dan adaptasi terhadap perkembangan zaman (Setyaningrum, 2024). Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki seni dan motif batik sendiri. Kebanggaan akan batik sebagai budaya lokal berfungsi sebagai emosi yang memainkan fungsi sosial tertentu bagi manusia dalam mencapai kebutuhan-kebutuhan dasarnya akan status, maupun persepsi konsumen akan motivasi untuk membeli batik lokal. Kota Salatiga sendiri telah menemukan motif batik khas salatiga, yakni Batik Selotigo yang ide dasarnya mengambil bongkahan batu Watu rumpuk yang terletak di jl. Pattimura Kelurahan Kauman Kidul Kecamatan Sidorejo. Salah satu peserta pelatihan adalah Bapak Fatickun, seorang warga Waturumpuk, kota Salatiga yang kemudian menjadi tokoh pelopor Batik Selotigo. Bapak Fatickun memberi nama batiknya "Selotigo", gabungan kata "Selo" dan "Tigo," yang merupakan identitas lokal Salatiga. Motif awal Batik Selotigo banyak mengambil inspirasi dari pemandangan alam Salatiga seperti Gunung Merbabu, karena letak kota salatiga tepat dibawah kaki gunung merbabu dan juga simbol elemen kota Kota Salatiga yaitu prasasti waturumpuk, yaitu tiga batu besar yang ditumpuk.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan kualitatif studi kasus, yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendalami bagaimana peran batik sebagai aset budaya dalam menciptakan *entrepreneurial opportunity* dan pemberdayaan ekonomi lokal, dengan fokus pada kasus pada batik Selotigo di kota Salatiga Jawa Tengah. Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana batik lokal dapat menjadi *entrepreneurial opportunity* dan pemberdayaan ekonomi lokal. Metode yang digunakan untuk menggambarkan dan memahami suatu fenomena berdasarkan data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, baik dari wawancara, observasi, maupun dokumentasi. Obyek penelitian ini adalah UKM Batik Selotigo dimana informan ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Dengan memilih informan yang relevan dan terlibat langsung, peneliti dapat menghindari informasi yang tidak relevan atau tidak terkait langsung dengan fokus penelitian. Penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi lebih dalam tentang pengalaman, pandangan, dan perspektif informan. Proses analisis data dimulai dengan mentranskripsi wawancara dari rekaman ke dalam teks serta menandai bagian penting yang relevan dengan tema penelitian.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4845>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Selanjutnya, dilakukan pengkodean. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan coding data sebagai teknik untuk meningkatkan keabsahan dan ketepatan analisis. Triangulasi sumber dilakukan dengan menggunakan berbagai sumber data untuk memverifikasi hasil temuan, seperti wawancara dengan pemilik UKM Batik Selotigo, pelanggan, dan industri yang bersangkutan dan lembaga-lembaga lain yang berhubungan dengan kegiatan usaha tersebut serta observasi langsung di lapangan dan dokumentasi.

Tabel 3.1. Informan Penelitian

No	Nama Informan	Keterangan	Kode Informan
1	Bapak Fatickun	Pendiri Batik Selotigo	A1
2	Bapak Imam Bintoro	Pemerhati Budaya Lokal Salatiga	B1
3	Bapak Putu	Pelanggan Batik	C1
4	Ibu Indah	Pelanggan Batik	C2

4. Hasil dan Diskusi

4.1 Hasil

4.1.1 Batik sebagai Entrepreneurial Opportunity

Industri batik Selotigo di mulai pada akhir tahun 2008, oleh bapak Fatickun. Pria kelahiran kabupaten Semarang tahun 1949 yang merupakan pensiunan PNS ini mempunyai Galeri batik yang terletak di jl. Raya Salatiga-Bringin Km.2 Watu Rumpuk Salatiga, tidak jauh dari lokasi prasasti batu tiga tumpuk berada. Semua batik yang di produksi di sini merupakan batik tulis dan tidak ada batik yang bertipe printing. Harga batik yang di patok oleh bapak tiga anak ini pun cukup terjangkau, mulai dari Rp.100.000-Rp.200.000 dan tersedia juga dalam bentuk kain berukuran 2 meter dan juga dalam bentuk baju jadi, dengan motif watu rumpuk yang dominan. Batik selotigo yang pada bulan september tahun 2014 ini menjadi juara 2 se-jateng untuk peragaan busana UMKM ini mempunyai pelanggan tidak hanya di Salatiga dan sekitarnya, tapi juga dari kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Yogyakarta dan seantero jawa. Bapak Fatickun ini mempunyai beberapa tempat untuk membuat batik di berbagai kota selain Salatiga, seperti di kota Boja, Pekalongan maupun Sukoharjo. Apakah batik masih mempunyai peluang kewirausahaan, ujar sumber A1:

“Masih, tetapi harus bergerak, kalau kami hanya berdiam diri di Salatiga, tidak melakukan peluang kesempatan pemasaran lain, pasarnya sangat terbatas. Sehingga kami ingin memasuki pasar yang memang dikenal sebagai kota-kota batik seperti Solo, Yogyakarta, dan Pekalongan, dan bahkan juga pasar internasional”

Lanjut narasumber A1:

“latar belakang berdirinya kerajinan batik Selotigo berawal dari keinginan mencari identitas busana khas kota Salatiga melalui batik, membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat dalam upaya menciptakan sentra kerajinan batik di Salatiga, menggali potensi batik dari sejarah, seni, dan budaya yang ada di Salatiga”.

Sedangkan menurut narasumber B1:

“Masyarakat Indonesia dan para petinggi negeri masih setia dan bangga memakai batik sebagai cara aktualisasi diri, baik pada saat menerima para tamu asing maupun pada saat bersosialisasi dengan sesama. Batik tidak hanya dipakai dan diproduksi di Jawa, tetapi juga diberbagai tempat di Nusantara, sehingga peluang itu masih ada”.

Dalam situasi saat ini, kemampuan mengembangkan ide-ide baru dan cara baru dalam pemecahan masalah serta menemukan peluang menjadi kekuatan yang mendasari banyak pengambilan keputusan bisnis yang berorientasi pada diferensiasi produk, strategi pemasaran, dan pengembangan usaha. Bagaimana Batik Selotigo dapat melihatnya sebagai peluang berwirausaha, pendapat narasumber (A1)

“Untuk memperbesar peluang wirausaha dengan peningkatan kualitas produk dengan cara meningkatkan kompetensi UKM batik dengan memperluas pengetahuan, menambah wawasan, dan mengembangkan ketrampilan sumber daya manusia serta meningkatkan kualitas alat-alat produksi. Seperti yang dilakukan UKM Batik Selotigo yang sebagian telah menerapkan cara memproduksi batik dengan bahan-bahan alami”.

Lebih lanjut Narasumber (A1)

“Untuk konsep desain produk Batik Selotigo masih dari pemilik yang kemudian diterjemahkan ke dalam gambar oleh karyawan bagian gambar desain. Untuk motif batik Selotigo mempunyai ciri khas yaitu motif-motif batu yang bertumpuk yang dikembangkan. Ciri itu dapat dimaknai sebagai identitas kota Salatiga, sebagai peran budaya lokal.”

Seperti gambar berikut ini:



Gambar 4.1

Entrepreneurial opportunity berbasis batik berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan solidaritas dan jejaring ekonomi lokal. Keunikan motif dan cerita budaya mendorong pelaku usaha untuk mengembangkan produk inovatif dan memperluas pasar tidak hanya di kancah lokal, tapi juga dikancah Nasional.

4.1.2 Proses Pemanfaatan Nilai Budaya

Pelestarian nilai budaya batik di tengah arus globalisasi yang mengancam keberlanjutan tradisi lokal, sehingga pelestarian warisan budaya, desa wisata menjadi salah satu program pembangunan pariwisata berbasis masyarakat yang berorientasi pada keberlanjutan budaya batik dapat terjaga dan berkontribusi pada perekonomian lokal (Amalia, 2024). Menurut narasumber A1:

“Motif batik Selotigo, yaitu batik yang berasal dari kota salatiga, diambil dari prasasti batu tiga tumpuk. Sehingga batik ini mempunyai ciri khas desain watu rumpuk (batu bertumpuk). Yakni prasasti yang menandakan lahirnya kota Salatiga. Dari prasasti inilah pengembangan batik Selotigo dengan motif khas yang diambil dari prasasti berupa tiga tumpukan batu itu di mulai”.

Lanjut narasumber A1

“Bentuk utama batik Selotigo adalah tiga tumpukan batu besar yang diciptakan dari bentuk batu yang menjadi identitas kota Salatiga. Bulatan batu yang bertumpuk tersebut menjadi ragam hias utama maupun sebagai desain dalam motif batik Selotigo, sejarah batu bertumpuk tiga sebagai kebanggaan otentik warga salatiga”.

Sedangkan narasumber B1:

“Budaya lokal berperan penting sebagai pembentuk identitas, perekat sosial, sumber kearifan lokal, pendorong ekonomi kreatif, serta media pendidikan moral. Pelestarian budaya lokal perlu terus dilakukan seperti batik lokal. Dengan demikian, budaya lokal tidak hanya menjadi warisan masa lalu, tetapi juga modal untuk membangun pondasi masa depan bangsa”.

Menurut narasumber C1:

“Mutu produk yang dihasilkan baik, industri batik Selotigo selalu mengutamakan mutu produk yang dihasilkan, baik dari segi desain, warna, variasi bentuk atau ukuran dan motif yang menjadi ciri khas batik Selotigo mengangkat nama kota Salatiga”.

Pelaku UKM dapat memanfaatkan nilai budaya melalui *storytelling* produk, kolaborasi komunitas, dan pengembangan wisata edukasi batik. Selain itu dapat ditambah dengan paket eduwisata bagi pengunjung dengan belajar membatik bersama untuk souvenir yang dapat dibawa pulang bersama kenangan wisata, dengan itu pula penjualan juga akan terbantu dengan lebih mengenalkan produk dari pemasaran mulut ke mulut yang paling efektif dari pengunjung yang datang untuk berkunjung dari luar kota. Menurut sumber A1:

“Potensi dan pengembangan pasar, potensi pasar di Salatiga masih sangat besar, hal ini dapat dilihat dengan jumlah penduduk dan pendatang yang semakin bertambah tiap tahunnya dan bisa menawarkan produknya ke pemerintahan di daerah kabupaten Semarang. Selain itu batik Selotigo berencana memasarkan batik ke negeri paman Sam dengan bantuan dari seorang teman pemilik usaha batik Selotigo”.

Menurut Sumber C2:

“Untuk motif batik Selotigo mempunyai ciri khas yaitu motif-motif batu yang bertumpuk yang dikembangkan, Ciri itu dapat dimaknai sebagai identitas kota Salatiga dan menjadi kebanggaan pemakainya”.

Sedangkan menurut sumber B1:

“Mutu produk yang dihasilkan baik, industri batik Selotigo selalu mengutamakan mutu produk yang dihasilkan, baik dari segi desain, warna, variasi bentuk atau ukuran dan motif yang menjadi ciri khas batik Selotigo mengangkat nama kota Salatiga”.

Seperti gambar berikut:



Gambar 4.2

4.1.3 Dampak batik Selotigo terhadap Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Batik dapat dijadikan peluang bisnis untuk mensejahterakan masyarakatnya. Pengusaha batik yang memiliki kompetensi dalam pemasaran dapat memperkenalkan produk batik mereka lebih luas, baik secara lokal, nasional bahkan internasional. Dengan mengenalkan budaya dalam pembuatan batik, termasuk keterampilan, pembelajaran antar generasi, dan pengaruh budaya lokal terhadap desain batik supaya terjadi pemberdayaan ekonomi lokal kedepannya. Batik khas Salatiga ini, beberapa kali diundang mengikuti pameran di berbagai kota, papar A1,

“Beberapa waktu lalu, kami ikut acara Expo di Pekalongan, acara Gebyar Magelang, dsb. Bahkan, kami juga telah berapa kali berpameran di daerah Jakarta dan selama ini, repons masyarakat cukup bagus, sehingga kedepannya kami terus berupaya memperkaya motif batik Selotigo”.

Menurut narasumber B1:

“Menjadikan batik Selotigo sebagai identitas kota Salatiga. Saya berpikir alangkah baiknya jika industri ini bisa seperti usaha Joger di pulau Bali, yang tidak hanya menyediakan pakaian saja tetapi juga bermacam-macam cendera mata dan oleh-oleh khas Bali. Sehingga jika orang berkunjung ke pulau Bali ada yang kurang jika tidak berkunjung ke Joger. Begitu pula batik Selotigo saya harapkan bisa membuat image kepada pelanggan seperti itu. Jika ada wisatawan luar kota maupun luar negeri yang berkunjung ke kota Salatiga, mereka merasa kurang jika tidak berkunjung ke galeri batik Selotigo dan membawa oleh-oleh dari galeri ini”.

Pemberdayaan ekonomi lokal yang ditandai dengan peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan kemandirian usaha menunjukkan bahwa strategi perusahaan yang berorientasi pada hubungan jangka panjang yaitu ketika masyarakat lokal memperoleh manfaat ekonomi yang berkelanjutan, kemudian lanjut narasumber B1:

“Strategi promosi yang dilakukan UKM Batik Selotigo selain Words of Mouth, yaitu dengan cara mengikuti pameran-pameran yang diadakan oleh Disperindag maupun pihak swasta, maupun event-event fashion show di mal maupun di hotel di dalam kota maupun luar kota. Dengan mengikuti pameran dan bekerja sama dengan pihak Modelling di berbagai kota tersebut menjadi peluang atau kesempatan bagi UKM Batik Selotigo untuk mempromosikan batik khas Salatiga”.

Menurut narasumber C2:

“Harga batik yang di patok oleh batik Selotigo ini pun cukup terjangkau dan bersaing, mulai dari Rp.100.000-Rp.200.000 dan tersedia juga dalam bentuk kain berukuran 2 meter dan juga dalam bentuk baju jadi, sehingga bisa menjadi salah satu pematik ekonomi lokal”.

Sedangkan sumber C1:

“Batik Selotigo juga memproduksi batik dalam bentuk baju yang up to date, sesuai dengan budaya lokal salatiga sehingga menambah pilihan produk bagi konsumen dengan model baju yang sedang trend”.

4.2 Diskusi

Dengan mendayagunakan keahlian dan potensi lokal, sentra budidaya menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat ikatan sosial (Suparmi, 2024). Industri batik adalah salah satu industri di Indonesia yang mengalami tantangan global. Para pengusaha batik lokal di berbagai daerah mengalami kesulitan dalam mengembangkan pasar. Selain itu, dampak globalisasi terhadap bisnis batik di Indonesia, termasuk tantangan dan peluang yang dihadapi oleh para pengrajin batik, juga memengaruhi perkembangan industri ini (Kardiyati, 2025). Sedangkan menurut A1:

“Potensi dan pengembangan pasar, potensi pasar di Salatiga masih sangat besar, hal ini dapat dilihat dengan jumlah penduduk dan pendatang yang semakin bertambah tiap tahunnya dan bisa menawarkan produknya ke pemerintahan di daerah kabupaten Semarang. Selain itu, supaya menjadi kebanggaan pada konsumen batik Selotigo berencana memasarkan batik ke negri paman Sam dengan bantuan dari seorang teman pemilik usaha batik Selotigo”

Melestarikan tradisi batik sekaligus menciptakan generasi penerus yang cinta akan budaya lokal dengan menggendeng guide dan mengadakan pelatihan untuk memperkenalkan teknik membatik kepada generasi muda, sehingga mereka berkomitmen untuk menggunakan bahan-bahan alami dan proses pembuatan yang ramah lingkungan (Nuraini, 2025). Namun juga dapat meningkatkan budaya daerah dimana coraknya mengandung unsur sejarah, bahkan produksi batiknya ramah lingkungan dengan memperhatikan environment (Setyaningrum, 2024). Menurut narasumber B1

“Pemerintah Salatiga juga sangat mendukung dan meperintahkan agar seluruh PNS Salatiga menggunakan batik Selotigo pada hari tertentu”

Lebih lanjut narasumber B1:

“Dukungan dari pemkot Salatiga, termasuk mempunyai gerai batik di beberapa hotel di Salatiga. Dengan mengikuti pameran dan bekerja sama dengan pihak Modelling di berbagai kota tersebut menjadi peluang atau kesempatan bagi UMKM Batik Selotigo untuk mempromosikan batik khas Salatiga”.

Selain pemberdayaan pada produk lokal itu, karena sifatnya yang membuat konsumen mudah berfokus pada manfaat jangka panjang, maka stimulasi kebanggaan otentik juga menjadi relevan dalam promosi produk maupun jasa yang sifatnya investasi jangka panjang. Integrasi kegiatan pelatihan dan pengembangan ke dalam keputusan dan kegiatan bisnis yang kritis dapat menjadi alat untuk memecahkan masalah yang dihadapi organisasi (Nasarudin, 2023).

5. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian di atas hasil analisis yang telah dilakukan pada Industri Batik Selotigo, maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu: 1). Berdasarkan dari hasil analisis peran lokal pada industri batik Selotigo, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai budaya batik menjadi sumber utama munculnya peluang kewirausahaan. Adapun faktor-faktor strategi internal yang menjadi kekuatan bagi Batik Selotigo adalah mutu produk yang dihasilkan baik, hubungan baik dan kebanggaan pelanggan serta adanya budaya lokal sebagai motivasi dan dapat menghasilkan SDM yang produktif. Kesuksesan dalam berwirausaha merupakan hal yang sangat diinginkan oleh para wirausaha, baik itu usaha kecil hingga usaha dengan skala besar. Dengan peluang berwirausaha, selain dapat memberikan keuntungan bagi diri sendiri seperti mendapatkan penghasilan dari bisnis, juga turut memberikan keuntungan kepada orang-orang yang dijadikan sebagai pekerja maupun mitra bisnis. 2). Berdasarkan dari hasil analisis *entrepreneurial opportunity*, maka dihasilkan bahwa mempertahankan kualitas produk dengan tetap menjaga *green concept* sebagai bagian budaya lokal, menawarkan produk ke organisasi, pemerintah daerah atau kelompok kerja, meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan, meningkatkan desain motif yang kreatif dan menarik dan menambah saluran distribusi. Sedangkan faktor-faktor yang menjadi kelemahan bagi Batik Selotigo adalah saluran distribusi yang kurang efisien dan SDM yang kurang memadai dan persaingan yang cukup ketat dalam Industri batik. Dari ulasan di atas juga dapat ditarik sejumlah implikasinya sebagai berikut: 1). Hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang kewirausahaan dan budaya merupakan faktor penting dalam mendorong pemberdayaan ekonomi lokal, sehingga memperkaya pembangunan ekonomi lokal berbasis *entrepreneurial opportunity*. Meningkatkan kualitas kewirausahaan pada batik agar bisa di terima oleh masyarakat dengan cara menciptakan perkembangan tren budaya lokal. 2). Peningkatan daya saing harus didukung oleh kegiatan pemerintah lokal dan pengembangan lain yang mendukung batik sebagai budaya lokal. Oleh karena itu, UKM perlu mulai mengintegrasikan peran batik dalam warisan dan aset budaya dalam pemberdayaan ekonomi lokal yang menghadapi tantangan persaingan global, di mana kreativitas, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan menjadi penentu keberlanjutan UKM.

Referensi

1. Alimuddin, Andi. (2021). Penggunaan Internet dan Peluang Berwirausaha di Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis* Vol.26 No.2 Desember 2021.p-ISSN: 1979-861X e-ISSN: 2549-1555
2. Amalia, Selvi., Zahrah Luthfi Kholifah, Novita Sausan Juliani, Yulianwan Kasmahidayat. (2024). Analisis Proses Pembelajaran Membatik di Sanggar Batik Cikadu Tanjunglesung: Nilai-Nilai Budaya dan Nilai Pendidikan. *KOLEKTIF: Jurnal Pendidikan, Pengajaran, dan Pembelajaran* Volume 1 (2), Desember 2024, 184-194e-ISSN: 3063-6949; p-ISSN: 3063-637X
3. Anggorojati, dkk.. (2025). Aryo Eksplorasi Nilai Estetika Batik Kontemporer sebagai Identitas Budaya Lokal dalam Industri Kreatif Global. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)* Volume 4 Nomor 3, 2025 pp: 6909-6922.
4. Chandra, Yanto. (2017). A time-based process model of international entrepreneurial opportunity evaluation. *Journal of International Business Studies* (2017) 48, 423-451
5. Cakrajaya, C., dkk. (2025). Interpretasi Hasil Karya Transfer Warna pada Sarung Bantal dalam Mata Kuliah Batik Kreatif. In *Journal of International Multidisciplinary Research* (Vol. 3, Issue 1, pp. 71-81). PT. Banjarese Pacific Indonesia. <https://doi.org/10.62504/jimr1155>
6. Hartati, Qorry Eka., Iva Khairil Mala dan Sutantri. (2025). Optimalisasi Keberhasilan Bisnis Kearifan Lokal Dalam Menghadapi Era Globalisasi. *Jurnal Multilingual* Vol. 5, No. 1 (2025). ISSN: 1412-482x
7. Kardiyati, Endah Nurhawaeny. (2025). Community Empowerment throug Natural Coloring Batik Entrepreneurship. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan* DOI:10.14421/jpm.2025.091-05
8. Karimah, Jamilatin Sika., Nun Tupa., dan Lailatul Azizah. Inovasi Strategi Pengembangan Motif Batik Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen Mancanegara (pada Batik Manggur Desa Triwung Kidul – Kademangan – Probolinggo). (2024). *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi dan Arsitektur* E-ISSN: 3025-227X P-ISSN: 3025-2288. Vol. 2 No. 1 Mei 2024
9. Margiutmo, Sapta Aji Sri., Maria Magdalena Pur Dwiastuti., dan Wendri Sukmarani. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Ekonomi Kreatif Kelompok Batik Wanita Sejahtera. *ABDISOSHUM (Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial dan Humaniora)*. Vol. 4No. 3(2025) 429-437

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4845>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

10. Nasarudin dan Siti Ahyuni. (2023). Strategi pendampingan industri kreatif menengah kerajinan baduy berbasis local wisdom: tinjauan model triple helix. JSCSR. 2023, Volume 1, Issue 1. <https://journal-iasssf.com/index.php/JSCSR>
11. Nengsih, Dewi Ambar Wati., Mamlu'atun Nikmah., dan Waqiatul Aqidah. (2025). Peran Industri Batik Dewi Rengganis Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal Kabupaten Probolinggo. Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS). Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 2271-2277. P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X
12. Nuraini, Viki., Haris Hermawan., dan Jekti Rahayu. (2025). Entrepreneurship strategy based on creativity and product innovation: an empirical study on the sustainability of banyuwangi traditional batik msms. Dynamic Management Journal Volume 9 No. 2 Tahun 2025 Hal 572-593. DOI: <http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v9i2.13897>
13. Ratnawati, Susi dan Nurul Umi Ati. (2021). Pelatihan dan Pendampingan UMKM Batik Tulis di Desa Jabaran Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo. Jurnal Abdidas Vol 2 No 2 Tahun 2021 p-ISSN 2721-9224. DOI: <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i2.287>
14. Setyaningrum, Retno Purwani., Muhamad Ekhsan., dan Muhammad Fatchan. (2024). Menciptakan Kemandirian Batik Bekasi untuk UKM Batik di Pemerintah Kota dan Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Indonesian Journal of Society Engagement. Vol. 5, No. 2, Agustus 2024, Hal. 138–155 DOI: <https://doi.org/10.33753/ijse.v5i2.163>
15. Suddaby, Roy., Garry D. Bruton, and Steven X. Si. (2015). Entrepreneurship through a qualitative lens: Insights on the construction and/or discovery of entrepreneurial opportunity. Journal of Business Venturing Volume 30, Issue 1, January 2015, Pages 1-10
16. Suparmi, dkk. (2024). Pemberdayaan Perempuan dengan Keterampilan Membuat Batik Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga di Kelurahan Kemijen Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang. J-Abdi, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.3, No.11 April 2024.