

Strategi Pengelolaan Batik Sebagai Produk Unggulan Desa Wisata Wukirsari, Bantul, Yogyakarta

Ani Wijayanti

*Perhotelan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Kramat Raya No.9, Kwitang, Senen, Jakarta Pusat, DKI Jakarta
ani.awi@bsi.ac.id*

Abstrak

Desa wisata Wukirsari mempunyai potensi wisata yang unik yakni batik tulis klasik bermotif tradisional dengan warna alam. Batik tulis sebagai produk unggulan belum disinergikan dengan berbagai potensi lokal sebagai paket wisata tematik. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi potensi desa melalui tujuh indikator keberhasilan pengelolaan desa wisata, yaitu kelembagaan, daya tarik, aksesibilitas, amenitas, promosi, kemitraan, dan konservasi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dianalisis menggunakan skoring dan pembobotan. Hasil analisis menunjukkan secara keseluruhan desa wisata Wukirsari mempunyai skor bobot 70, yakni masuk kategori performa bagus. Setiap kriteria indikator pengelolaan desa wisata mempunyai kinerja berbeda dari kurang sampai sangat baik. Kinerja kriteria indikator menjadi acuan dalam merumuskan strategi pengelolaan desa wisata Wukirsari melalui optimalisasi batik sebagai produk unggulan. Implikasi penelitian berupa peningkatan kesejahteraan masyarakat desa Wukirsari pada umumnya dan para pengrajin batik pada khususnya.

Keyword : Batik, Pemberdayaan, Desa Wisata, Keunikan

Batik Management Strategy as a Superior Product Wukirsari Tourism Village, Bantul, Yogyakarta

Abstract

Wukirsari tourism village has unique tourism potential, namely classic hand-written batik with traditional motifs and natural colors. Written batik as a superior product has not been synergized with various local potentials as a thematic tour package. This study aims to identify the potential of the village through seven indicators of successful tourism village management, namely institutionalization, attractiveness, accessibility, amenity, promotion, partnership, and conservation. The research method used a quantitative approach. Data were analyzed using scoring and weighting. The results of the analysis show that overall, Wukirsari tourism village has a weight score of 70, which is in the good performance category. Each indicator criteria of tourism village management has different performance from less to very good. The performance of the indicator criteria becomes a reference in formulating the management strategy of Wukirsari tourism village through the optimization of batik as a superior product. The implication of the research is an increase in the welfare of the Wukirsari village community in general and batik craftsmen in particular.

Kata kunci: Batik, Empowerment, Tourism Village, Uniqueness

PENDAHULUAN

Perkembangan iklim perekonomian nasional berdampak pada ekonomi lokal yang mendorong pertumbuhan potensi lokal, antara lain batik. Desa batik dapat mengimplementasikan konsep pemberdayaan masyarakat untuk mewujudkan pertumbuhan perekonomian yang berkelanjutan (Marlina, 2015) melalui pengembangan desa wisata (Krestanto, 2018). Pemberdayaan masyarakat merupakan kekuatan vital dalam pengembangan desa wisata, mencakup aspek

fisik, material, ekonomi, kelembagaan, dan komitmen bersama (Iryana, 2018). Pengembangan produk batik berbasis pemberdayaan masyarakat merupakan upaya mewujudkan masyarakat sebagai bagian produk wisata melalui proses rekayasa sosial untuk meningkatkan perekonomian masyarakat lokal (Suwarjo, 2019). Pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui optimalisasi keterlibatan (Aditya et al., 2018) dan *rural generation* untuk mewujudkan kemandirian masyarakat yang berdampak

Naskah diterima: 2024-02-14, direvisi: 2024-05-02, disetujui: 2024-06-19

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah>

pada aspek fisik dan sosial-ekonomi (Nurini & Widjajanti, 2021).

Batik merupakan karya tradisional bangsa Indonesia yang dikukuhkan sebagai warisan budaya tak benda (Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi atau *Masterpieces of the Oral and the Intangible Heritage of Humanity*) oleh *United Educational, Scientific, and Cultural Organization* (UNESCO) pada tanggal 2 Oktober 2009 (Setiawan et al., 2014; Aditya, 2014; Triana & Retnosary, 2020). Pengakuan batik Indonesia secara resmi oleh lembaga internasional berdampak positif terhadap peningkatan atau permintaan pasar (Suliyanto et al., 2015). Batik sebagai warisan budaya memiliki nilai ekonomi bagi masyarakat melalui peluang kerja pada industri batik (Alhusain, 2015) yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat (Larasati, 2021). Usaha produksi batik mampu memberikan keuntungan sebesar 14 s.d 57% (Retnanto, 2015).

Pengakuan batik oleh UNESCO sebagai warisan budaya memuat amanah untuk memelihara batik sebagai warisan budaya tak benda (Asri, 2018). Keterlibatan *stakeholder*, terutama unsur pemerintah sangat dibutuhkan untuk memelihara dan meningkatkan budaya membatik yang masih lemahnya pada sebagian masyarakat (Muarifuddin et al., 2016). Pemerintah menciptakan iklim kondusif, serta mendorong masyarakat terlibat aktif sebagai pelaku sektor pariwisata melalui kesenian batik. Pemerintah memberikan dukungan melalui penyelenggaraan berbagai pelatihan berbasis *hardskill* dan *softskill*, pendampingan dan pembinaan strategi pemasaran, penataan organisasi, dan pengelolaan *showroom* produk batik (Muarifuddin et al., 2016). Eksistensi usaha batik dipertahankan dan ditingkatkan melalui pemeliharaan ciri khas dan keindahan seni batik, tanpa meninggalkan perkembangan dan kebutuhan pasar (Utomo et al., 2018).

Industri batik di Indonesia menghadapi ancaman produk tiruan dari produksi lokal dan produksi negara lain (Oscario, 2014; Masiswo et al., 2017). Berdasarkan data tahun 2012 s.d 2014, tercatat jumlah import produk tekstil batik mengalami peningkatan 17,9% (Handoyo & Wikanto, 2015). Kehadiran printing bermotif batik dengan harga murah merupakan penyimpangan filosofi batik yang bermakna teknik dan proses yang memuat motif bernilai seni (Setiawati et al., 2011; Nawawi, 2018), sekaligus ancaman bagi batik tulis dan batik cap (Kurniasih, 2018).

Aktivitas membatik secara tradisional masih terpelihara pada beberapa daerah,

antara lain; Yogyakarta, Solo, Pekalongan, Jambi, Banjarmasin, Mandura, Tulung Agung, Cirebon, Papua, dan Bali (Ully et al., 2022). Wukirsari merupakan desa di Bantul, Yogyakarta yang masih memelihara budaya batik tulis secara konvensional melalui proses yang lama, dari pengadaan bahan baku hingga distribusi produk (Retnanto, 2015). Proses produksi tersebut menyebabkan harga jualnya relatif mahal, serta tidak dapat bersaing dengan produk batik dari Tiongkok yang lebih murah dan beragam (Alhusain, 2015). Pengrajin batik di Wukirsari juga mengalami kesulitan memenuhi kualitas Standar Nasional Indonesia (SNI), karena didominasi usaha rumah tangga yang terkendala persyaratan izin usaha dan pembiayaan pengurusan SNI.

Pengrajin batik di desa Wukirsari didominasi warga lanjut usia. Upaya menumbuhkan budaya batik kepada generasi muda menjadi tantangan berat karena gaya hidup dan persepsi terhadap batik. Generasi muda mempunyai persepsi kurang baik, antara lain; penghasilan kecil dan tidak menentu, sulit mencapai kesuksesan, merupakan pekerjaan sampingan dan tidak bergengsi, serta memerlukan ketelatenan yang hanya bisa dilakukan pekerja lanjut usia (Suliyanto et al., 2015). Generasi milenial sendiri merupakan konsumen potensial, sekaligus berpotensi sebagai pelaku usaha batik (Berutu et al., 2023). Generasi milenial memiliki pola hidup konsumtif dan berdaya beli tinggi terhadap produk dalam negeri, salah satunya kerajinan batik (Yuswohady, 2016).

Industri batik sudah dikembangkan di berbagai daerah di Indonesia, sehingga persaingan usaha makin ketat. Kondisi ini menuntut pengelola batik di Wukirsari meningkatkan kreativitas dan inovasi untuk meningkatkan daya saing melalui diversifikasi produk. Diversifikasi produk batik dapat dilakukan melalui pengemasan paket wisata batik berbasis edukasi yang mempunyai makna lebih kuat dibandingkan sekedar menjual produk (Sidiq et al., 2018). Kesenian membatik yang sangat bervariasi menjadi aset pariwisata dan budaya yang mampu menjadi daya tarik kunjungan wisata (Putri & Sabardila, 2023). Keunikan batik desa Wukirsari adalah mempertahankan batik tulis yang bermotif tradisional dengan pewarna alami. Penelitian bertujuan menyusun strategi pengelolaan batik sebagai produk unggulan yang disinergikan dengan paket wisata desa Wukirsari. Strategi pengelolaan dirumuskan melalui dua tahapan, yakni mengidentifikasi sumber daya melalui indikator penilaian potensi desa wisata dan

menganalisis hasil identifikasi untuk mendapatkan rekomendasi pengelolaan sesuai potensi desa Wukirsari.

KAJIAN PUSTAKA

Batik

Batik merupakan sejenis kain yang memiliki berbagai motif khas yang dikenal masyarakat luas (Wijayanto, 2015). Batik sebagai seni khas Indonesia dihasilkan dari teknik pewarnaan kain menggunakan pola rumit dan indah (Susetyawati & Kintoko, 2022). Setiap motif batik menunjukkan kekhasan suatu daerah, menunjukkan identitas, strata sosial, kebudayaan, dan spiritualitas manusia (Iskandar & Kustiyah, 2016). Batik diproduksi melalui beberapa tahapan, yakni: perencanaan pola batik, pembuatan batik, pengemasan, sampai distribusi kepada konsumen (Sunarjo et al., 2023). Secara menyeluruh, industri batik membutuhkan pengelolaan operasional yang efektif, meliputi: pengelolaan persediaan bahan baku, pengawasan mutu produksi, dan efisiensi proses produksi (Khamidah, 2022).

Batik yang diproduksi melalui buatan tangan atau *handmade* atau tradisional terbagi menjadi tiga jenis, yakni batik tulis, batik lukis, dan batik cap (Singgih, 2016). Pembuatan batik *handmade* membutuhkan waktu lama dengan harga jual mahal, karena berkualitas tinggi, tidak mudah pudar, dan tahan lama (Kina, 2013). Namun demikian, proses membatik secara tradisional menyebabkan inefisiensi, karena setiap tahapan membutuhkan energi dan bahan tambahan (Nurdalia, 2006). Perkembangan teknologi telah memunculkan tekstil bermotif batik melalui proses sablon yang disebut printing. Sistem produksi printing mampu memproduksi banyak dalam waktu singkat, sehingga mempunyai harga jauh lebih murah dari batik *handmade* (Setiawati et al., 2011; Nawawi, 2018).

Pengembangan Desa Wisata Batik

Pengembangan budaya batik mampu mewujudkan konservasi budaya dan mencegah kepunahan batik pada suatu daerah melalui program eduwisata berbasis batik (Prayogo et al., 2021). Konsep eduwisata berbasis batik mampu mempertahankan kelestarian budaya lokal, sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat. Pengembangan usaha batik yang dikemas dalam konsep edukasi mempunyai makna yang lebih kuat dibandingkan sekedar menjual produk. Edukasi batik dikemas secara

sinergi dalam bentuk paket wisata (Sidiq et al., 2018).

Indikator keberhasilan pengembangan desa batik menjadi desa wisata memerlukan kajian dari dua aspek, yakni aspek sediaan dan aspek permintaan (Tyas & Damayanti, 2018). Aspek sediaan meliputi: daya tarik, promosi, *amenity*, kelembagaan, informasi, dan aksesibilitas, sedangkan aspek permintaan mencakup: peluang kunjungan wisatawan. Berdasarkan Peraturan Gubernur Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta No 40 Tahun 2020 tentang kelompok sadar wisata dan Desa/Kampung Wisata menjabarkan indikator keberhasilan pengembangan desa wisata mencakup delapan aspek, yakni: kelembagaan; kemitraan; lingkungan dan pelestarian; peran serta masyarakat; atraksi wisata; aksesibilitas; amenitas; dan promosi dan pemasaran. Inisiasi kuat dari masyarakat menjadi faktor pendukung keberhasilan desa wisata dalam melestarikan batik sebagai warisan budaya bernilai ekonomi, sosial, dan budaya (Muarifuddin, 2017).

Keberhasilan pengelolaan usaha batik dipengaruhi beberapa aspek, yakni inovasi produk, kualitas, ciri khas atau keaslian (Ferdiansyah & Abadi, 2023), manajemen operasional, strategi pemasaran, dan respon pasar (Monik & Siregar, 2022). Inovasi produk merupakan upaya mewujudkan produk dan jasa baru dan memperkenalkan ke pasar (Pang et al., 2019). Inovasi produk batik mencakup; eksplorasi bahan dan teknik pewarnaan, modifikasi batik dengan gaya fashion modern, dan pemanfaatan teknologi digital dalam perancangan batik (Widiana & Alit, 2022). Mutu produk dipertahankan melalui konsistensi penggunaan bahan yang berkualitas. Manajemen operasional mencakup pengelolaan bahan baku, efisiensi produksi, pengawasan mutu, dan pengelolaan biaya yang efektif (Nugroho et al., 2023). Pemasaran berfokus pada mutu produk untuk membangun dan meningkatkan loyalitas dan kesetiaan konsumen. Strategi harga diimplementasikan dengan mempertimbangkan aspek kesesuaian harga dengan mutu produk. Strategi pemasaran meliputi; identifikasi segmen pasar, penentuan target pasar yang tepat, dan promosi efektif pada konsumen potensial (Ulfah et al., 2021). Promosi efektif dapat dilakukan melalui pemanfaatan media sosial secara optimal dan kolaborasi dengan desainer yang populer untuk meningkatkan daya beli konsumen. Promosi produk batik melalui orientasi kepentingan masyarakat mampu memperkuat kesan produk (Azzahra et al., 2021). Respon

pasar sangat berdampak terhadap keberlanjutan usaha batik. Respon pasar menunjukkan sejauh mana kebutuhan, harapan, dan preferensi konsumen sebagai acuan dalam memproduksi batik. Respon pelanggan dapat diperoleh melalui survei, ulasan produk, dan interaksi secara langsung dalam bentuk umpan balik sebagai referensi dalam meningkatkan kualitas produk batik (Pertiwi, 2023).

Berbagai upaya yang dapat dilakukan dalam pengembangan batik, antara lain; mengelola data base batik, memperbaharui printing industri batik, pemanfaatan sumber daya lokal, penggunaan pewarna alam, optimalisasi *stakeholder* untuk peningkatan keterampilan masyarakat, meningkatkan pemahaman potensi batik, pengelolaan limbah, penguatan *brand* batik tulis dan cap, strategi pemasaran (Siregar et al., 2020), dan penyediaan *showroom* sebagai tempat *workshop* sekaligus display produk batik (Tyas & Damayanti, 2018).

Pengembangan desa batik melibatkan *stakeholder* dari berbagai unsur, antara lain akademisi, pemerintah, dan masyarakat sendiri. Akademisi melakukan transfer pengetahuan dan pengembangan produk sebagai informasi bagi masyarakat dalam berkreativitas dan berinovasi untuk meningkatkan nilai tambah produk batik (Suheri & Aulia, 2017). Pemerintah mendukung implementasi peraturan, kebijakan, dan peningkatan sarana prasarana, antara lain penggunaan pakaian batik pada lembaga pemerintah dan sekolah (Efendi, 2022). Masyarakat terlibat aktif melalui kreativitas dan inovasi pengembangan produk batik (Dwimahendrawan & Saputri, 2021). Kreatifitas seni membuat dapat dilakukan melalui tiga program unggulan, meliputi; pelatihan pemanfaatan sosial media, pelatihan pengembangan produk batik, dan pelatihan pemasaran online.

Kewirausahaan dalam Bidang Batik

Pengelolaan produk batik pada suatu daerah mampu mewujudkan jiwa kewirausahaan berbasis masyarakat yang dibentuk dari unsur tata kelola yang partisipatif (Defourny et al., 2019). Kewirausahaan berbasis masyarakat dibangun dari nilai-nilai budaya yang mengutamakan rasa saling percaya, memiliki motivasi kuat, tradisi saling membantu, kepemimpinan yang mampu mengenali peluang dan resiko usaha, dan memiliki sumber daya bersama sebagai modal usaha untuk menjalankan aktivitas ekonomi (Parwez, 2017). Kewirausahaan berbasis masyarakat merupakan kewirausahaan sosial

yang komersial dengan prinsip pengelolaan partisipatif dan berpotensi memecahkan permasalahan sosial (Defourny et al., 2019).

Pengembangan desa wisata batik berdampak positif pada aspek ekonomi, yakni menyerap tenaga kerja, membuka peluang kerja, meningkatkan penghasilan, memelihara budaya, meningkatkan rasa memiliki, dan meningkatkan pengendalian masyarakat lokal (Hermawan, 2016; Eskak & Salma, 2020). Pengembangan desa wisata batik berdampak *multiplayer effect* bagi daerahnya, serta masyarakat lokal dalam peningkatan perekonomian (Fanaqi et al., 2020).

Pengembangan batik sebagai salah satu ekonomi kreatif tidak terlepas dari peran aktif Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Peran serta aktif UKM dalam pengelolaan batik dapat dilihat dari tiga indikator, meliputi; peningkatan pemahaman masyarakat dalam pengelolaan hasil kerajinan, peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam pengelolaan dan pemasaran, dan terbangun jejaring distribusi hasil pengelolaan batik sebagai peluang usaha masyarakat lokal (Imamilkhour et al., 2022). Program pelatihan dilaksanakan secara bertahap, meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pendampingan, monitoring dan evaluasi, dan tindak lanjut. Tahap perencanaan meliputi; sosialisasi, identifikasi, dan penentu arah tujuan program pelatihan. Tahap pelaksanaan dan pendampingan, meliputi; pengumpulan bahan dan alat, proses pembuatan, penyelesaian, pembekalan teori, dan praktikum. Tahapan monitoring dan evaluasi bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai kekurangan sebagai acuan pembenahan dan tindak lanjut sebagai bentuk pemantauan secara berkala. Program pelatihan bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat, serta mewujudkan sifat partisipatif masyarakat (Imamilkhour et al., 2022).

Kendala Pengembangan Desa Wisata Batik

Secara umum permasalahan yang dihadapi pengrajin batik dikelompokkan menjadi dua, yakni produksi, dan manajemen (Herawati et al., 2017). Permasalahan produksi mencakup; 1). Proses produk batik memakan waktu lama dengan hasil kurang bagus karena keterbatasan peralatan, dan 2). Kualitas warna kurang bagus, karena proses pewarnaan batik masih manual. Permasalahan manajemen meliputi; 1). Sistem manajemen dan strategi pemasaran masih konvensional, 2). Sistem kendali mutu produk belum diimplementasikan, sehingga tidak mampu menjamin daya saing kualitas produk, dan 3). Pengelolaan administrasi masih lemah,

sehingga pengembangan usaha tidak bisa optimal (Herawati et al., 2017). Permasalahan lain yang sering dihadapi pengrajin batik adalah keterbatasan modal, implementasi teknologi modern, inovasi maju (Handono et al., 2020), promosi dan branding (Wardoyo & Wulandari, 2021) dan pengelolaan keuangan (Solikhin et al., 2019). Kelemahan yang teridentifikasi dalam pengelolaan keuangan, antara lain; penentuan harga pokok, metode pencatatan persediaan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, dan pencatatan transaksi keuangan (Solikhin et al., 2019). Hal ini menjadi tantangan bagi *stakeholder* untuk mendukung ketersediaan modal finansial, modal fisik, dan modal sosial melalui pemberdayaan masyarakat.

Pengelolaan desa wisata batik melalui pemberdayaan masyarakat menghadapi kendala internal maupun eksternal (Muarifuddin et al., 2016). Kendala internal atau kelemahan, meliputi; 1). Partisipasi masyarakat relatif rendah, 2). Pendidikan didominasi sekolah menengah kebawah dengan latar belakang diluar bidang kepariwisataan, 3). Kompetensi masyarakat kurang mendukung, 4). Kelompok sadar wisata belum berfungsi optimal, 5). Sarana dan prasarana belum memadai, 6). Jejaring pemasaran belum terbangun secara luas, 7). Pengelolaan kepariwisataan belum berfungsi secara maksimal, 8). Layanan kependamuan belum memadai, sehingga wisatawan tidak mendapatkan informasi dan pengalaman yang optimal, 9). Keterlibatan pemerintah desa belum maksimal, 10). Pelatihan untuk meningkatkan kecakapan tambahan terkait membatik masih terbatas, 11). *Showroom* belum berfungsi dengan optimal, 12). Keterbatasan modal (Muarifuddin, 2017). Kendala eksternal atau tantangan pengelolaan desa wisata berbasis batik, meliputi; 1). Akses perolehan modal masih terbatas, 2). Partisipasi pemerintah daerah maupun pusat masih rendah, 3). Meningkatnya persaingan pasar global, 4). Pembinaan dan pendampingan dari dinas terkait masih lemah, 5). Ketergantungan pemenuhan alat dan bahan dari luar daerah, 6). Harga batik tulis relatif mahal dan kurang terjangkau bagi masyarakat luas, 7). Harga batik tulis jauh lebih mahal dibanding batik cap atau printing, dan 8). Ancaman pengakuan batik tulis sebagai warisan budaya oleh negara lain.

Batik Ramah Lingkungan

Aspek ramah lingkungan menjadi isu strategis dalam pengelolaan batik. Industri batik di Indonesia cukup beragam, meliputi; skala besar, menengah, kecil, dan rumah

tingga (Apriyani, 2018). Keberagaman tersebut menyebabkan rendahnya standarisasi ramah lingkungan, salah satunya pengelolaan limbah hasil produksi (Fitria & Yustisya, 2021). Kesadaran pengusaha batik dalam mengelola limbah masih rendah, sementara upaya pemerintah untuk pengadaan Instalasi Pengelolaan Air Limbah (IPAL) belum mampu mengimbangi jumlah industri batik (Fitria & Yustisya, 2021). Proses pengelolaan industri batik yang tidak menerapkan ramah lingkungan berdampak pada kerusakan lingkungan dan menurunnya kualitas hidup masyarakat lokal (Eskak & Salma, 2020). Para pengusaha batik harus mampu mengurangi produksi limbah secara mandiri meliputi; manajemen bahan baku dan kimia, penghematan air dan energi, dan daur ulang lilin dan larutan bekas pewarna (Fitria & Yustisya, 2021). Implementasi standarisasi ramah lingkungan pada industri batik mampu meningkatkan daya saing produk batik dan mewujudkan ketangguhan produk dalam menghadapi berbagai krisis dan pasar Internasional (Fitria & Yustisya, 2021). Usaha batik berbasis kearifan lokal mampu memanfaatkan bahan baku yang ada, sehingga tidak tergantung dengan bahan baku dari luar.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yakni menganalisa dan mendeskripsikan data penilaian desa wisata Wukirsari sebagai acuan merumuskan strategi pengelolaan batik sebagai produk unggulan desa wisata Wukirsari (Sugiyono, 2018). Pengumpulan data primer dilakukan melalui instrumen penilaian desa wisata, wawancara, dan observasi, sedangkan data sekunder dilakukan melalui dokumentasi dan studi literatur. Informasi dikumpulkan dari informan yang representatif yakni masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata Wukirsari. Analisis data menggunakan teknik skoring dan pembobotan. Skoring dilakukan melalui penentuan nilai setiap kriteria dari indikator potensi desa wisata untuk memudahkan pengukuran setiap alternatif jawaban (Risanty et al., 2015). Skoring kriteria penilaian desa wisata ditentukan dengan angka 1 s.d 4. Pilihan angka 1 menunjukkan skor terendah sampai dengan angka 4 menunjukkan skor tertinggi. Selain skoring pada kriteria, juga ditentukan pembobotan pada setiap indikator penilaian karena memiliki peranan yang berbeda (Sholahuddin, 2015). Pembobotan dilakukan secara subjektif

berdasarkan *expert judgment* atau pengalaman peneliti dalam mengkaji desa wisata. Indikator penilaian terdiri dari 8 aspek, yakni; daya tarik, aksesibilitas, amenitas,

promosi, informasi, kelembagaan, kemitraan, dan konservasi (Tyas & Damayanti, 2018; Pergub Provinsi D.I.Y No 40/2020), seperti disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Penilaian Desa Wukirsari

No	Indikator	Kriteria	Skor 1-4	Bobot
I	Kelembagaan	1 Organisasi Pengelola	Tidak ada – Ada, optimal	25
		2 Keramahan Masyarakat	Tidak – Sangat Ramah	
		3 Perencanaan	Tidak ada – Ada, optimal	
		4 Pengelolaan Keuangan terintegrasi	Tidak ada – Ada, optimal	
		5 AD/ART	Tidak ada – Ada, optimal	
		6 Pemberdayaan masyarakat	Tidak ada – Ada, menyeluruh	
II	Daya Tarik	7 Potensi Ekraf Batik	Tidak – Sangat potensial	25
		8 Keberagaman produk batik	Tidak – Sangat beragam	
		9 Variasi motif batik tulis	Tidak – Sangat variatif	
		10 Kombinasi batik tulis dan modern	Kombinasi tinggi – Tidak ada, Asli	
		11 Pemandangan alam	Tidak ada – Sangat menarik	
		12 Keunikan/ USP	Tidak – Sangat Unik	
		13 Paket Wisata	Tidak – Sangat beragam	
III	Promosi	14 Sistem Digital	Tidak ada – Ada, optimal	20
		15 Direct Promotion	Banyak – Sedikit program	
		16 Pusat Informasi Wisata	Tidak ada – Ada, optimal	
		17 Kondisi jalan menuju desa	Rusak – Sangat bagus	
IV	Aksesibilitas	18 Signage (Penanda, Penunjuk Arah)	Tidak ada – Ada, menyeluruh	10
		19 Ketersediaan sarana	Tidak ada – Ada, memadai	
		20 Ketersediaan transportasi umum	Tidak ada – Ada, memadai	
V	Amenitas	21 Fasilitas difabilitas	Tidak ada – Ada, memadai	10
		22 Akomodasi/ Homestay	Tidak ada – Ada, memadai	
		23 Pengelolaan Homestay	Buruk – Layanan prima	
		24 Rumah Makan	Tidak ada – Ada, memadai	
		25 Tempat Parkir	Tidak ada – Ada, memadai	
		26 Fasilitas Belanja	Tidak ada – Ada, memadai	
		27 Sarana Peribadatan	Tidak ada – Ada, memadai	
		28 MCK untuk pengunjung	Tidak ada – Ada, memadai	
		29 Lahan terbuka publik	Tidak ada – Ada, memadai	
		30 Sarana air bersih	Tidak ada – Ada, memadai	
		31 Fasilitas dan mekanisme P3K	Tidak ada – Ada, optimal	
VI	Kemitraan	32 Pentahelix	Tidak ada – Ada, berbagai unsur	5
		33 Dampak Kemitraan	Tidak ada – Ada, signifikan	
VII	Konservasi	34 Event wisata budaya	Tidak ada – Ada, berkelanjutan	5
		35 Wisata berbasis lingkungan	Tidak ada – Ada, berkelanjutan	
Skor terendah		$(1 \times 35)/140 \times 100\% = 25$		100%
Skor tertinggi		$(4 \times 35)/140 \times 100\% = 100$		

Sumber: Tyas & Damayanti (2018)

Interval kelas dihitung menggunakan rumus: skor terendah dikurangi skor tertinggi dibagi jumlah kelas, dikali bobot.

$$= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

Skor tertinggi diperoleh melalui nilai terendah dibagi nilai tertinggi dikalikan bobot.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Desa Wisata Wukirsari

Desa wisata Wukirsari berlokasi di Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Wukirsari sangat mudah diakses, dengan jarak tempuh 17 km atau 45 menit dari pusat Kota Yogyakarta. Desa wisata Wukirsari berdiri sejak tahun 2007 dengan tema edu-wisata dan eco-wisata. Potensi wisata di Desa Wukirsari, meliputi; wisata budaya dan edukasi batik di kawasan Giriloyo, wisata alam di kawasan pesisir

sungai opak, wisata religi di kawasan makan raja-raja Pajimatan dan Makam Sunan Giriloyo, wisata ekonomi budaya di kasawan pasar tradisional Sor Jati, dan edu-wisata kerajinan tatah sunggung wayang dan satwa burung di kawasan dusun Pucung.

Desa Wukirsari memiliki kawasan yang merupakan sentra batik disebut kampung batik tulis Giriloyo. Budaya batik tulis Giriloyo muncul bersamaan dengan dengan berdirinya makam raja-raja Imogiri pada tahun 1654 yang berlokasi di bukit Merak (Harsoyo & Puspitasari, 2023). Pengrajin batik Giriloyo didominasi warga perempuan berusia kisaran 40 tahun yang mempunyai keterampilan membantik secara turun menurun (Harsoyo & Puspitasari, 2023). Pengrajin batik di desa Wukirsari tergabung dalam paguyuban batik tulis Giriloyo yang beranggotakan 10 UMKM, serta terbagi dalam dua kelompok yakni

Giriloyo 1 dan Giriloyo 2. Giriloyo 1 terbagi menjadi dua kelompok, yakni Giriloyo 1 meliputi; sekar Arum, Sri Kuncoro, Sungsang Batik, Bimasakti, dan Sidomulyo. Giriloyo 2 meliputi; Berkah Lestari, Giri Indah, Sekar Kedaton, Suka Maju, dan Sungging Tumpuk.

Proses produksi batik tulis memakan waktu relatif lama, yakni 2 minggu hingga 2 bulan setiap kain batik dan tergantung kerumitan motif dan desain. Setiap motif batik yang digunakan memiliki nilai filosofi, antara lain; Sido asih, Sido Mukti, Sido Mulyo, Sido Luhur, Truntum, Grempol, Tambal, Ratu Ratih dan Semen Roma, Madu Bronto, dan Semen Gendhang. Keunikan dan keunggulan kampung batik Giriloyo yakni mempertahankan eksistensi batik tulis yang berkualitas dan penggunaan pewarnaan alam. Proses pengerjaan masih tradisional dengan tingkat kerumitan tinggi dan membutuhkan ketelitian, sehingga harganya relatif mahal yakni berkisar Rp. 350.000,- sampai Rp. 2.500.000,- per lembar kain batik tulis.

Batik sebagai produk unggulan desa wisata Wukirsari belum dikelola secara

optimal. Harga batik tulis yang relatif mahal belum bisa menjadi cinderamata, karena tidak terjangkau oleh sebagian wisatawan. Wisatawan tidak bisa mendapat kenangan berupa produk unggulan, serta berdampak pada pendapatan masyarakat setempat (Harsoyo & Puspitasari, 2023). Pengelolaan batik sebagai produk unggul harus ditingkatkan agar berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

Penilaian Potensi Desa Wukirsari

Pengelolaan batik sebagai produk unggulan desa wisata Wukirsari tidak terlepas dari keberadaan potensi wisata lainnya. Pengelolaan produk desa wisata merupakan sinergisitas berbagai produk menjadi paket wisata yang tematik dan berkualitas. Keberhasilan penyusunan paket wisata desa Wukirsari diukur dari indikator keberhasilan pengelolaan desa wisata, yang mencakup; kelembagaan, daya tarik, promosi, aksesibilitas, amenitas, kemitraan, dan konservasi. Hasil penilaian performa desa wisata wukirsari disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Performa Desa Wukirsari

No	Indikator	Kriteria	Skor Penilaian	Bobot Skor
I	Kelebagaan	1 Organisasi Pengelola	3 Organisasi pengelola yang cukup aktif	17,71
		2 Keramahan Masyarakat	4 Masyarakat sangat ramah	
		3 Perencanaan	3 Perencanaan yang baru dijalankan sebagian	
		4 Pengelolaan Keuangan terintegrasi	2 Pengelolaan keuangan masih manual	
		5 AD/ART	3 AD/ART belum dilaksanakan secara optimal	
		6 Pemberdayaan masyarakat	2 Pemberdayaan belum menyeluruh	
		SubTotal Skor	17	
II	Daya Tarik	7 Potensi Ekraf Batik	4 Ekraf batik sangat potensial	19,64
		8 Keberagaman produk batik	2 Produk batik kurang beragam	
		9 Variasi motif batik tulis	4 Motif batik tulis sangat variative	
		10 Kombinasi batik tulis dan modern	4 Ciri khas batik tulis masih dipertahankan	
		11 Pemandangan alam	2 Pemandangan alam kurang menarik	
		12 Keunikan/ USP	4 Memiliki potensi yang sangat unik	
		13 Paket Wisata	2 Paket wisata tidak beragam	
		SubTotal Skor	22	
III	Promosi	14 Sistem Digital	2 Implementasi sistem digital kurang optimal	13,33
		15 Direct Promotion	3 Metode direct promotion jarang dilakukan	
		16 Pusat Informasi Wisata	3 Layanan cukup informatif	
		SubTotal Skor	8	
IV	Aksesibilitas	17 Kondisi jalan menuju desa	4 Aksesibilitas sangat bagus	7
		18 Signage (Penanda, Penunjuk Arah)	3 Ketersediaan signage belum menyeluruh	
		19 Ketersediaan sarana wisata	3 Sarana wisata cukup memadai	
		20 Ketersediaan transportasi umum	2 Transportasi umum sangat terbatas	
		21 Fasilitas difabilitas	2 Fasilitas untuk difable belum memadai	
		SubTotal Skor	14	
V	Amenitas	22 Akomodasi/ Homestay	2 Ketersediaan <i>homestay</i> belum memadai	6,5
		23 Pengelolaan <i>Homestay</i>	3 Pengelolaan <i>homestay</i> cukup baik	
		24 Rumah Makan	2 Terbatas dan belum menyajikan kuliner khas	
		25 Tempat Parkir	3 Parkir luas, namun belum ada layanannya	
		26 Fasilitas Belanja	2 Terbatas dan <i>showroom</i> memadai	
		27 Sarana Peribadatan	3 Sarana peribadatan cukup memadai	
		28 MCK untuk pengunjung	3 Fasilitas MCK cukup memadai	
		29 Lahan terbuka publik	3 Lahan luas milik desa	
		30 Sarana air bersih	3 Sarana air bersih cukup memadai	
		31 Fasilitas dan mekanisme P3K	2 Fasilitas P3K belum ada mekanismenya	
VI	Kemitraan	32 Pentahelix	4 Kemitraan dari semua unsur pentahelix	4,37
		33 Dampak Kemitraan	3 Kemitraan berdampak pada usaha batik	
		SubTotal Skor	7	
VII	Konservasi	34 Event wisata budaya	2 Belum ada event budaya yang berkelanjutan	
		35 Wisata berbasis lingkungan	2 Paket wisata belum berbasis lingkungan	

Naskah diterima:2024-02-14, direvisi: 2024-05-02, disetujui: 2024-06-19

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah>

No	Indikator	Kriteria	Skor Penilaian	Bobot Skor
		SubTotal Skor	4	2,5
		Total Skor	98	70

Sumber: Analisis Data (2024)

Tabel 2 menyajikan data hasil identifikasi tujuh indikator pengelolaan desa wisata, yang menunjukkan performa secara keseluruhan dan masing-masing indikator. Berdasarkan data Tabel 2 tercatat skor total sebesar 98 dengan bobot 70. Data tersebut menunjukkan tingkat performa desa wisata Wukirsari masuk dalam kategori bagus, yakni pada range 63 – 81, seperti disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Klasifikasi Bobot Skor Desa Wukirsari

Klasifikasi Bobot Skor	Keterangan Penilaian
25 – 43	Performa desa kurang bagus
44 – 62	Performa desa cukup bagus
63 – 81	Performa desa bagus
82 – 100	Performa desa sangat bagus

Sumber: Analisis Data (2024)

Pengelolaan desa wisata Wukirsari sejak berdiri tahun 2007 sudah dilakukan dengan baik, namun masih belum optimal. Pemanfaatan sumber daya dan pemberdayaan masyarakat belum maksimal. Beberapa kendala utama yang dihadapi desa Wukirsari dalam pemberdayaan masyarakat, yakni partisipasi masyarakat relatif rendah, pendidikan didominasi sekolah menengah dengan latar belakang diluar bidang kepariwisataan, kompetensi masyarakat kurang mendukung, dan kelompok sadar wisata belum berfungsi optimal (Muarifuddin et al., 2016).

Desa wisata Wukirsari merupakan salah satu desa wisata yang berhasil bangkit dari keterpurukan di masa pandemi Covid-19. Berdasarkan data kunjungan wisatawan, tercatat jumlah kunjungan tahun 2019 sebanyak 29.000, mengalami penurunan drastis pada tahun 2020, yakni 4.000 orang. Desa wisata Wukirsari melakukan berbagai upaya, salah satunya memperkuat jejaring

kemitraan, sehingga mampu meningkatkan kunjungan wisatawan pada tahun 2020 sebanyak 24.000 wisatawan.

Performa Indikator Kelembagaan

Aspek kelembagaan merupakan indikator yang sangat penting dalam pengelolaan desa wisata. Kelembagaan menentukan keberlanjutan sebuah desa wisata yang dirintis oleh masyarakat. Aspek kelembagaan, mencakup enam kriteria, yakni; organisasi, keramahan, perencanaan, pengelolaan keuangan, AD/ART, dan pemberdayaan masyarakat. Berdasarkan data Tabel 2 tercatat, kriteria yang mendapatkan nilai tertinggi adalah keramahan, sedangkan dengan nilai terendah adalah pengelolaan keuangan dan pemberdayaan masyarakat. Pengelolaan keuangan masih dilakukan secara manual, sehingga rentan memunculkan ketidaksesuaian data dan kendala lain, yakni; kesulitan menentukan harga pokok, pencatatan persediaan dan transaksi keuangan, dan pemisahan keuangan pribadi (Solikhin et al., 2019).

Pemberdayaan masyarakat menjadi indikator utama keberhasilan pengelolaan desa wisata sebagai bentuk pariwisata berbasis masyarakat. Masyarakat menjadi motor penggerak utama operasional desa wisata. Keterlibatan masyarakat di desa Wukirsari masih didominasi warga perempuan berusia kisaran 40 tahun atau ibu rumah tangga sebanyak 80%. Keterlibatan warga laki-laki dan generasi muda masih sangat minim.

Berdasarkan perhitungan bobot skor, indikator kelembagaan masuk dalam kategori bagus, seperti disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Klasifikasi Bobot Skor Kelembagaan

Kelembagaan	Bobot Skor	Keterangan Penilaian
Nilai: 17,71	6,25 – 10,92	Performa kelembagaan kurang bagus
	10,93 – 15,60	Performa kelembagaan cukup bagus
	15,61 – 20,28	Performa kelembagaan bagus
	20,29 – 25	Performa kelembagaan sangat bagus

Sumber: Analisis Data (2024)

Kriteria pada indikator kelembagaan yang harus dipertahankan yakni keramahan masyarakat, sedangkan yang harus ditingkatkan, yakni; keaktifan organisasi, serta

implementasi perencanaan dan AD/ART. Pengelolaan keuangan dan pemberdayaan masyarakat menjadi kriteria yang harus mendapatkan perhatian lebih karena dinilai

masih lemah. Kemampuan pengelolaan keuangan dapat ditingkatkan melalui berbagai pelatihan dan pendampingan dengan menggandeng mitra. Pemberdayaan masyarakat sangat dipengaruhi kesadaran masyarakat untuk terlibat secara aktif dalam pengelolaan desa wisata. Dalam hal ini, peran Kelompok sadar wisata (pokdarwis) sangat

penting dalam meningkatkan sadar wisata bagi masyarakat setempat.

Daya Tarik

Berdasarkan hasil penilaian, diperoleh bobot skor indikator daya tarik sebesar 19,64, yakni masuk kategori performa bagus, seperti disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Klasifikasi Bobot Skor Daya Tarik

Daya Tarik	Bobot Skor	Keterangan Penilaian
Nilai: 19,64	6,25 – 10,92	Performa daya tarik kurang bagus
	10,93 – 15,60	Performa daya tarik cukup bagus
	15,61 – 20,28	Performa daya tarik bagus
	20,29 – 25	Performa daya tarik sangat bagus

Sumber: Analisis Data (2024)

Desa Wukirsari memiliki daya tarik wisata yang kuat, terutama wisata budaya batik. Batik menjadi produk unggulan desa wisata Wukirsari, karena mempertahankan kualitas batik tulis dengan pewarnaan alam. Namun demikian, batik tersebut belum bisa menjadi cinderamata karena harga relatif mahal dan produknya belum beragam (Harsoyo & Puspitasari, 2023). Desa wisata harus meningkatkan kreativitas dan inovasi pengelolaan batik tanpa meninggalkan keaslian, melalui pelatihan pengembangan produk batik meliputi pewarnaan, motif, dan kombinasi desain produk (Putri & Sabardila, 2023).

Produk batik dikembangkan dengan konsep edukasi. Batik tidak hanya dijual sebagai produk kain yang bermotif batik tulis, namun dikemas dalam produk wisata yang bermuatan edukasi. Produk batik disinergikan dengan potensi wisata lain yang dikemas dalam paket wisata tematik (Sidiq et al., 2018). Konsep ini, diharapkan mampu mengoptimalkan potensi wisata lain dan memunculkan paket wisata yang beragam bagi wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Wukirsari.

Desa Wukirsari tidak memiliki potensi alam yang beragam. Potensi wisata alam yang dapat dinikmati hanya di kawasan pesisir sungai opak. Keterbatasan potensi wisata alam dapat ditingkatkan dengan pemaketan potensi lain, salah satunya potensi budaya batik. Paket wisata yang tematik dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dan meningkatkan animo wisatawan untuk berkunjung.

Promosi

Promosi merupakan upaya memperkenalkan dan menyampaikan informasi produk kepada konsumen. Keberhasilan promosi desa wisata sangat

menentukan jumlah kunjungan wisatawan. Berdasarkan hasil penilaian performa indikator promosi diperoleh nilai 13,33, yakni masuk kategori optimal, seperti disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Klasifikasi Bobot Skor Promosi

Promosi	Bobot Skor	Keterangan Penilaian
Nilai: 13,33	5 – 8,74	Promosi kurang optimal
	8,75 – 12,49	Promosi cukup optimal
	12,50 – 16,24	Promosi optimal
	16,25 – 20	Promosi sangat optimal

Sumber: Analisis Data (2024)

Meskipun masuk dalam kategori optimal, namun terdapat kriteria yang masih dinilai rendah yakni pemanfaatan sistem digital. Promosi yang efektif dan efisien harus ditingkatkan melalui pemanfaatan media sosial secara optimal (Azzahra et al., 2021). Upaya promosi juga bisa dilakukan melalui kolaborasi dengan desainer terkenal untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat image (Azzahra et al., 2021).

Aksesibilitas

Kemudahan akses menuju kawasan wisata menjadi salah satu pertimbangan bagi wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik luar biasa tanpa didukung keteraksesan akan mengurangi minat kunjungan, karena wisatawan mengharapkan berbagai kemudahan dalam berwisata. Desa wisata Wukirsari mempunyai keuntungan lokasi yang cukup strategis. Jarak tempuh menuju desa wukirsari hanya 45 menit dari pusat Kota Yogyakarta. Jalan menuju desa cukup representative, meskipun tidak tersedia transportasi umum yang memadai. Aksesibilitas yang perlu mendapat perhatian yakni ketersediaan akses bagi pengunjung disabilitas.

Berdasarkan hasil penilain performa indikator aksesibilitas diperoleh nilai sebesar 7, yakni masuk dalam kategori baik, seperti disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Klasifikasi Bobot Skor Aksesibilitas

Aksesibilitas	Bobot Skor	Keterangan Penilaian
Nilai: 7	2,5 – 4,36	Tingkat aksesibilitas kurang baik
	4,37 – 6,23	Tingkat aksesibilitas cukup baik
	6,24 – 8,10	Tingkat aksesibilitas baik
	8,11 – 10	Tingkat aksesibilitas sangat baik

Sumber: Analisis Data (2024)

Amenitas

Berdasarkan hasil penilaian performa indikator amenitas diperoleh nilai 6,5, yakni masuk kategori memadai, seperti disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Klasifikasi Bobot Skor Amenitas

Amenitas	Bobot Skor	Keterangan Penilaian
Nilai: 6,5	2,5 – 4,36	Amenitas kurang memadai
	4,37 – 6,23	Amenitas cukup memadai
	6,24 – 8,10	Amenitas memadai
	8,11 – 10	Amenitas sangat memadai

Sumber: Analisis Data (2024)

Desa wisata Wukirsari memiliki amenitas yang cukup memadai, namun masih ada beberapa kriteria yang mendapat penilaian rendah, yakni *homestay*, rumah makan, fasilitas belanja berupa *showroom*, dan mekanisme P3K. Ketersediaan *homestay* bagi pengunjung desa wisata Wukirsari masih sangat terbatas. Jumlah rumah warga yang difungsikan sebagai *homestay* hanya 5 rumah, yakni; Sungsang, Adiluhung, Giri Indah, Sekar Arum, dan Ayodya. Selain jumlah *homestay* yang masih terbatas, pengelolaan *homestay* juga masih belum sesuai ketentuan. Beberapa *homestay* tidak ditinggali oleh pemilik rumah, sehingga wisatawan tidak mendapatkan pengalaman tinggal dan pelayanan dari pemilik rumah. Jumlah rumah makan yang menyajikan kuliner khas masih terbatas.

Kuliner yang ditawarkan di desa wisata Wukirsari, antara lain: pecel kembang turi, Bakpia canting, dan sayur lodeh. Paket wisata edukasi memerlukan *showroom* sebagai pusat kegiatan *workshop* membuat batik, sekaligus mendisplay produk batik (Tyas & Damayanti, 2018; Muarifuddin, 2017). Desa wisata Wukirsari sudah memiliki *showroom*, namun belum dimanfaatkan secara optimal. *Showroom* dibangun menggunakan lahan kas desa sebagai pusat kegiatan membuat batik bagi para pengunjung. Beberapa batik sudah didisplay pada *showroom*, namun penataan dan pengaturan produk belum optimal, sehingga kurang memberikan nilai ekonomis dan estetis.

Kemitraan

Desa wisata sebagai salah satu pariwisata dengan konsep pemberdayaan masyarakat memiliki keterbatasan sumber daya manusia dan sumber daya modal. Desa wisata dapat memanfaatkan peluang kemitraan untuk meminimalisir keterbatasan sumber daya. Desa Wukirsari sudah menjalin kemitraan dengan semua unsur *pentahelix*, yakni akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media. Berdasarkan hasil penilaian performa terhadap indikator kemitraan diperoleh nilai 4,37, yakni masuk kategori sangat optimal, seperti disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Klasifikasi Bobot Skor Kemitraan

Kemitraan	Bobot Skor	Keterangan Penilaian
Nilai: 4,37	1,25	Kemitraan belum terjalin optimal
	2,18	
	2,19	Kemitraan terjalin cukup optimal
	3,12	
	3,13	Kemitraan terjalin optimal
	4,05	
4,06 – 5	Kemitraan terjalin sangat optimal	

Sumber: Analisis Data (2024)

Desa Wukirsari sudah menjalin kemitraan dengan berbagai stakeholder, antara lain; beberapa perguruan tinggi, Pertamina, dinas pariwisata, Gabungan Industri Pariwisata (GIPI), dan berbagai media. Akademisi memberikan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan warga dalam berkreasi dan berinovasi (Suheri & Aulia, 2017), sedangkan

pemerintah memfasilitasi implementasi peraturan, kebijakan, dan sarana prasarana (Efendi, 2022). Kemitraan dapat berjalan secara optimal apabila diimbangi dengan keterlibatan aktif dari masyarakat dalam pengelolaan desa wisata (Efendi, 2022).

Konservasi

Berdasarkan hasil penilaian performa indikator konservasi diperoleh nilai 2,5, yakni

masuk dalam kategori kurang terbangun, seperti disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Klasifikasi Bobot Skor Konservasi

Konservasi	Bobot Skor	Keterangan Penilaian
Nilai: 2,5	1,25 – 2,18	Konservasi belum terbangun
	2,19 – 3,12	Konservasi kurang terbangun
	3,13 – 4,05	Konservasi cukup terbangun
	4,06 – 5	Konservasi terbangun dengan baik

Sumber: Analisis Data (2024)

Upaya konservasi dalam pengelolaan desa wisata menjadi kewajiban untuk mewujudkan pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Konservasi diimplementasikan dalam dua aspek, yakni budaya dan lingkungan. Desa Wukirsari sudah mengimplementasikan konservasi budaya melalui pelestarian batik tulis secara turun temurun. Upaya konservasi budaya di desa Wukirsari masih perlu ditingkatkan melalui keterlibatan masyarakat yang lebih luas dan dikemas dalam event budaya yang terprogram. Event budaya yang ada masih bersifat pemenuhan permintaan wisatawan.

Konservasi lingkungan dapat diimplementasikan melalui aktivitas wisata berbasis lingkungan. Industri batik di desa Wukirsari merupakan industri batik yang masuk dalam skala kecil dan rumah tangga (Apriyani, 2018) yang masih mengalami kendala dalam pemenuhan standarisasi ramah lingkungan, salah satunya pengelolaan limbah hasil produksi (Fitria & Yustisya, 2021). Implementasi ramah lingkungan dalam pengelolaan desa wisata berdampak pada peningkatan kualitas hidup masyarakat lokal (Eskak & Salma, 2020), daya saing produk, dan mewujudkan ketangguhan produk dalam menghadapi berbagai krisis dan pasar Internasional (Fitria & Yustisya, 2021).

Strategi Pengelolaan Batik Sebagai Produk Unggulan

Batik tulis sebagai produk unggulan di desa wisata Wukirsari belum dikelola secara optimal untuk menjadi daya tarik wisata. Produk batik belum dikemas menjadi paket wisata yang beragam dan tematik. Optimalisasi batik tulis sebagai produk unggulan dapat dilakukan melalui sinergisitas batik tulis dengan berbagai potensi desa menjadi paket wisata tematik. Upaya mendesain paket wisata tematik diwujudkan melalui optimalisasi kinerja semua indikator pengelolaan desa wisata, meliputi; kelembagaan, daya tarik, promosi, aksesibilitas, amenities, kemitraan, dan konservasi. Berdasarkan penilaian performa indikator keberhasilan desa wisata, maka dapat direkomendasikan strategi peningkatan kinerja, sebagai berikut;

1. Kelembagaan

Indikator kelembagaan diukur menggunakan enam kriteria, yakni organisasi pengelola, keramahan masyarakat, perencanaan, pengelolaan keuangan terintegrasi, AD/ART, dan pemberdayaan masyarakat. Warga desa Wukirsari mempunyai sikap yang sangat ramah terhadap setiap wisatawan yang berkunjung. Wisatawan yang berkunjung merasa nyaman dengan sikap warga dalam memberikan pelayanan. Sikap ramah warga harus dipertahankan melalui pelatihan pelayanan prima secara berkala untuk memelihara kualitas pelayanan. Kinerja pengelolaan masih dinilai rendah, karena sistem organisasi belum berjalan secara ideal. Pembagian tugas dan pelaksanaan di lapangan belum berjalan sebagaimana mestinya. Susunan kepengurusan yang sudah terbentuk masih terkendala dalam menjalankan tugas dan fungsinya, karena keterlibatan dalam organisasi pengelolaan desa wisata masih bersifat sampingan. AD/ART dan perencanaan yang telah ditetapkan belum dijalankan sesuai target. Pendampingan pengelolaan secara berkelanjutan sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja organisasi desa wisata. Pengelolaan keuangan dalam industri desa wisata sangat menentukan keberhasilan bisnis. Masyarakat desa Wukirsari mengalami keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan. Kemampuan pengelolaan keuangan dapat ditingkatkan melalui pelatihan dan pendampingan mengelola transaksi keuangan berbasis komputer. Pemberdayaan masyarakat menjadi tantangan tersendiri bagi desa Wukirsari. Keterlibatan masyarakat masih didominasi ibu-ibu yang berusia kisaran 40 tahun. Tingkat keterlibatan generasi muda masih sangat terbatas. Upaya meningkatkan keterlibatan masyarakat melalui program sadar wisata dan pemahaman dampak ekonomi dari aktivitas wisata menjadi salah satu strategi yang dapat diimplementasikan.

2. Daya Tarik

Desa Wukirsari mempunyai potensi wisata yang sangat unik, yakni batik tulis klasik bermotif tradisional dengan warna alam. Desa wisata Wukirsari berhasil mempertahankan produk batik tulis secara turun temurun, sehingga desa Wukirsari menjadi sentra batik tulis di Yogyakarta. Namun demikian, pengembangan produk batik tulis di desa Wukirsari belum optimal. Produk batik tulis belum bisa menjadi souvenir karena harganya relatif mahal dan tidak terjangkau oleh sebagian wisatawan. Pengelola desa wisata harus meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan produk batik tulis. Pengembangan batik tulis tidak hanya sebatas optimalisasi produk secara fisik, namun meningkatkan nilai ekonomis melalui pengemasan paket wisata. Paket wisata batik tulis berbasis edukasi mampu meningkatkan nilai produk dan pengalaman wisatawan. Paket wisata dikemas melalui sinergisitas berbagai potensi, antara lain potensi wisata alam dan kuliner. Paket wisata edukasi mendorong optimalisasi potensi lain yang belum dikelola. Desa wisata Wukirsari mempunyai keterbatasan potensi wisata alam, sehingga dapat diperkuat dengan paket wisata edukasi yang tematik.

3. Promosi

Promosi merupakan aktivitas penting untuk menyampaikan produk ke konsumen. Keberhasilan promosi menjadi salah satu indikator ketercapaian target kunjungan wisatawan. Promosi yang efektif dan efisien dapat terwujud melalui pemanfaatan digitalisasi. Promosi digital mampu menjangkau pasar lebih luas dengan biaya yang lebih rendah. Implementasi promosi digital masih sangat minim dalam pengelolaan desa wisata Wukirsari. Pemanfaatan website, serta media sosial, seperti facebook dan Instagram masih sangat terbatas. Pelatihan dan pendampingan pemanfaatan teknologi informasi secara berkelanjutan menjadi strategi penting dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mengimplementasikan promosi berbasis digital.

4. Aksesibilitas

Lokasi desa wisata Wukirsari sangat mudah diakses, yakni berada di selatan pusat Kota Yogyakarta dengan jarak sekitar 17 Km. Jarak tempuh dari Yogyakarta International Airport (YIA) sekitar 46,2 km dengan waktu sekitar 1 jam 11 menit.

Sarana dan prasarana cukup memadai, namun penanda kurang menyeluruh dan belum tersedia fasilitas bagi pengunjung disabilitas. Ketersediaan fasilitas dapat dipenuhi melalui kemitraan dengan berbagai *stakeholder*, salah satunya pemerintah. Pemerintah mempunyai program penguatan sarana dan prasarana, terutama pada destinasi wisata yang potensial.

5. Amenitas

Amenitas yang tersedia di desa wisata Wukirsari cukup lengkap dan beragam, namun masih perlu ditingkatkan dari aspek kualitas maupun kuantitas. *Homestay* yang tersedia di desa Wukirsari hanya 5 rumah, sehingga tidak mampu mengakomodir pengunjung dalam jumlah banyak. Pengelolaan *homestay* belum dilaksanakan secara optimal, karena sebagian besar tidak dihuni oleh pemilik rumah. Wisatawan tidak mendapatkan pengalaman tinggal bersama tuan rumah, karena tidak berinteraksi dengan pemilik *homestay*. Produk kuliner masih terbatas. Sumber daya lokal belum dimanfaatkan untuk diolah menjadi kuliner desa wisata. Desa wisata Wukirsari mempunyai area publik milik pemerintah desa yang digunakan untuk aktivitas wisata, yakni kawasan sentra batik Giriloyo. Sentra batik Giriloyo memiliki *showroom* yang digunakan sebagai pusat *workshop* edukasi batik tulis, sekaligus display produk batik tulis. Keberadaan *showroom* sebagai tempat display masih memerlukan penataan, supaya batik tulis bernilai lebih tinggi dan memberi kenyamanan bagi pengunjung. Area parkir cukup luas dan nyaman, namun belum tersedia layanan parkir bagi pengunjung. Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja amenitas yakni melakukan program rencana pengembangan amenitas melalui kemitraan dan optimalisasi sumber daya lokal. Langkah strategis yang dapat dilakukan antara lain; kemitraan dengan *stakeholder* terkait untuk pengembangan amenitas dari aspek fisik dan peningkatan kapasitas SDM untuk optimalisasi layanan amenitas.

6. Kemitraan

Kemitraan yang dibangun desa wisata Wukirsari sudah cukup kuat, yakni melibatkan unsur akademisi, pemerintah, bisnis, komunitas, dan media. Kemitraan *pentahelix* yang dibangun memberikan dampak cukup besar dalam pengembangan potensi desa wisata Wukirsari, terutama batik tulis. Kemitraan

yang sudah terbangun memerlukan upaya pemeliharaan, sehingga kerjasama yang terjalin bisa berkelanjutan.

7. Konservasi

Konservasi atau pelestarian budaya dan lingkungan di desa Wukirsari sudah diupayakan namun belum optimal. Upaya pelestarian budaya dapat dilakukan melalui pemeliharaan budaya yang dikemas dalam event budaya yang digelar secara berkala. Event budaya yang dilaksanakan di desa Wukirari masih bersifat insidental dan memenuhi permintaan wisatawan. Event budaya dapat dikemas berupa paket budaya batik tulis yang disinergikan dengan budaya lokal, salah satunya budaya wayang. Konservasi lingkungan pada sentra batik difokuskan pada pengelolaan air limbah hasil produksi. Pengrajin batik harus mampu mengelola limbah secara mandiri, antara lain: manajemen bahan baku dan kimia, penghematan air dan energi, daur ulang lilin dan larutan bekas pewarna (Fitria & Yustisya, 2021). Konservasi lingkungan juga dapat dilakukan melalui pengemasan paket budaya batik dengan potensi wisata alam berbasis ramah lingkungan. Paket wisata berbasis ramah lingkungan mampu mendorong optimalisasi potensi alam sebagai alternatif wisata di desa Wukirsari.

PENUTUP

Desa wisata Wukirsari mempunyai potensi unik, yakni batik tulis klasik dengan motif tradisional dan warna alami. Batik tulis sebagai produk unggulan tidak dapat dikembangkan secara parsial, namun dikelola secara terpadu dengan potensi wisata lain. Potensi desa wisata diidentifikasi melalui tujuh indikator keberhasilan pengelolaan desa wisata, yakni; kelembagaan, daya tarik, promosi, aksesibilitas, amenities, kemitraan, dan konservasi. Berdasarkan penilaian diperoleh hasil bahwa desa wisata Wukirsari mempunyai performa bagus. Secara keseluruhan, kriteria setiap indikator memiliki nilai beragam, dari kurang sampai sangat memadai. Strategi yang direkomendasikan sesuai dengan hasil penilaian menggunakan indikator keberhasilan pengelolaan desa wisata.

Strategi pengembangan batik sebagai produk unggulan dapat dilakukan melalui berbagai upaya, meliputi; 1). Pelatihan pelayanan prima, 2). Pelatihan pengelolaan keuangan berbasis komputer, 3). Implementasi program sadar wisata, 4). Peningkatan kreativitas dan inovasi

dalam mengembangkan produk batik tulis, 5). Pengemasan paket wisata batik tulis berbasis edukasi, 6). Pelatihan dan pendampingan pemanfaatan teknologi informasi, 7). Peningkatan kapasitas SDM, 8). Pemeliharaan budaya melalui penyelenggaraan event budaya secara berkala, 9). Konservasi lingkungan melalui pengelolaan air limbah dan pengemasan paket wisata berbasis ramah lingkungan, dan 10). Peningkatan dan pemeliharaan kemitraan dengan berbagai *stakeholder*. Implikasi penelitian berupa peningkatan kesejahteraan masyarakat desa Wukirsari pada umumnya dan para pengrajin batik pada khususnya. Selain peningkatan kesejahteraan hasil penelitian berdampak pada peningkatan diferensiasi paket wisata desa Wukirsari.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D. F. (2014). Dampak Pengakuan Dunia terhadap Batik Indonesia pada Aspek Produksi di Kelurahan Kergon Kota. *Fashion and Fashion Education Journal*, 3(1), 27–33.
- Aditya, P., Moehammad, F., & Sebastiana, V. (2018). Pengaruh Biaya Produksi, Lama Usaha, Produktivitas Terhadap Pendapatan Petani Salak Pondoh Di Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 44. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v5i1.7732>
- Alhusain, A. S. (2015). Kendala dan Upaya Pengembangan Industri Batik di Surakarta Menuju Standardisasi. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 6(2), 199–213.
- Apriyani, N. (2018). Industri Batik: Kandungan Limbah Cair dan Metode Pengolahannya. *Media Ilmiah Teknik Lingkungan*, 3(1), 21–29. <https://doi.org/10.33084/mitl.v3i1.640>
- Asri, D. P. B. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Kebudayaan Melalui World Heritage Centre Unesco. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 25(2), 256–276. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol25.iss2.art3>
- Azzahra, L., Supriyanto, A., & Fathonah, A. D. (2021). Pengembangan dan Branding Desa Wisata Batik Di Desa Kliwonan, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen. *Seminar Nasional UNIMUS*, 2630–2636.
- Berutu, M. B., Suhud, U., Eryanto, H., Nikensari, S. I., Zulaihati, S., Jaya, T. E., & Adha, M. A. (2023). Peningkatan Ragam Motif Batik Untuk Generasi

- Milenial Desa Cisaat, Kabupaten Subang. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(3), 87–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.51903/community.v3i2.359>
- Defourny, J., Nyssens, M., & Brolis, O. (2019). Mapping and Testing Social Enterprise Models Across the World: Evidence from the “International Comparative Social Enterprise Models (ICSEM) Project.” *ICSEM Working Papers No. 50 Preface And Acknowledgements*, 50. www.iap-socent.be/icsem-project
- Dwimahendrawan, A., & Saputri, N. A. (2021). Peran Akademisi, Business, dan Pemerintah dalam Mengembangkan Desa Wisata Batik Berbasis Inovasi Produk di Kabupaten Banyuwangi. *Majalah Ilmiah “DIAN ILMU,”* 21(1), 25–39. <https://doi.org/10.37849/midi.v21i1.240>
- Efendi, N. (2022). Potensi Pengembangan Industri Batik di Bandar Lampung. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 1–16.
- Eskak, E., & Salma, I. R. (2020). Kajian Pemanfaatan Limbah Perkebunan Untuk Substitusi Bahan Pewarna Alami Batik. *Jurnal Industri Hasil Perkebunan*, 15(2), 27. <https://doi.org/10.33104/jihp.v15i2.6331>
- Fanaqi, C., Pratiwi, R. M., & Firmansyah, F. (2020). Strategi Branding Pelaku Usaha Pariwisata di Masa Pandemi. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 263–273. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.172>
- Ferdiansyah, M. R., & Abadi, T. M. (2023). Faktor Keberhasilan Usaha Batik Pekalongan (Studi Kasus Usaha Bisnis Batik Kafina di Pekalongan). *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(3), 64–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1287>
- Fitria, S., & Yustisya, P. Z. (2021). The Urgency of Environmentally Friendly Batik Products in Treating the Potential of The International Market. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik*, 1–4. <https://proceeding.batik.go.id/index.php/SNBK/article/view/141>
- Handono, S. Y., Hidayat, K., & Purnomo, M. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat Ekonomi*. Malang: Universitas Brawijaya Press. https://books.google.co.id/books/about/Pemberdayaan_Masyarakat_Pertanian.html?id=LAcPEAAQBAJ&redir_esc=y
- Handoyo & Wikanto, A. (2015). Impor Batik tak Lagi Bebas. *Kontan.Co.Id*. <https://nasional.kontan.co.id/news/impor-batik-tak-lagi-bebas>
- Harsoyo, T. D., & Puspitasari, K. A. (2023). Pelatihan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata Di Kampung Batik Tulis Giriloyo Di Yogyakarta. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(1), 10–19.
- Herawati, A., El Isma, Y., & Nasharuddin. (2017). Strategi Bersaing: Batik Malangan Konvensional Melalui Diversifikasi Produk Batik Kombinasi Pada UKM Kalurahan Merjosari Malang. *JIBEKA*, 11(1), 11–23.
- Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 105–117.
- Imamilkhor, N., Syamsuddin, R., & Herdiana, D. (2022). Pemberdayaan Masyarakat melalui Peran UKM Batik Canting Bekasi. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.15575/tamkin.v7i1.24379>
- Iryana, A. B. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Petani Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Hidup Di Kecamatan Comprang Kabupaten Subang. *Jurnal Academia Praja*, 1(02), 125–140. <https://doi.org/10.36859/jap.v1i02.69>
- Iskandar, & Kustiyah, E. (2016). Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia Di Era Globalisasi. *Gema*, 30(52), 2456–2472.
- Khamidah, L. (2022). Strategi Pemasaran Batik Asta Dadapan Indah Desa Sumberejo Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri Perspektif Marketing Syariah. *Institut IAIN*. www.aging-us.com
- Kina. (2013). *Batik Nusantara. Batik of the Archipelago*. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- Krestanto, H. (2018). The Potential of Batik as a Tourist Village Attraction (Study in Bayat District, Klaten Regency, Central Java Province). *Jurnal Media Wisata*, 16(2), 1077–1083.
- Kurniasih, R. (2018). Analisis perilaku konsumen terhadap produk batik tulis Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 20(1). <https://doi.org/10.32424/jeba.v20i1.1082>
- Larasati, M. (2021). Pelestarian Budaya Batik Nusantara sebagai Identitas Kultural

- melalui Pameran di Museum Batik Pekalongan pada Masa COVID-19. *Tornare-Journal of Sustainable Tourism Research*, 3(1), 2715–8004. <https://jurnal.unpad.ac.id/tornare/article/view/29849>
- Marlina, N. (2015). Eksistensi Potensi Lokal dalam Fenomena Glokalisasi: Belajar dari Batik Kayu Krebet. *Government: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 3, 105–116.
- Masiswo, M., Setiawan, J., Atika, V., & Mandegani, G. B. (2017). Karakteristik Fisik Produk Batik Dan Tiruan Batik. *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah*, 34(2), 103. <https://doi.org/10.22322/dkb.v34i2.3439>
- Monik, & Siregar, O. M. (2022). Strategi Pemasaran Toko Meidy Fashion dalam Mempertahankan Bisnis pada Masa Pandemi Covid-19. *Regress: Journal of Economics & Management*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.57251/reg.v2i1.500>
- Muarifuddin, M. (2017). Implementasi pembangunan Desa Wisata Batik Desa Babagan Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 51. <https://doi.org/10.21831/jppm.v4i1.12713>
- Muarifuddin, Mulyono, S. ., & Malik, A. (2016). Analisis Kebutuhan Pengembangan Desa Wisata Batik Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. *Jurnal of Nonformal Education*, 2(1), 57–70. <https://journal.unnes.ac.id/nju/jne/article/view/5313/4223>
- Nawawi, E. (2018). Jangan Sebut Itu “Batik Printing” Karena Batik Bukan Printing. *Artchive: Indonesia Journal of Visual Art and Design*, 1(1), 45. <https://doi.org/10.53666/artchive.v1i1.581>
- Nugroho, B. W. D., Jakti, N. J. K., Rochman, M. A. N., & Nugroho, A. J. (2023). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Gula Dan Biaya Kualitas Dalam Menunjang Efektivitas Produksi (Studi Kasus: PT Madu Baru Pg Madukismo). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 2(2), 72–81.
- Nurdalia, I. (2006). Kajian dan Analisis Peluang Penerapan Produksi Bersih pada Usaha Kecil Batik Cap. *Program Magister Ilmu Lingkungan Program Pascasarjana Universitas Diponegoro*, 1–143.
- Nurini., & Widjajanti, R. (2021). Pelatihan Pengembangan Desa Kliwonan, Masaran, Sragen Sebagai Desa Wisata Batik Berbasis Masyarakat. *Jurnal Pasopati*, 3(1), 35–46. <http://ejournal2.undip.ac.id/index.php/pasopati>
- Oscario, A. (2014). Simulasi Citra Nasionalis Melalui Fashion: Studi Kasus Batik Printing dalam Gaya Hidup Post Modern Masyarakat Kota. *Humaniora*, 5(2), 551. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3112>
- Pang, C., Wang, Q., Li, Y., & Duan, G. (2019). Integrative capability, business model innovation and performance: Contingent effect of business strategy. *European Journal of Innovation Management*, 22(3), 541–561. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2018-0208>
- Parwez, S. (2017). Community-based entrepreneurship: evidences from a retail case study. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-017-0074-z>
- Pertiwi, R. (2023). Analisis Sentimen pada Data Survei Pelanggan untuk Mengukur Kepuasan dan Loyalti Pelanggan pada Industri Layanan. *Cyberarea.Id*, 3(4), 1–20.
- Prayogo, D. V., Diningrum, M. M., & Lestari, E. Y. (2021). Pembentukan Desa Wisata Batik Kapal kandas sebagai Upaya Melestarikan Budaya Lokal. *Jurnal Puruhita*, 3(2), 108–115. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/puruhita%0APembentukan>
- Putri, N. A., & Sabardila, A. (2023). Pelestarian Batik Bayat Sebagai Upaya Menumbuhkan Kecintaan Budaya Di Masyarakat Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(2), 976–991.
- Retnanto, A. (2015). Model Manajemen Bisnis Batik Lasem: Studi Kasus Industri Rumah. *Retnanto A. Model Manajemen Bisnis Batik Lasem : Studi Kasus Industri Rumah. J Ekon Syariah Equilib*. 2015;3(1):174–98., 3(1), 174–198.
- Risanty, J., Arisanty, D., & Alviawati, E. (2015). Kerentanan Banjir Di Kecamatan Martapura Barat Kabupaten Banjar. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 2(5), 24–43. <http://ppjp.unlam.ac.id/journal/index.php/jpg>
- Setiawan, J., Mandegani, G. B., Yuliati, E., & Rufaida. (2014). Analisis Keseuaian Kursi Pembatik Terhadap Kondisi Pembatik Terhadap Kondisi Antropometri Pekerja Batik Tulis. *Dinamika Kerajinan Dan Batik*, 31(2), 113–122.
- Setiawati, E., Abdullah, I., & Lasiyo. (2011).

- Strategi Pengembangan Komoditas Studi Tentang Budaya Ekonomi Di Kalangan Pengusaha Batik Laweyan. *Jurnal Kawistara*, 1(3).
<https://doi.org/10.22146/kawistara.3927>
- Sholahuddin, M. D. (2015). *Sig Untuk Memetakan Daerah Banjir Dengan Metode Skoring Dan Pembobotan (Studi Kasus Kabupaten Jepara)*. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
<http://eprints.dinus.ac.id/id/eprint/14957>
- Sidiq, S., Amin, T. M., & Laksono, S. (2018). Pengembangan Kerajinan Batik Sebagai Wisata Edukasi Di Desa Kebon, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten. *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 03(03), 2477–3824.
- Singgih, A. P. (2016). Karakteristik Motif Batik Kendal Interpretasi dari Wilayah dan Letak Geografis. *Jurnal Imajinasi*, X(1), 51–60.
<https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8816>
- Siregar, A.P., Raya, A.B., Nugroho, A.D., Indana, F., Prasada, I.M.Y., Andiani, R., Tampubolon, T.G., & Klnasih, A.T. (2020). Upaya Pengembangan Industri Batik di Indonesia. *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah*, 37(1), 79–92.
<https://doi.org/10.22322/dkb.V36i1.4149>
- Solikhin, A., Ikhsan, M., Machpuddin, A., Jamal, J., & Perdana, S. A. (2019). Peningkatan Kemampuan Pengelolaan Usaha Bagi Pelaku Usaha Batik Jambi melalui Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Keuangan. *Jurnal Inovasi, Teknologi Dan Dharma Bagi Masyarakat*, 1(1), 9–14.
<https://doi.org/10.22437/jitdm.v1i1.8672>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
<https://inislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22862>
- Suheri, T., & Aulia, S. S. (2017). Analisis Triple Helix dalam Kawasan Ekonomi Khusus (Studi Kasus: KEK Sei Mangkei). *Prosiding Seminar Nasional Teknik, Komputer Dan Rekayasa*, v51–v58.
<http://prosiding-saintiks.ftik.unikom.ac.id/jurnal/analisis-triple-helix-dalam.46>
- Suliyanto, S., Novandari, W., & Setyawati, S. M. (2015). Persepsi Generasi Muda Terhadap Profesi Pengrajin Batik Tulis di Purbalingga. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 135.
<https://doi.org/10.24914/jeb.v18i1.275>
- Sunarjo, W.A., Nurhayati, S., & Ardianingsih, A. (2023). *Batikpreneur*. Pekalongan: Nasya Expanding Management.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=gFXEEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=%27Batikpreneur%27&ots=PPOIViljWy&sig=fNud3o-_Ng8K3-3Y6ukgrd4hhqQ&redir_esc=y#v=onepage&q='Batikpreneur'&f=false
- Susetyawati, E., & Kintoko. (2022). Pembuatan Batik Ciprat Untuk Meningkatkan Kreativitas Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19. *Indonesial Journal of Community Service*, 2(4), 434–442.
- Suwarjo. (2019). Community Based Tourism dalam Pengelolaan Desa Wisata Giriloyo, Wukirsari, Imogiri, Bantul. *Jurnal Populika*, 7(1), 66–80.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37631/populika.v7i1.28>
- Triana, N. N & Retnosary, R. (2020). Pengembangan Model Pemasaran Batik Karawang Sebagai Produk Unggulan Daerah. *Jurnal Inovasi Dan Pengelolaan Laboratorium*, 2(1).
- Tyas, N. W., & Damayanti, M. (2018). Potensi Pengembangan Desa Kliwonan sebagai Desa Wisata Batik di Kabupaten Sragen. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 2(1), 74.
<https://doi.org/10.29244/jp2wd.2018.2.1.74-89>
- Ulfah, F., Nur, K., Safitri, Y., Evanita, S., & Priyatmi. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5, 2795–2805.
- Ully, L.R.R., Riyadi, S., Haryati, E., Mustofa, A., Radianto, W.E., Dwiningwarni, S.S., Andari, S. Y. D., Purbadiri, A. M., Darmadji, W., Suharjanto, T., & Yulianti. (2022). *Strategi Dan Perkembangan Batik Tulis Di Jawa Timur Menyongsong Go International*. Klaten: Lakeisha.
- Utomo, A. P., Mariana, N., Fitika, A., & Kasmari. (2018). Desain video tutorial teknik tie dye dengan pewarna alami warna biru indigofera dan kuningjalawe. *Jurnal IKRA-ITH Informatika*, 2(3), 98–104
- Wardoyo, S., & Wulandari, T. (2021). Kreativitas Seni Batik Di Desa Wisata Jarum Kecamatan Bayat Klaten Jawa Tengah Pada Masa Pandemi Covid-19. *Corak*, 10(1), 81–90.
<https://doi.org/10.24821/corak.v10i1.5598>
- Widiana, M. E., & Alit, A. A. S. (2022). *Pemasaran Produk Batik*. Purwokerto: Pena Persada Kerta Utama
- Wijayanto, H. (2015). *Klasifikasi Batik*

Menggunakan Metode K-Nearest Neighbour Berdasarkan Gray Level Co-Occurrence Matrices (GlcM). Semarang: Universitas Dian Nuswantoro. <http://eprints.dinus.ac.id/16509/2/abstrak>

_15459.pdf
Yuswohady. (2016). *Millennial Trends 2016*. <https://www.yuswohady.com/2016/01/17/millennial-trends-2016/>