



# Innovation for Meaningful Public and Community Transformation (IMPACT)

P-ISSN : XXXX ; E-ISSN : XXXX

## MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK BATIK NUSANTARA MELALUI SANUTIK

Wufron Wufron<sup>1</sup>, Rohimat Nurhasan<sup>2</sup>, Akmala Hadita<sup>3</sup>, Siti Azizah Zulfa<sup>4</sup>,  
Tia Fitria Handayani<sup>5</sup>, Syifa Berliani<sup>6</sup>

Universitas Garut

\*Korespondensi : [wurfon@uniga.ac.id](mailto:wurfon@uniga.ac.id)

### *Abstract*

*The Nusantara batik industry has become an important part of Indonesia's cultural heritage and has significant potential to make a significant economic contribution. In an effort to enhance the competitiveness of Nusantara batik products, the concept of community partnership innovation has emerged as a promising approach. One concrete implementation of this approach is through the SANUTIK (Sapatu Nusantara Batik) program. This article will explain how community partnership innovation through SANUTIK can strengthen the Nusantara batik industry from various aspects. The research method used is descriptive and qualitative. Data analysis is conducted through SWOT analysis. The research results show that the SWOT Matrix Analysis of the internal conditions of Nusantara batik through SANUTIK has stronger strengths compared to weaknesses. The condition of Nusantara batik through SANUTIK has greater opportunities compared to threats. Nusantara batik through SANUTIK is in the aggressive/growth quadrant, which means it is in a prime and stable condition, making it highly possible to continue expanding, enhancing growth, and achieving maximum progress.*

**Keywords:** Batik Nusantara, competitiveness, SANUTIK, dan SWOT

### **Abstrak**

Industri batik Nusantara telah menjadi bagian penting dari warisan budaya Indonesia dan memiliki potensi besar untuk menghadirkan kontribusi ekonomi yang signifikan. Dalam upaya untuk meningkatkan daya saing produk batik Nusantara, konsep inovasi kemitraan dengan masyarakat telah muncul sebagai pendekatan yang menjanjikan. Salah satu implementasi konkret dari pendekatan ini adalah melalui program SANUTIK (Sapatu Nusantara Batik). Artikel ini akan menjelaskan bagaimana inovasi kemitraan masyarakat melalui SANUTIK dapat memperkuat industri batik Nusantara dari berbagai aspek. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dan kualitatif. Analisis data yang dilakukan melalui analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Analisis Matrik SWOT kondisi internal batik nusantara melalui sanutik mempunyai kekuatan yang lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan. Kondisi batik nusantara melalui sanutik mempunyai peluang yang lebih besar dibandingkan dengan faktor ancaman. batik nusantara melalui sanutik berada di kuadran agresif/growth yang artinya dalam keadaan prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

**Kata kunci:** Batik Nusantara, Daya Saing, SANUTIK, dan SWOT.

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan budaya dan seni yang luar biasa, salah satunya adalah seni batik. Batik telah menjadi bagian tak terpisahkan dari sejarah dan identitas budaya Indonesia (Nugroho, 2020). Namun, di tengah perkembangan teknologi dan era digital, penting bagi produk Batik Nusantara untuk tetap relevan dan berdaya saing di pasar global. Namun, seperti yang terjadi di berbagai sektor, industri batik juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saingnya di pasar global yang semakin kompetitif (Suliyati, 2020). Oleh karena itu, inovasi menjadi kunci penting dalam menjaga dan meningkatkan kualitas serta nilai produk batik yang dapat mengambil peran penting dalam meningkatkan daya saing produk Batik Nusantara.

Inovasi memiliki peranan sentral dalam memajukan industri batik. Dalam konteks globalisasi dan kemajuan teknologi, konsep tradisional batik perlu dihadapkan pada tantangan zaman untuk tetap relevan dan menarik bagi konsumen masa kini. Inovasi dalam bentuk desain yang *up to date*, penggunaan teknik produksi yang modern, serta pemanfaatan material yang berkelanjutan menjadi hal yang tidak bisa diabaikan (Wiyono & Ardiansyah, 2020). Tanpa inovasi yang berkelanjutan, potensi batik Nusantara untuk menjadi produk yang diakui secara internasional akan terhambat.

Dalam upaya memacu inovasi di sektor batik, muncul konsep revolusioner yang dikenal sebagai Sapatu Nusantara Batik (SANUTIK). Konsep ini mengusung ide kolaborasi antara pelaku industri, desainer, komunitas lokal, serta institusi pendidikan untuk menciptakan ekosistem inovasi yang kokoh. SANUTIK bertindak sebagai wadah yang memfasilitasi pertukaran ide, teknologi, dan pengetahuan antara berbagai pihak terlibat. Dengan demikian, konsep SANUTIK bukan hanya sekadar menjanjikan perkembangan produk batik yang lebih modern dan kompetitif, tetapi juga membangun sinergi yang kuat dalam meningkatkan daya saing industri batik secara keseluruhan. Oleh karenanya, dengan memunculkan inovasi baru yang di balut dengan desain yang menarik dan *up to date* batik nusantara akan mampu berdaya saing dengan produk nasional ataupun internasional lainnya (Hariani, 2020).

Kurangnya inovasi dalam meningkatkan daya saing produk batik dari segi desain, gaya, dan aplikasi produk batik dapat membuatnya terlihat kurang menarik bagi konsumen muda dan generasi masa kini. Generasi muda cenderung memiliki selera yang berbeda dan lebih terbuka terhadap tren dan inovasi yang kekinian sehingga perlu adanya edukasi tentang nilai budaya. Mengedukasi generasi muda tentang nilai budaya dan sejarah di balik batik dapat meningkatkan apresiasi mereka terhadap produk yang di tawarkan (Firmansyah, 2019). Kondisi generasi muda yang mulai pudar kecintaannya terhadap nilai budaya apabila terus dibiarkan maka laju pertumbuhan identitas budaya akan perlahan musnah. Oleh karenanya pengembangan daya saing produk batik dapat menjadi solusi baru bagi pengembang produk batik untuk mengembangkan inovasi dan potensi yang ada seperti pembuatan pakaian kasual yang dibalut dengan gaya/model kontemporer, aksesoris buah tangan dengan model yang modern, tas yang dibalut dengan konsep batik untuk menciptakan gaya casual yang nyentrik, ataupun model sepatu dengan memberikan aksen batik untuk memberikan nilai tambah dan keunikan pada produk batik seperti halnya SANUTIK.

Potensi untuk meningkatkan daya saing produk batik melalui produk SANUTIK bisa menjadi langkah strategis dalam menghadapi tantangan global dan memperkuat identitas budaya lokal. Berikut adalah beberapa cara di mana produk SANUTIK dapat berkontribusi dalam meningkatkan daya saing produk batik: Inovasi Desain: Produk SANUTIK dapat membawa inovasi dalam desain motif dan kombinasi warna pada produk batik. Inovasi ini dapat memberikan daya tarik baru pada konsumen, baik di dalam negeri maupun luar negeri; Penekanan pada Kualitas: Jika produk SANUTIK dikenal karena kualitasnya yang tinggi, hal ini akan menciptakan citra positif dan mendukung peningkatan daya saing produk batik secara keseluruhan; Kolaborasi dengan Perancang: SANUTIK dapat bekerja sama dengan perancang mode terkenal untuk menghasilkan produk batik yang lebih modern dan sesuai dengan *trend*. Ini akan membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas.; Menggabungkan Budaya dan Mode: Dengan menggabungkan batik tradisional dengan produk alas kaki modern, seperti sepatu, SANUTIK dapat menciptakan karya seni yang unik dan menarik bagi konsumen yang ingin mengapresiasi budaya melalui gaya pribadi; Kampanye Pendidikan dan Pemberdayaan: SANUTIK juga

dapat berperan dalam kampanye yang mengedukasi konsumen tentang nilai-nilai budaya dan sejarah di balik motif batik, membantu meningkatkan apresiasi dan permintaan; Pelatihan dan Keterlibatan Pengrajin: Melibatkan para pengrajin batik dalam produksi SANUTIK dapat memberikan nilai tambah pada produk dan mendukung pengembangan keahlian tradisional; Penghargaan Budaya: SANUTIK berhasil mengangkat keunikan batik sebagai warisan budaya, hal ini juga akan memperkuat branding dan daya tarik produk tersebut.

Artikel ini, akan memberikan penjelasan lebih jauh tentang bagaimana cara meningkatkan daya saing produk batik Nusantara melalui SANUTIK. Dengan memadukan tradisi dan perkembangan, SANUTIK membuka pintu untuk menciptakan produk batik yang tidak hanya mempertahankan nilai budaya yang kaya, tetapi juga memiliki daya saing yang kuat di tingkat internasional. Dengan kolaborasi dan kerja sama yang berkelanjutan, masa depan produk batik Indonesia di panggung global tampak cerah dan penuh potensi. Dengan terus mempertemukan tradisi dan perkembangan, kita dapat melihat bagaimana masa depan yang cerah menanti produk batik Indonesia di panggung dunia.

## 2. METODE

Metode penerapan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang mengacu pada contoh nyata yang mengilustrasikan bagaimana inovasi kemitraan masyarakat melalui SANUTIK yang telah berhasil meningkatkan daya saing produk batik Nusantara.

Menurut Kuncoro (2023) penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, dengan menyajikan, menganalisis dan menginterpretasikan. Menurut Sugiyono (2023), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek ilmiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambil sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball. Data kualitatif yang didapatkan melalui teknik wawancara melalui narasumber yaitu pemilik ide SANUTIK dan mitra sepatu atau pengrajin sepatu di Samarang, Garut, Jawa Barat.

Cara mengukur tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*), (Safitri & Rahmawati, 2023). Teknik analisis data dalam penelitian ini, menggunakan metode analisis deskriptif dilakukan melalui wawancara mendalam yang berkaitan dengan strategi pembuatan produk SANUTIK. Objek pada penelitian ini adalah mitra sepatu atau pengrajin sepatu di Samarang, Garut, Jawa Barat. Untuk instrumen penelitiannya yaitu dengan kuesioner dan wawancara kepada pemilik/owner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian didapat hasil matrik IFAS dan matrik EFAS dari hasil penelitian dari statistika deskriptif kualitatif yang didapat dari hasil wawancara dan observasi. Pembobotan terhadap masing-masing faktor, mulai dari 1,00 (Sangat Penting) sampai dengan 0,00 (tidak penting). Skor jumlah bobot untuk keseluruhan faktor adalah 1,00. Penentuan rating untuk masing-masing faktor berdasarkan pengaruhnya terhadap permasalahan. Nilai rating, mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*). Pemberian nilai rating untuk kekuatan bersifat positif (semakin besar kekuatan maka semakin besar pula rating yang diberikan), sedangkan untuk kelemahan dilakukan sebaliknya (Rahajeng, 2022).

## Matrik IFAS

Berikut adalah tabel analisis SWOT faktor internal dari SANUTIK, menyusun dan menghitung nilai bobot, rating dan skor dengan teknik skala sebagai berikut:

Tabel 1. Matrik IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan (<i>strengths</i>)</b>				
1.	Kemampuan Desain Kreatif	0.13	4.00	0.52
2.	Keterampilan Pengrajin Terampil	0.19	5.00	0.97
3.	Pengetahuan Budaya Lokal	0.13	3.50	0.45
Subtotal		0.45		1.94
<b>Kelemahan (<i>weaknesses</i>)</b>				
1.	Keterbatasan Sumber Daya	0.19	2.00	0.39
2.	Keterbatasan Teknologi	0.16	2.00	0.48
3.	Keterbatasan Pasar	0.19	2.50	0.32
Subtotal		0.54		1.19
Total		1.00		3.13

Pada tabel di atas faktor-faktor kekuatan (*strengths*) mempunyai nilai skor 1,94 sedangkan faktor-faktor kelemahan (*weaknesses*) mempunyai nilai skor 1,19 Berarti SANUTIK mempunyai kekuatan (*strengths*) yang lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan (*weaknesses*).

## Matrik EFAS

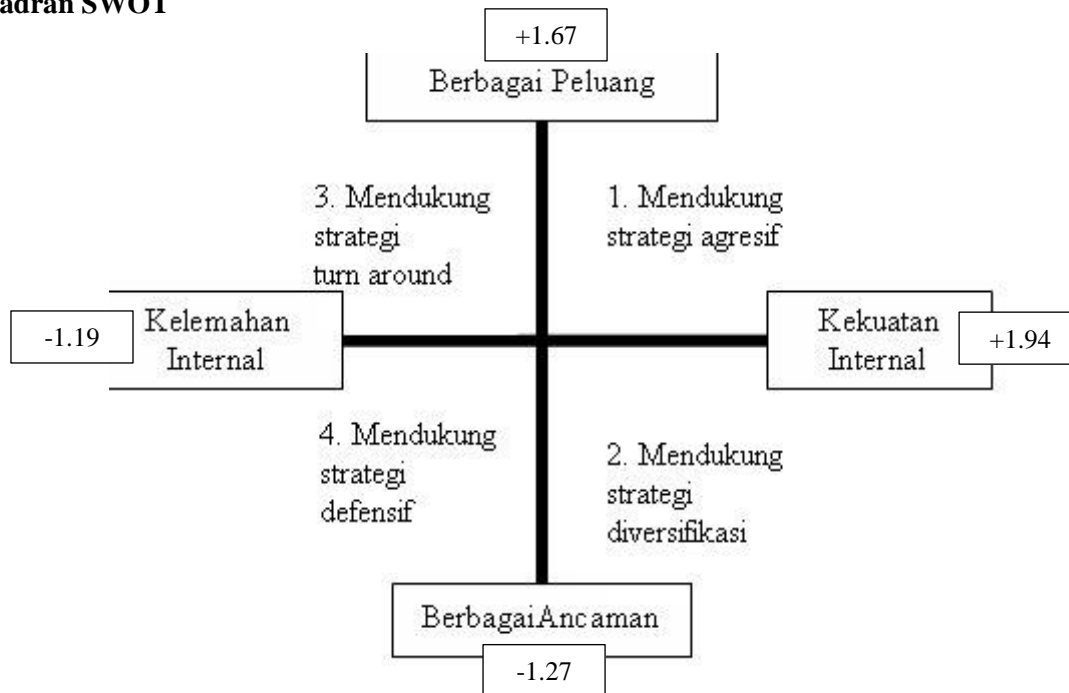
Berikut adalah tabel analisis SWOT faktor eksternal dari SANUTIK, menyusun dan menghitung nilai bobot, rating dan skor dengan teknik skala sebagai berikut:

Tabel 2. Matrik EFAS

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>				
1.	Tren Mode dan Gaya	0.20	3.00	0.60
2.	Peningkatan Pariwisata	0.20	4.00	0.80
3.	Kemitraan Budaya	0.13	2.00	0.27
Subtotal		0.53		1.67
<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>				
1.	Persaingan Global	0.13	3.00	0.40
2.	Pola Konsumsi Berubah	0.20	3.00	0.60
3.	Keterbatasan Sumber Daya Bahan Baku	0.13	2.00	0.27
Subtotal		0.47		1.27
Total		1.00		2.93

Pada tabel di atas faktor-faktor Peluang (*Opportunities*) mempunyai nilai skor 1,67 sedangkan faktor-faktor Ancaman (*Threats*) mempunyai nilai skor 1,27 Berarti SANUTIK mempunyai Peluang (*Opportunities*) yang lebih dibandingkan dengan faktor Ancaman (*Threats*).

### Kuadran SWOT



Gambar1. Kuadran SWOT IE (Internal dan Eksternal)

Nilai total skor rata-rata pada matriks IFAS sebesar 3,13 sedangkan, matriks EFAS memperoleh total skor rata-rata sebesar 2.93. Berdasarkan kuadran SWOT terlihat bahwa SANUTIK berada pada kuadran agresif/*growth*. Kuadran agresif/*growth* merupakan organisasi dalam keadaan prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. SANUTIK memiliki *opportunity* dan *strength*, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Maka strategi yang dapat dilakukan adalah mendukung strategi yang berorientasi pada pertumbuhan. Dengan menerapkan strategi ini SANUTIK dapat memaksimalkan kekuatannya dengan memanfaatkan peluang yang ada, sehingga SANUTIK dapat mengimbangi persaingan dengan pasar yang serupa.

### Analisis SWOT matriks

Matriks SWOT adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang mempengaruhi suatu organisasi atau proyek. Ini adalah alat yang berguna untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi strategi dan keputusan bisnis.

Berikut ini adalah contoh matriks SWOT untuk perusahaan SANUTIK yang bertujuan untuk meningkatkan mitra pengrajin sepatu dengan menciptakan inovasi baru dengan kain batik:

Tabel 2. Matriks SWOT

Internal	Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )
		1. Kemampuan Desain Kreatif
	2. Keterampilan Pengrajin Terampil	2. Keterbatasan Teknologi
	3. Pengetahuan Budaya Lokal	3. Keterbatasan Pasar
Eksternal	Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Ancaman ( <i>Threats</i> )
		1. Tren Mode dan Gaya
	2. Peningkatan Pariwisata	2. Pola Konsumsi Berubah
	3. Kemitraan Budaya	3. Keterbatasan Sumber Daya Bahan

Dalam matriks SWOT di atas, faktor-faktor internal dan eksternal diidentifikasi dan dikelompokkan sesuai dengan kategori kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Setelah mengisi matriks dengan faktor-faktor yang relevan, langkah selanjutnya adalah merumuskan strategi berdasarkan kombinasi faktor-faktor ini. Strategi yang dapat diambil berdasarkan matriks SWOT ini adalah:

- Memanfaatkan kemampuan desain kreatif dan pengetahuan budaya lokal untuk menghasilkan sepatu dengan elemen batik yang unik, mengambil keuntungan dari tren mode dan gaya saat ini.
- Mengatasi keterbatasan sumber daya dengan mencari mitra atau kolaborator yang dapat membantu dalam pengadaan bahan baku atau teknologi yang diperlukan.
- Mempromosikan produk sepatu berdesain batik sebagai produk yang memiliki nilai budaya dan kualitas tinggi kepada pasar pariwisata yang berkembang.

Hasil yang didapatkan dari adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi yang berupa peningkatan perekonomian di daerah sekitar khususnya pengrajin sepatu dan pengrajin batik. Selain itu tercapainya tercapainya kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial) telah mampu memberi perubahan bagi individu/masyarakat maupun institusi baik jangka pendek maupun jangka panjang (Arkanudin, Sudirman, Suryadi, Batuallo, & Wicaksono, 2023). Yang dibuktikan dengan adanya pengembangan produk baru yang memiliki nilai daya saing yang tinggi dan mampu mengembangkan perindustrian yang ada.

Hasil dan pembahasan mengenai meningkatkan daya saing produk batik Nusantara meliputi beberapa strategi seperti inovasi desain, penggunaan bahan berkualitas, pemasaran digital, kerja sama dengan desainer terkenal, serta pelatihan untuk pengrajin agar dapat menghasilkan produk berkualitas tinggi. Seperti yang dapat di jelaskan di bawah ini:

1. Inovasi Desain: Produk SANUTIK dapat membawa inovasi dalam desain motif dan kombinasi warna pada produk batik. Inovasi ini dapat memberikan daya tarik baru pada konsumen, baik di dalam negeri maupun luar negeri.
2. Penekanan pada Kualitas: Jika produk SANUTIK dikenal karena kualitasnya yang tinggi, hal ini akan menciptakan citra positif dan mendukung peningkatan daya saing produk batik secara keseluruhan.
3. Kolaborasi dengan Perancang: SANUTIK dapat bekerja sama dengan perancang mode terkenal untuk menghasilkan produk batik yang lebih modern dan sesuai dengan tren. Ini akan membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
4. Menggabungkan Budaya dan Mode: Dengan menggabungkan batik tradisional dengan produk alas kaki modern, seperti sepatu, SANUTIK dapat menciptakan karya seni yang unik dan menarik bagi konsumen yang ingin mengapresiasi budaya melalui gaya pribadi.
5. Pemasaran Digital: Menggunakan platform online untuk memasarkan produk SANUTIK akan membantu produk lebih mudah diakses oleh konsumen di seluruh dunia, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing batik Indonesia secara global.
6. Ekspor dan Pasar Internasional: Produk SANUTIK yang memiliki daya tarik khusus dapat membantu produk batik Nusantara meraih pangsa pasar di luar negeri, meningkatkan daya saing dalam skala internasional.
7. Kampanye Pendidikan dan Pemberdayaan: SANUTIK juga dapat berperan dalam kampanye yang mengedukasi konsumen tentang nilai-nilai budaya dan sejarah di balik motif batik, membantu meningkatkan apresiasi dan permintaan.
8. Inovasi Bahan dan Teknologi: Produk SANUTIK bisa menjadikan bahan dan teknologi inovatif dalam pembuatan sepatu batik. Misalnya, penggunaan bahan ramah lingkungan atau teknologi cetak digital yang presisi.
9. Pelatihan dan Keterlibatan Pengrajin: Melibatkan para pengrajin batik dalam produksi SANUTIK dapat memberikan nilai tambah pada produk dan mendukung pengembangan keahlian tradisional.
10. Penghargaan Budaya: Jika SANUTIK berhasil mengangkat keunikan batik sebagai warisan budaya, hal ini juga akan memperkuat branding dan daya tarik produk tersebut.

Dengan menggabungkan elemen-elemen ini, produk batik Nusantara dapat memiliki daya tarik yang lebih tinggi di pasar global dan meningkatkan posisi kompetitifnya.

#### 4. SIMPULAN

Kesimpulan yang dihasilkan dari analisis matriks SWOT terlihat bahwa untuk meningkatkan mitra pengrajin sepatu dengan menciptakan inovasi baru dengan kain batik berada pada kuadran agresif/*growth*. Kuadran agresif/*growth* merupakan organisasi dalam keadaan prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Maka strategi alternatif yang bisa dilakukan perusahaan mitra pengrajin sepatu yang ingin menciptakan inovasi baru dengan kain batik adalah dengan merumuskan strategi yang efektif dalam menghadapi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha mereka. Berikut adalah beberapa poin penting yang dapat diambil dari analisis ini:

1. Pemanfaatan Kekuatan Internal: Perusahaan mitra memiliki kemampuan desain kreatif, keterampilan pengrajin terampil, dan pengetahuan tentang budaya lokal yang dapat diintegrasikan dalam produk sepatu dengan kain batik. Hal ini membuka peluang untuk menciptakan produk yang unik dan memiliki nilai budaya yang tinggi.
2. Penanganan Kelemahan: Meskipun perusahaan mitra menghadapi keterbatasan sumber daya, teknologi, dan pasar, mereka dapat mencari solusi dengan mencari mitra atau kolaborator yang dapat membantu mengatasi kendala ini. Peningkatan dalam aspek-aspek ini dapat meningkatkan daya saing produk.
3. Eksploitasi Peluang Eksternal: Peluang dalam tren mode dan gaya serta peningkatan pariwisata dapat dimanfaatkan untuk menghadirkan produk sepatu berdesain batik kepada konsumen yang lebih luas. Kolaborasi dengan budaya lokal juga dapat memberikan dampak positif pada citra merek.
4. Mitigasi Ancaman: Persaingan global, perubahan pola konsumsi, dan keterbatasan pasokan bahan baku dapat diatasi dengan fokus pada inovasi berkelanjutan, diversifikasi produk, dan pengembangan jaringan distribusi yang lebih luas.
5. Integrasi Strategi: Strategi yang berdasarkan hasil analisis SWOT dapat melibatkan pengembangan produk yang memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal, sambil mengurangi dampak kelemahan internal dan mengatasi ancaman eksternal.
6. Pemantauan dan Penyesuaian: Kesimpulan dari analisis SWOT harus menjadi dasar untuk perencanaan strategis jangka pendek dan panjang. Pemantauan secara berkala terhadap perkembangan internal dan eksternal penting untuk memastikan strategi tetap relevan dan beradaptasi dengan perubahan.

Dalam rangka meningkatkan daya saing produk sepatu dengan kain batik, penting bagi perusahaan mitra untuk mengambil tindakan berdasarkan kesimpulan ini. Analisis SWOT memberikan pandangan komprehensif tentang posisi perusahaan dalam lingkungan bisnisnya, membantu mereka mengidentifikasi arah strategis yang tepat, serta meningkatkan kemampuan mereka untuk menghadapi perubahan dan peluang dalam pasar.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kementerian Pendidik dan Kebudayaan Riset dan Teknologi Republik Indonesia yang telah menyelenggarakan program BIMA (Basis Informasi penelitian) dan kepada pihak mitra SANUTIK yang telah mendukung program yang dilaksanakan oleh tim pengabdian Universitas Garut dalam melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

Arkanudin, Sudirman, Suryadi, A., Batuallo, I. D., & Wicaksono, A. (2023, Februari 1). PKM Activity Providing Social Assistance to Al-Mujtahid Ii Islamic Boarding School in Punggur Kecil Village, Sungai Kakap District, Kubu Raya Regency: PKM Kegiatan Pemberian Bantuan Sosial Kepada Pondok Pesantren Al-Mujtahid Ii Di Desa Punggur Kecil Kecam. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7, 20-26. doi: <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i1.11064>

- Firmansyah, R. (2019). Perubahan Sosial Ekonomi Pekerja Sentra Industri Batik Di Desa Kunir Kidul Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang. *Jurnal Pekerjaann Sosial*, 2, 168-173. doi:<https://doi.org/10.24198/focus.v2i2.26236>
- Hariani, D. (2020, September 30). Analisis Strategi Model Bussines Produk Industri Kreatif Dengan Pendekatan Model Canvas ( Studi Pada Industri Batik Laweyan Kota Surakarta). doi:<https://doi.org/10.3701/ILEKA.V1I2.270>
- Kuncoro, H. (2023). *Statistika Deskriptif untuk Analisis Ekonomi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nugroho, H. (2020). Pengertian Motif Batik dan Filosofinya. *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*.
- Rahajeng, Y. (2022). Analisis SWOT Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*.
- Safitri, T. A., & Rahmawati, F. M. (2023). Analisis SWOT Panti Asuhan Aisyiyah Putri Yogyakarta. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1590-1595.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyati, T. (2020). Penguatan Industri Kreatif Batik Semarang di Kampung Alam Malon Kecamatan Gunung Pati Semarang. *Jurnal Pekerjaan Sosial*. doi:<https://doi.org/10.14710/anuva.4.2.287-296>
- Wiyono, H. D., & Ardiansyah, T. (2020, Desember 31). Pertiwi, I. (2020). Inovasi Desain Produk Dan Kemasan Melalui Kolaborasi Kreatif Brand Kosmetik Dengan Produsen Makanan. *Kreativitas Dan Inovasi Dalam Berwirausaha*. doi:10.30998/JUUK.V1I2.503