

STRATEGI MANAJERIAL DALAM MENJAGA DAYA SAING INDUSTRI BATIK INDONESIA DI ERA GLOBALISASI

Mangantar Simbolon^{1*}, Remus Silalahi²

¹ Magister Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia

² Magister Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia

*Penulis Korespondensi: simbolonmangantar@gmail.com, eem.silalahi@gmail.com

Abstract. Globalization has significantly changed the competitive dynamics of the Indonesian batik industry, presenting both opportunities and challenges. This study aims to analyze the managerial strategies implemented to maintain and enhance the competitiveness of the batik industry in the era of globalization. A qualitative approach with a literature review of relevant scientific sources was employed. The findings reveal that globalization intensifies competition, particularly due to the influx of mass-produced batik-patterned textile products from abroad. In response, batik industry players need to adopt integrated managerial strategies, including product innovation based on local wisdom, the use of digital technology in marketing, human resource competency development through training, and the optimization of the marketing mix. The implementation of these strategies has been shown to positively impact business performance, market expansion, and the long-term sustainability of the batik industry. The study implies that an adaptive and holistic managerial approach is essential to navigating the complexities of global competition.

Keywords: batik industry; competitiveness; globalization; managerial strategy; MSMEs

Abstrak. Globalisasi telah membawa perubahan signifikan terhadap dinamika persaingan industri batik Indonesia, baik dari sisi peluang maupun tantangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajerial yang diterapkan dalam menjaga dan meningkatkan daya saing industri batik di era globalisasi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi literatur terhadap berbagai sumber ilmiah yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa globalisasi meningkatkan intensitas persaingan, terutama dengan masuknya produk tekstil bermotif batik hasil produksi massal dari luar negeri. Untuk merespons tantangan tersebut, pelaku industri batik perlu menerapkan strategi manajerial yang terintegrasi, mencakup inovasi produk berbasis kearifan lokal, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, peningkatan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan, serta optimalisasi bauran pemasaran. Penerapan strategi tersebut terbukti berdampak positif terhadap peningkatan kinerja usaha, perluasan pangsa pasar, dan keberlanjutan industri batik dalam jangka panjang. Implikasi dari penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan manajerial yang adaptif dan holistik dalam menghadapi dinamika persaingan global.

Kata kunci: daya saing; globalisasi; industri batik; strategi manajerial; UMKM

1. LATAR BELAKANG

Era globalisasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap dinamika persaingan bisnis. Perkembangan teknologi komunikasi dan transportasi yang pesat telah mengaburkan batasan geografis antarnegara, sehingga memungkinkan perusahaan untuk beroperasi dan berkompetisi pada skala internasional. Kondisi ini mendorong terbukanya pasar global bagi lebih banyak pelaku usaha, baik perusahaan besar maupun menengah, yang pada akhirnya meningkatkan intensitas persaingan bisnis. Menurut Aditya dan Merthayasa (2023), globalisasi memperketat persaingan bisnis akibat kemudahan akses teknologi dan integrasi pasar, yang tidak hanya menimbulkan tantangan tetapi juga peluang pengembangan strategi usaha. Persaingan tersebut tidak hanya terjadi pada industri modern, tetapi juga pada sektor tradisional seperti industri batik.

Batik sebagai warisan budaya Indonesia telah diakui UNESCO sebagai Intangible Cultural Heritage of Humanity sejak tahun 2009, yang diperkuat dengan penetapan Hari

Naskah Masuk: 4 Februari 2026; Revisi: 4 Februari 2026; Diterima: 4 Februari 2026; Terbit: 19 Februari 2026.

Batik Nasional pada 2 Oktober sebagai bentuk apresiasi terhadap identitas budaya bangsa (Hakim, 2018). Pengakuan ini memperkuat posisi batik tidak hanya sebagai simbol budaya nasional, tetapi juga sebagai komoditas ekonomi bernilai tinggi di pasar domestik maupun internasional. Namun demikian, industri batik menghadapi tantangan berupa persaingan dengan produk tekstil bermotif batik hasil produksi massal dari luar negeri yang lebih murah dan efisien (Wibowo dkk., 2015).

Dalam menghadapi tantangan persaingan global, pelaku industri batik perlu menerapkan strategi manajerial yang holistik mencakup inovasi produk, pemasaran, serta pengelolaan sumber daya manusia agar mampu mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Menurut studi kasus UMKM Batik SS, strategi pemasaran yang adaptif di era digital termasuk pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce terbukti meningkatkan efektifitas pemasaran dan keterlibatan pasar, sekaligus membantu batik mengatasi tekanan kompetisi harga dan preferensi konsumen modern (Azzahra dkk., 2025). Selain itu, penelitian tentang usaha batik Sekarmulyo menunjukkan bahwa pengembangan desain produk berbasis kearifan lokal serta peningkatan kompetensi SDM melalui pelatihan merupakan strategi penting untuk memperkuat kualitas produk dan memperluas jaringan pemasaran, yang pada akhirnya mendukung daya saing usaha batik di pasar nasional dan internasional (Roshiany & Khajar, 2025)..

Fokus strategis lain yang perlu diperkuat adalah pengelolaan sumber daya manusia dan efisiensi operasional yang terintegrasi dalam sistem manajerial organisasi batik. Hasil penelitian pada klaster batik di Pekalongan mengungkapkan bahwa penerapan praktik manajemen SDM seperti pelatihan, pemberdayaan pekerja, dan peningkatan kompetensi secara langsung berdampak pada kapasitas produksi dan daya jual produk batik, sehingga mampu memperbaiki posisi kompetitif usaha kecil dan menengah tersebut (Fawaid dkk., 2024). Di sisi lain, strategi pemasaran melalui bauran pemasaran (marketing mix) yang terencana meliputi segmentasi pasar, diferensiasi produk, dan optimalisasi distribusi serta promosi terbukti menjadi sarana efektif dalam memperkuat posisi batik Indonesia menghadapi persaingan produk tekstil global (Salsabila dkk., 2023).

Oleh karena itu, diperlukan kajian mengenai bagaimana strategi manajerial dapat diterapkan secara efektif dalam menjaga dan meningkatkan daya saing industri batik Indonesia di tengah tekanan globalisasi. Karya tulis ilmiah ini berfokus pada analisis strategi manajerial sebagai landasan pengambilan keputusan dalam mempertahankan keberlanjutan dan keunggulan bersaing industri batik di pasar global.

2. KAJIAN TEORITIS

Globalisasi

Globalisasi merupakan suatu proses integrasi antarnegara yang mencakup aspek ekonomi, teknologi, sosial, dan budaya, yang ditandai dengan meningkatnya arus perdagangan internasional, investasi lintas negara, serta pertukaran informasi yang semakin cepat (Alkharafi & Alsabah, 2025). Proses ini menyebabkan semakin terbukanya pasar global dan berkurangnya hambatan geografis, sehingga perusahaan dari berbagai negara dapat saling berinteraksi dan bersaing secara langsung di pasar internasional.

Dalam konteks bisnis, globalisasi menciptakan lingkungan persaingan yang semakin kompleks karena perusahaan tidak lagi hanya bersaing dengan pelaku usaha lokal, tetapi juga dengan perusahaan multinasional yang memiliki keunggulan sumber daya, teknologi, dan jaringan pasar yang lebih luas (Champa, 2024). Kondisi ini meningkatkan intensitas persaingan dan menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perubahan pasar global.

Menurut Alkharafi & Alsabah (2025), selain meningkatkan persaingan, globalisasi juga membawa peluang bagi perusahaan untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi produksi, serta mengakses sumber daya dan teknologi yang sebelumnya sulit dijangkau. Namun, peluang tersebut hanya dapat dimanfaatkan secara optimal apabila perusahaan mampu merespons dinamika globalisasi melalui perencanaan dan pengambilan keputusan strategis yang tepat. Oleh karena itu, globalisasi menempatkan perusahaan pada posisi yang menuntut kesiapan strategis agar tetap bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

Daya Saing Perusahaan

Daya saing industri adalah kemampuan sebuah organisasi untuk unggul dibanding pesaingnya melalui pemanfaatan kapabilitas internal yang konsisten dengan tuntutan pasar global, sehingga mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang (Hasanah & Ibrahim, 2023). Dalam konteks era globalisasi, daya saing mengharuskan industri untuk memahami karakteristik pasar internasional, termasuk perbedaan budaya, regulasi, dan preferensi konsumen lintas negara yang kompleks.

Faktor utama yang memengaruhi daya saing industri adalah pengelolaan sumber daya manusia (SDM) sebagai aset strategis dalam menghadapi tekanan global, seperti perencanaan SDM, pelatihan dan pengembangan kompetensi, serta manajemen budaya kerja yang mendukung inovasi dan adaptasi kompetitif (Nendi, 2025). SDM yang unggul mampu menciptakan inovasi produk dan proses yang meningkatkan nilai tambah serta memperkuat posisi industri dibanding pesaingnya.

Selain itu, menurut Tambunan dan Amanda (2025), peran teknologi informasi dan manajemen operasional juga menjadi bagian dari daya saing yang kini tidak bisa dipisahkan dari strategi industri. Penerapan Sistem Informasi Manajemen global dapat meningkatkan efisiensi operasional, integrasi rantai pasok, serta kemampuan merespons dinamika pasar yang cepat, yang pada akhirnya memperkuat keunggulan kompetitif industri di tingkat global.

Strategi Manajerial

Strategi manajerial merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang dilakukan pimpinan organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan dengan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang ada agar memiliki keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Strategi ini berfungsi sebagai kerangka yang mengarahkan perusahaan dalam merespons perubahan eksternal dan kompetisi yang semakin intens, termasuk di era globalisasi dan digitalisasi (Suriyati dkk., 2024).

Dalam praktiknya, strategi manajerial tidak hanya berupa perencanaan umum tetapi juga implementasi kebijakan yang spesifik, seperti strategi pengembangan SDM, inovasi produk, dan adaptasi teknologi, yang terbukti krusial dalam meningkatkan daya saing perusahaan (Purba dkk., 2025). Pendekatan ini menekankan pada integrasi aspek manusia, struktur organisasi, dan proses bisnis untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan.

Selanjutnya, strategi manajerial juga mencakup manajemen inovasi sebagai respons terhadap tuntutan pasar dan kompetisi global. Dalam konteks industri digital seperti e-commerce, penerapan strategi manajemen inovasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan performa bisnis, yakni melalui pengembangan layanan baru, peningkatan proses internal, serta optimalisasi penggunaan teknologi yang relevan (Istiqomah dkk., 2024).

Industri Batik

Batik merupakan salah satu bentuk kerajinan tekstil tradisional yang telah menjadi simbol budaya Indonesia sejak lama. Pengakuan batik sebagai warisan budaya tak benda dunia oleh UNESCO pada tanggal 2 Oktober 2009 memperkuat posisi batik tidak hanya sebagai seni budaya, tetapi juga sebagai *nation brand* Indonesia yang mencerminkan identitas nasional dan kekayaan warisan budaya bangsa (Hakim, 2018). Batik tidak hanya dipandang sebagai komoditas tekstil, tetapi juga alat diplomasi budaya yang digunakan untuk memperkenalkan Indonesia di kancah internasional. Batik sebagai benda warisan membantu memperkuat kesadaran kolektif terhadap nilai budaya tradisional sekaligus menjadi media pelestarian budaya di era modern.

Selain itu, pengakuan UNESCO atas batik memicu berbagai upaya konservasi dan promosi batik di tingkat nasional dan daerah. Pemerintah dan komunitas lokal semakin gencar dalam mengembangkan batik melalui kegiatan pendidikan, pelatihan pengerajin, festival budaya, serta penguatan merek batik lokal untuk menghadapi tantangan pasar global. Strategi ini menunjukkan bahwa selain nilai historis dan budaya, batik juga dilihat sebagai aset ekonomi kreatif yang berpotensi mendorong perkembangan industri UMKM di berbagai wilayah Indonesia (Evita dkk., 2022).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*library research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara konseptual dan analitis berbagai teori, konsep, serta temuan ilmiah yang berkaitan dengan strategi manajerial dalam menjaga daya saing industri batik di era globalisasi. Metode studi literatur memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena secara mendalam melalui analisis sumber tertulis yang relevan tanpa melakukan pengumpulan data primer di lapangan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Globalisasi terhadap Daya Saing Industri Batik Indonesia

Globalisasi berdampak signifikan terhadap perkembangan industri batik Indonesia, terutama dalam aspek kompetisi dan dinamika pasar global. Globalisasi memperluas akses pasar lintas negara yang mendorong batik Indonesia masuk ke jaringan perdagangan internasional sekaligus mempertemukannya dengan produk tekstil luar negeri yang lebih efisien dalam produksi dan harga. Situasi ini menyebabkan batik Indonesia harus bersaing tidak hanya di pasar domestik tetapi juga di pasar ekspor dengan kekuatan kompetitif yang lebih besar (Suhairi dkk., 2024).

Selain itu, globalisasi memicu perubahan perilaku konsumen dan tren mode yang dinamis. Batik tidak lagi sekedar produk budaya tetapi juga harus berevolusi menjadi produk fashion yang mengikuti preferensi konsumen global tanpa kehilangan akar tradisionalnya. Penelitian menunjukkan bahwa transformasi kompetensi dan inovasi perusahaan batik, seperti di Kampung Batik Laweyan Surakarta, memengaruhi keunggulan kompetitif usaha batik dengan cara memperkuat kapabilitas internal menghadapi persaingan. Hal ini menunjukkan bahwa globalisasi mendorong industri batik untuk meningkatkan kualitas sumber daya, proses produksi, dan strategi pemasaran secara berkelanjutan (Lestari dkk., 2020).

Berdasarkan kedua temuan tersebut, globalisasi tidak hanya meningkatkan persaingan tetapi juga memberikan peluang pengembangan daya saing melalui integrasi pasar dan adopsi strategi yang tepat dalam pemasaran dan inovasi produk batik Indonesia.

Strategi Manajerial untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batik di Era Globalisasi

Strategi manajerial merupakan rangkaian keputusan dan kebijakan organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks industri batik, strategi pemasaran menjadi pilar yang dominan. Penelitian pada batik tulis Giriloyo menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang terintegrasi, termasuk penentuan produknya, harga, saluran distribusi, dan promosi sangat penting dalam menghadapi tekanan kompetitif global. Strategi ini membantu batik lokal memperluas jangkauan pasar, meningkatkan persepsi nilai bagi konsumen, serta menghadirkan diferensiasi produk dibandingkan pesaing domestik maupun global (Anisa dkk., 2021).

Sejalan dengan itu, studi strategi pengembangan Batik SS di Pekalongan menemukan bahwa integrasi pemasaran tradisional dengan pemasaran digital terbukti mampu meningkatkan keterlibatan konsumen dan menjadikan usaha batik lebih adaptif terhadap perubahan perilaku pasar. Batik SS memanfaatkan media sosial dan e-commerce sebagai bagian dari strategi pemasaran modern, sehingga memberikan keunggulan kompetitif yang lebih tinggi dibanding pelaku usaha yang belum memanfaatkan kanal digital secara optimal (Azzahra dkk., 2025).

Strategi manajerial ini mencerminkan pentingnya pengelolaan yang tidak hanya berfokus pada operasional internal tetapi juga responsif terhadap perubahan eksternal, termasuk tren globalisasi dan kebutuhan konsumen di pasar yang lebih luas.

Dampak Penerapan Strategi Manajerial terhadap Keberlanjutan dan Kinerja Industri Batik

Penerapan strategi manajerial yang efektif memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja dan keberlanjutan industri batik. Strategi yang menggabungkan inovasi produk, peningkatan kapabilitas SDM, dan pemasaran yang kuat terbukti berkontribusi pada daya saing jangka panjang. Misalnya, analisis rantai nilai pada produk batik menyoroti bahwa penguatan hubungan antara proses produksi, distribusi, dan pemasaran dapat meningkatkan nilai jual batik di berbagai segmen pasar, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan penjualan dan ekspansi usaha (Sari dkk., 2020).

Di sisi lain, peningkatan kompetensi SDM melalui pelatihan dan pengembangan menjadi faktor yang tidak bisa diabaikan. Penelitian mengenai manajemen SDM dalam industri batik menunjukkan bahwa pelatihan terarah berdampak positif terhadap keterampilan teknis dan manajerial pengrajin batik, yang selanjutnya meningkatkan produktivitas usaha serta kemampuan adaptasi terhadap tuntutan pasar global (Sholihin dkk., 2024).

Secara keseluruhan, bukti empiris dari berbagai studi menunjukkan bahwa strategi manajerial yang holistik meliputi pemasaran, inovasi, dan pengembangan SDM tidak hanya meningkatkan kinerja perusahaan batik dalam jangka pendek tetapi juga memperkuat pondasi keberlanjutan usaha dalam menghadapi dinamika persaingan global.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan Berdasarkan hasil pembahasan pada Bab IV, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Globalisasi berpengaruh langsung terhadap daya saing industri batik Indonesia. Pengaruh tersebut terlihat melalui meningkatnya persaingan dengan produk tekstil bermotif batik hasil produksi massal dari luar negeri yang memiliki keunggulan harga dan efisiensi produksi. Selain itu, globalisasi juga mengubah preferensi konsumen menjadi lebih dinamis dan berbasis tren global. Kondisi ini menuntut pelaku industri batik untuk tidak hanya mengandalkan nilai budaya, tetapi juga meningkatkan kualitas, inovasi desain, serta strategi pemasaran agar tetap kompetitif.
2. Strategi manajerial yang relevan untuk menjaga daya saing industri batik bersifat multidimensional dan terintegrasi. Strategi tersebut meliputi inovasi produk berbasis kearifan lokal, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, peningkatan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan, serta penerapan bauran pemasaran yang terencana. Kombinasi strategi ini

memungkinkan pelaku usaha batik menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis global sekaligus memperkuat diferensiasi produk yang menjadi keunggulan utama industri batik.

3. Penerapan strategi manajerial berdampak positif terhadap kinerja dan keberlanjutan industri batik. Industri batik yang menerapkan strategi secara konsisten menunjukkan peningkatan kapasitas produksi, perluasan jangkauan pasar, serta peningkatan nilai jual produk. Selain itu, strategi yang berorientasi pada inovasi, efisiensi operasional, dan penguatan kualitas SDM terbukti memperkuat ketahanan usaha dalam menghadapi tekanan kompetisi global dan fluktuasi permintaan pasar.

6. SARAN

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi pelaku industri batik, perlu memprioritaskan penguatan strategi diferensiasi produk melalui inovasi desain, peningkatan kualitas bahan, serta penguatan identitas budaya sebagai nilai unik yang tidak dimiliki produk tekstil massal. Selain itu, pemanfaatan platform digital dan e-commerce harus dioptimalkan sebagai saluran pemasaran utama di era globalisasi.
2. Bagi pengelola/manajemen usaha batik, penting untuk mengembangkan sistem manajemen yang adaptif dengan menitikberatkan pada pelatihan keterampilan pekerja, efisiensi proses produksi, serta perencanaan usaha jangka panjang. Penguatan kompetensi SDM menjadi faktor strategis karena kualitas produk batik sangat bergantung pada keterampilan tenaga kerja.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan melakukan penelitian empiris berbasis data lapangan pada sentra-sentra batik di berbagai daerah agar diperoleh model strategi manajerial yang lebih spesifik sesuai karakteristik wilayah, skala usaha, dan segmentasi pasar, sehingga hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih aplikatif.

DAFTAR REFERENSI

- Aditya, O., & Merthayasa, A. (2023). Upaya Peningkatan Daya Saing Bisnis Perusahaan Melalui Manajemen Perubahan. *Syntax Idea*, 5(7), 893-901.
- Anisa, K., Izzaty, W., Saragih, H. S., & Suhairi, S. (2021). Strategi Pemasaran Global Dan Riset Pasar Terhadap Penjualan Batik Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Kasus Industri Batik Tulis Giriloyo). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(3), 21-25.
- Azzahra, R. N., Almaulani, S. A., Nabila, T. N., Al Ghifari, A., & Rahmawati, F. (2025). STRATEGI PEMASARAN PRODUK BATIK SS DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA GLOBALISASI. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(6), 37-44.
- Evita, Y. N., Trihartono, A., & Prabhawati, A. (2022). Pengakuan UNESCO atas batik sebagai warisan budaya tak benda (WBTB). *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 21(2), 113-128.

- Fawaid, A., Sudarmiatin, S., & Rahayu, W. P. (2024). Influence Implementation Human Resource Management Against Power Sell Madura Batik Msmes Products. *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 12(02), 91-100.
- Hakim, L. M. (2018). Batik sebagai warisan budaya bangsa dan nation brand indonesia. *Nation State: Journal of International Studies*, 1(1), 61-90.
- Lestari, A. R., Istiatin, I., & Sarsono, S. (2020). KUNGGULAN KOMPETITIF DITINJAU DARI TRANSFORMASI PERUSAHAAN, KOMPETENSI, DAN PERILAKU INOVATIF (STUDI PADA PEMILIK USAHA KAMPUNG BATIK LAWEYAN SURAKARTA). *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 4(02). <https://doi.org/10.29040/jie.v4i02.1178>
- Roshiany, C., & Khajar, I. (2025). Business strategy to improve the competitiveness of Sekarmulyo Batik. *International Activa-Passiva Journal*, 2(3), 974–987.
- Salsabila, F. I., Sarmini, S., Setyawan, K. G., & Imron, A. (2023). Optimalisasi Pemasaran Industri Kreatif Batik Suminar Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Pada UMKM Home Industry Joglo Suminar Batik Kabupaten Kediri). *Jurnal Dialektika Pendidikan IPS*, 3(2), 128–139. <https://doi.org/10.26740/penips.v3i2.54949>
- Sari, S. R., Arifan, F., Triyono, T., & Niswah, U. (2020). Value Chain Analysis on Handmade Batik Products. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 13(1), 230-241.
- Sholihin, T. A. ., Fazriyani, F. ., Fadhilah, A. R. N. ., & Firdaus, S. M. . (2024). Human Resource Management in the Batik Industry: Evaluating the Role of Training and Development in Indonesia. *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, 3(6), 1002–1011. <https://doi.org/10.55927/modern.v3i6.12149>
- Suhairi, S., Harahap, E. Y. S., Putra, M., & Ramadhani, N. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Batik Tulis Giriloyo. *Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.47467/manageria.v4i1.515>
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).