



Mengenal Batik Paoman Indramayu dan Sebagai Penggerak Daya Saing Ekonomi Lokal

Oktavian Rinaldi

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

Email: re.viand95@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran Batik Indramayu, khususnya Batik Paoman, sebagai salah satu produk ekonomi kreatif berbasis budaya lokal yang tengah menghadapi tantangan di era digital. Permasalahan utama yang diidentifikasi dalam penelitian ini meliputi rendahnya literasi digital pelaku UMKM, keterbatasan inovasi desain produk, serta kurang optimalnya akses terhadap pasar yang lebih luas. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dengan pengrajin batik, pelaku usaha, dan pemangku kebijakan, serta dokumentasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku Batik Paoman menerapkan strategi pemasaran kombinatorial yang mencakup promosi konvensional melalui pameran, galeri, dan mitra lokal, serta promosi digital melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan platform e-commerce. Strategi lainnya mencakup kolaborasi dengan desainer fesyen lokal, diversifikasi produk batik menjadi bentuk busana modern (ready to wear), serta penggunaan narasi budaya (storytelling) sebagai daya tarik promosi. Meskipun strategi tersebut efektif dalam memperluas pasar, pelaku usaha masih menghadapi tantangan struktural, seperti minimnya pelatihan berkelanjutan, keterbatasan modal produksi, dan kurangnya dukungan distribusi dari pemerintah. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya sinergi antara pelaku batik, pemerintah daerah, dan lembaga pendukung UMKM dalam membangun sistem pemasaran yang berkelanjutan dan berbasis digital. Upaya ini juga diharapkan dapat memperkuat posisi Batik Indramayu sebagai bagian dari warisan budaya yang berdaya saing di tingkat nasional maupun global.

Kata kunci: Batik Indramayu, strategi pemasaran, UMKM, pemasaran digital, ekonomi kreatif.

Abstract

This research aims to analyze the marketing strategy of Indramayu Batik, especially Paoman Batik, as one of the creative economy products based on local culture that is facing challenges in the digital era. The main problems identified in this study include low digital literacy of MSME actors, limited product design innovation, and lack of optimal access to the wider market. The method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through observation, in-depth interviews with batik artisans, business actors, and policy makers, as well as field documentation. The results of the study show that Batik Paoman actors apply a combined marketing strategy that includes conventional promotion through exhibitions, galleries, and local partners, as well as digital promotion through social media such as Instagram, Facebook, and e-commerce platforms. Other strategies include collaboration with local fashion designers, diversifying batik products into modern forms of fashion (ready to wear), and using cultural narratives (storytelling) as promotional attractions. Although these strategies are effective in expanding the market, business actors still face structural challenges, such as lack of continuous training, limited production capital, and lack of distribution support from the government. This research recommends the importance of synergy between batik actors, local governments, and MSME support institutions in building a sustainable and digital-based marketing system. This effort is also expected to strengthen the position of Indramayu Batik as part of a competitive cultural heritage at the national and global levels.

Keywords: Batik Indramayu, marketing strategy, MSMEs, digital marketing, creative economy.

PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu warisan budaya bangsa Indonesia yang memiliki nilai estetika, filosofis, dan ekonomi tinggi. Sebagai simbol identitas nasional, batik telah diakui

oleh UNESCO sebagai warisan budaya takbenda dunia sejak tahun 2009 (Evita et al., 2022; Rani & Lusianti, 2012). Setiap daerah di Indonesia memiliki corak dan teknik batik yang khas, yang mencerminkan budaya dan kondisi geografis masing-masing (Faisal et al., 2024; Wulandari, 2022). Salah satu daerah yang memiliki kekayaan batik adalah Kabupaten Indramayu, dengan Batik Paoman sebagai salah satu representasi budaya lokal yang kuat (Prabhawati et al., 2022; Sumarsono et al., 2013).

Batik Paoman berasal dari Kelurahan Paoman, Kecamatan Indramayu, dan dikenal memiliki ciri khas berupa motif-motif pesisir, seperti ikan, ubur-ubur, kepiting, dan kapal karam (Saroh et al., 2022; Yuana & Nurmasari, 2024). Motif-motif tersebut merupakan representasi kehidupan masyarakat nelayan dan menyimpan nilai-nilai simbolik, seperti harapan, keselamatan, dan rezeki. Dalam proses pembuatannya, Batik Paoman tetap mempertahankan teknik tradisional seperti nyomplong dan canting tulis, yang membedakannya dari batik-batik pesisir lainnya. Warna-warna cerah yang digunakan mencerminkan semangat dan karakteristik masyarakat pesisir yang dinamis.

Keberadaan Galeri Batik Paoman Art, yang didirikan oleh Hj. Siti Ruminah Sudiono pada tahun 1970-an, telah menjadi tonggak penting dalam pelestarian dan pengembangan Batik Paoman. Galeri ini tidak hanya menjadi tempat produksi dan pemasaran, tetapi juga berperan sebagai pusat pelatihan, edukasi, dan pemberdayaan perempuan di sekitar wilayah Paoman. Aktivitas di galeri ini telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan kemandirian ekonomi masyarakat lokal, khususnya bagi perempuan yang sebelumnya tidak memiliki akses terhadap penghasilan tetap. Penelitian oleh Muthmaina (2024) menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan melalui pelatihan keterampilan dapat meningkatkan indeks pemberdayaan gender dan mengurangi ketimpangan gender di Indonesia. Selain itu, studi oleh Parhusip (2017) menekankan pentingnya inovasi dalam motif batik sebagai upaya pelestarian budaya yang juga dapat membuka peluang ekonomi bagi perempuan. Hal ini sejalan dengan temuan oleh Yudistira et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pelatihan desain batik berbasis teknologi dapat meningkatkan kualitas dan daya saing produk batik lokal. Dengan demikian, Galeri Batik Paoman Art tidak hanya berkontribusi pada pelestarian budaya, tetapi juga pada pemberdayaan ekonomi perempuan di Kabupaten Indramayu.

Dari sisi ekonomi, Galeri Batik Paoman Art turut mendorong pertumbuhan sektor ekonomi kreatif di Indramayu. Produksi batik dalam skala UMKM yang dilakukan galeri ini tidak hanya memenuhi permintaan pasar lokal, tetapi juga telah menjangkau pasar nasional bahkan internasional. Beberapa produk batik dari galeri ini telah dipasarkan hingga ke Eropa dan Timur Tengah. Keberhasilan ini tidak lepas dari strategi inovatif dalam desain motif dan pewarnaan, serta kemampuan mempertahankan kualitas produk berbasis kearifan lokal (Anugerah & Prasetya, 2015; Maulana & Prasetya, 2015; Suryandani & Muniroh, 2020; Tamamudin & Rosyada, 2015; Anshory & Nangoy, 2015; Hermawan & Suharnomo, 2021).

Namun demikian, meskipun Galeri Batik Paoman Art telah memberikan kontribusi besar dalam pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi, masih terdapat tantangan yang harus dihadapi. Di antaranya adalah regenerasi pembatik muda, persaingan dengan produk batik cetak massal, serta keterbatasan akses pasar digital. Selain itu, kajian akademis tentang peran galeri ini sebagai model pemberdayaan berbasis budaya juga masih terbatas, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami dampak jangka panjangnya terhadap pelestarian budaya dan penguatan ekonomi masyarakat.

Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Yudhoyono (2010), memberikan wawasan tentang peran Galeri Batik Paoman Art dalam pemberdayaan perempuan dan peningkatan kapasitas ekonomi lokal. Penelitian tersebut menekankan kontribusi galeri terhadap pemberdayaan masyarakat, namun belum mengidentifikasi secara mendalam dampak jangka panjang galeri dalam konteks pelestarian budaya lokal dan tantangan yang dihadapi dalam menghadapi persaingan industri batik modern. Selain itu, penelitian oleh Anwar (2015) yang membahas tentang batik sebagai warisan budaya tidak fokus pada model pemberdayaan berbasis budaya yang dilakukan oleh galeri batik lokal, melainkan lebih pada batik sebagai identitas nasional secara umum. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mengkaji secara komprehensif peran Galeri Batik Paoman Art dalam menjaga keberlanjutan budaya lokal melalui batik, dengan fokus pada kontribusinya dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas serta tantangan yang dihadapi dalam persaingan global dan digitalisasi.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menggali lebih dalam mengenai peran strategis Galeri Batik Paoman Art dalam menjaga keberlanjutan budaya lokal melalui batik, serta kontribusinya dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dalam kajian pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat, serta menjadi referensi bagi pengembangan sentra-sentra batik lainnya di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dalam kajian pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat, serta dapat dijadikan referensi untuk pengembangan sentra batik lainnya di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi galeri batik tradisional dalam menghadapi era digital dan persaingan dengan batik cetak massal, serta memberikan rekomendasi untuk strategi pengembangan yang lebih efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam peran Galeri Batik Paoman Art Indramayu dalam pelestarian budaya lokal dan pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk mengungkap makna, pemahaman, dan pengalaman sosial dari para pelaku usaha batik secara holistik dan kontekstual (Creswell, 2014).

Penelitian dilaksanakan di Galeri Batik Paoman Art, yang berlokasi di Kelurahan Paoman, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat. Lokasi ini dipilih secara purposive karena merupakan pusat batik tradisional yang aktif dalam memproduksi, mempromosikan, dan melestarikan Batik Paoman, sekaligus menjadi ruang pemberdayaan bagi perempuan pembatik. Galeri ini juga telah menjadi representasi penting dari keberhasilan industri kreatif lokal berbasis kearifan budaya pesisir.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam (in-depth interview), dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung dengan mencatat aktivitas produksi, pelatihan membatik, serta interaksi sosial antara pengrajin, pengelola galeri, dan konsumen. Wawancara dilakukan terhadap beberapa informan kunci, termasuk pendiri galeri, pembatik senior, dan mitra UMKM. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder berupa foto, brosur, katalog motif, sertifikat HAKI, dan dokumen legalitas usaha (Sugiyono, 2013).

Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yaitu dengan

mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari hasil wawancara dan observasi, kemudian disusun menjadi narasi yang sistematis. Proses analisis dilakukan secara induktif, dari data lapangan menuju kesimpulan teoretis yang lebih luas (Miles et al., 1992). Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teknik, serta melakukan konfirmasi ulang kepada informan terkait hasil interpretasi data.

Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya menangkap realitas sosial yang terjadi di dalam Galeri Batik Paoman Art, mulai dari dinamika pelestarian motif tradisional, peran perempuan dalam ekonomi lokal, hingga strategi adaptasi terhadap perubahan pasar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian tentang pelestarian budaya berbasis komunitas dan pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rasa, Karsa, dan Cipta (Budaya)

Budaya merupakan hasil olah budi dan kreativitas manusia dalam menjawab tantangan kehidupan serta mengekspresikan nilai-nilai sosial, spiritual, dan estetik. Dalam khazanah pemikiran budaya Indonesia, dikenal konsep rasa, karsa, dan cipta sebagai unsur fundamental pembentuk kebudayaan. Ketiganya mencerminkan dimensi kemanusiaan yang utuh: kemampuan merasakan (rasa), menghendaki (karsa), dan menciptakan (cipta). Konsep ini tidak hanya penting dalam pemahaman teoritis mengenai budaya, tetapi juga dalam praktik kehidupan sosial dan pengembangan karakter bangsa (Yulianthi, 2015).

Rasa merujuk pada kepekaan batiniah manusia yang mencakup estetika, empati, nilai moral, dan spiritualitas. Dalam konteks budaya, rasa hadir dalam ekspresi seni, etika sosial, dan sistem nilai yang mengatur relasi antarmanusia dan dengan alam. Misalnya, dalam seni pertunjukan tradisional seperti wayang, tari, dan musik gamelan, nilai rasa ditampilkan melalui harmoni bunyi, gerak, dan makna simbolik. Rasa juga menjadi dasar dalam budaya sopan santun, gotong royong, dan saling menghormati yang masih hidup dalam masyarakat Indonesia (Wiranata, 2002).

Karsa adalah dorongan kehendak atau niat untuk bertindak. Karsa menggerakkan manusia untuk berbuat sesuatu demi perubahan atau pencapaian tujuan tertentu. Dalam kebudayaan, karsa terlihat dalam semangat kerja kolektif, tekad untuk melestarikan tradisi, dan inisiatif untuk mengembangkan kehidupan sosial yang lebih baik. Nilai karsa tercermin dalam praktik budaya seperti kerja bakti, musyawarah desa, dan aksi-aksi sosial berbasis komunitas. Karsa, sebagai kehendak sadar, menjadi penghubung antara nilai-nilai (rasa) dan tindakan nyata (karya atau cipta) (Subijantoro et al., 2023).

Cipta adalah hasil daya pikir dan kreativitas manusia. Budaya cipta mencerminkan kemampuan intelektual manusia untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, seni, bahasa, dan sistem sosial. Dalam sejarah budaya Indonesia, cipta hadir dalam bentuk karya-karya besar seperti arsitektur Candi Borobudur, sistem pertanian subak di Bali, hingga batik dan tenun yang kaya akan filosofi dan teknik. Cipta juga melahirkan inovasi dalam seni dan budaya kontemporer, menunjukkan bahwa kebudayaan Indonesia terus berkembang tanpa kehilangan akar tradisinya (Susetya, 2019).

Ketiga unsur ini—rasa, karsa, dan cipta—bekerja secara sinergis dan menjadi pilar utama dalam pembentukan kebudayaan yang hidup dan dinamis. Rasa memberikan arah dan nilai, karsa menggerakkan niat dan tindakan, sedangkan cipta membangun ide dan inovasi. Budaya

yang dibangun di atas keseimbangan ketiganya akan menciptakan masyarakat yang beradab, kreatif, dan memiliki jati diri kuat.

Dalam konteks pembangunan nasional, pemahaman terhadap konsep rasa, karsa, dan cipta sangat penting, terutama dalam pendidikan karakter, pelestarian budaya lokal, dan penguatan identitas bangsa. Upaya revitalisasi nilai-nilai budaya melalui pendidikan, seni, dan pemberdayaan komunitas menjadi strategi penting untuk memastikan bahwa budaya tidak hanya menjadi warisan masa lalu, tetapi juga menjadi fondasi bagi masa depan yang lebih berkeadaban.

Sejarah Batik Paoman Indramayu

Batik Paoman merupakan salah satu jenis batik pesisir yang berkembang di wilayah Kabupaten Indramayu, khususnya di Kelurahan Paoman. Sejarah batik ini dapat ditelusuri sejak akhir abad ke-19 hingga awal abad ke-20, ketika aktivitas membatik mulai dilakukan oleh perempuan-perempuan nelayan sebagai kegiatan sampingan sambil menunggu suami mereka kembali dari laut. Kegiatan ini kemudian berkembang menjadi mata pencaharian utama bagi sebagian masyarakat pesisir Paoman, khususnya kaum perempuan (Yudhoyono, 2010).

Berbeda dengan batik dari wilayah pedalaman seperti Solo dan Yogyakarta yang cenderung memiliki motif geometris dan warna tanah, Batik Paoman menonjolkan kekayaan visual yang terinspirasi dari lingkungan maritim. Motif-motif seperti ikan, udang, cumi, kapal karam, serta flora dan fauna laut menjadi ciri khas utama batik ini. Selain itu, motif seperti "kapal kandas" juga sarat makna simbolis, menggambarkan harapan dan doa istri agar suami mereka kembali dengan selamat dari laut.

Salah satu tokoh penting dalam perkembangan Batik Paoman adalah Hj. Siti Ruminah Sudiono, yang pada tahun 1970-an mendirikan Galeri Batik Paoman Art. Ia berperan besar dalam melestarikan teknik membatik tradisional sekaligus mengembangkan usaha batik menjadi sektor ekonomi kreatif yang produktif. Galeri ini bukan hanya pusat produksi, melainkan juga tempat pelatihan dan pemberdayaan perempuan pembatik, serta menjadi motor penggerak promosi Batik Paoman ke pasar nasional dan internasional.

Batik Paoman juga dikenal dengan teknik khasnya, yaitu *nyomplong*—sebuah teknik pewarnaan kain dengan jarum untuk menghasilkan titik-titik halus yang membentuk pola unik. Selain itu, karakteristik visual batik ini juga mencakup garis-garis lengkung, *cecek* (titik-titik kecil), dan warna-warna cerah seperti merah, hijau, biru, dan kuning yang mencerminkan semangat masyarakat pesisir. Hingga kini, terdapat lebih dari 140 motif Batik Paoman yang telah terdaftar dalam hak kekayaan intelektual (HAKI), menunjukkan tingginya nilai orisinalitas dan keberlanjutan budaya yang dimiliki (Yudhoyono, 2010).

Seiring dengan pengakuan batik sebagai warisan budaya dunia oleh UNESCO pada tahun 2009, eksistensi Batik Paoman semakin diakui secara luas. Keunikan motif, kekayaan simbolik, serta nilai sosial yang terkandung di dalamnya menjadikan Batik Paoman sebagai warisan budaya yang bukan hanya patut dilestarikan, tetapi juga dikembangkan dalam konteks ekonomi kreatif dan pariwisata budaya di Indramayu.

Ciri Khas Motif Batik Indramayu

Batik Paoman Indramayu merupakan salah satu kekayaan budaya Nusantara yang tumbuh dari wilayah pesisir utara Jawa Barat, tepatnya di Kelurahan Paoman, Kabupaten

Indramayu. Kesenian batik ini memiliki keunikan tersendiri yang mencerminkan karakter masyarakat pesisir yang dinamis, terbuka, dan dekat dengan alam laut.

Ciri khas utama batik Paoman terlihat dari motif-motifnya yang banyak menggambarkan unsur alam pesisir dan kehidupan laut, seperti ikan, udang, kepiting, karang, hingga tumbuhan laut. Motif-motif ini tidak hanya menjadi hiasan semata, tetapi juga memiliki makna filosofis yang dalam, seperti harapan akan kelimpahan rezeki, perlindungan, dan keharmonisan hidup dengan alam.

Hasil wawancara yang menunjukkan motif batik indramayu di pengaruhi oleh letak geografis Pantai utara Jawa:

“secara garis besar motif batik Paoman Indramayu coraknya di pengaruhi oleh kebiasaan hidup orang-orang pesisir yang bersinggungan langsung dengan aktifitas laut. Misalnya di batik Indramayu yang memiliki corak ikan Etong. Nah dari situlah salah satu pengaruh motif batik indramayu.” Wawancara dengan mba Tria, 1 Juli 2025.

Dari segi warna, batik Paoman dikenal berani dan cerah. Warna-warna seperti merah, biru, hijau, dan kuning mendominasi kain batik, mencerminkan semangat masyarakat pesisir yang enerjik dan terbuka terhadap perubahan. Berbeda dengan batik dari daerah lain yang cenderung menggunakan warna sogan (coklat tua), batik Paoman tampil lebih mencolok dan ekspresif.

Motif batik Paoman juga memiliki garis-garis yang tegas dan bentuk yang bebas, menggambarkan kebebasan berekspresi seniman batik dalam menciptakan pola. Teknik yang digunakan umumnya adalah batik tulis dengan gaya "klowongan", yaitu garis tepi yang kuat dan detail isen-isen (ornamen kecil) yang unik dan bervariasi.

Batik Paoman bukan sekadar kain, tetapi juga merupakan cerminan budaya, identitas, dan semangat masyarakat Indramayu. Keindahan dan kekhasan motifnya menjadi bukti bahwa batik pesisir memiliki tempat yang istimewa dalam ragam batik Nusantara.

Batik Paoman sebagai Sarana Pemberdayaan Masyarakat Sekitar

Batik Paoman tidak hanya dikenal sebagai karya seni tekstil khas pesisir Indramayu yang kaya akan motif laut dan simbol kehidupan nelayan, tetapi juga menjadi contoh nyata dari praktik pemberdayaan masyarakat lokal berbasis budaya. Dalam proses produksinya, Batik Paoman melibatkan secara aktif masyarakat sekitar, khususnya perempuan, dalam setiap tahapan produksi, mulai dari menggambar pola, mencanting, mewarnai, hingga tahap finishing dan pemasaran. Kegiatan ini telah menciptakan peluang kerja dan sumber penghasilan alternatif bagi warga, terutama di Kelurahan Paoman dan sekitarnya.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Batik Paoman Art selalu memberdayakan Masyarakat sekitar:

“Batik Paoman Art ini merekrut tenaga kerja lokal utamanya Ibu-ibu. Karena menurut kami dengan memberdayakan tenaga kerja lokal akan membantu perekonomian Masyarakat sekitar”. Wawancara dengan mba Tria, 2 Juli 2025.

Seiring berkembangnya usaha batik di wilayah ini, banyak perempuan yang sebelumnya tidak memiliki akses terhadap pekerjaan formal, kini menjadi bagian dari rantai produksi batik. Mereka tidak hanya bekerja sebagai pembatik di rumah-rumah atau sanggar, tetapi juga dilibatkan dalam pelatihan dan pendampingan teknis agar memiliki keterampilan membatik yang sesuai standar kualitas. Dalam hal ini, Galeri Batik Paoman Art berperan penting sebagai

pusat pelatihan dan koordinasi produksi, yang secara konsisten membina masyarakat untuk mandiri dan produktif melalui keterampilan membatik.

Pemberdayaan ini tidak bersifat pasif, melainkan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam proses kreatif dan pengambilan keputusan. Beberapa kelompok ibu rumah tangga bahkan membentuk unit usaha sendiri di bawah bimbingan galeri, yang kemudian menjual produk batik mereka ke pasar lokal hingga luar daerah. Dengan sistem bagi hasil dan kerja sama berbasis kepercayaan, proses produksi Batik Paoman mencerminkan model ekonomi kerakyatan yang inklusif dan berkelanjutan.

Lebih dari sekadar penghasilan, keterlibatan masyarakat dalam produksi batik juga membangun rasa kepemilikan terhadap warisan budaya lokal. Melalui kegiatan membatik, masyarakat tidak hanya diajarkan keterampilan teknis, tetapi juga ditanamkan nilai-nilai budaya, sejarah, dan filosofi yang terkandung dalam setiap motif batik. Ini menjadi bagian dari proses transfer pengetahuan antar generasi yang mendukung kelestarian budaya lokal.

Dengan demikian, Batik Paoman telah membuktikan bahwa industri kreatif berbasis kearifan lokal dapat menjadi alat pemberdayaan sosial ekonomi yang efektif. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pelestarian budaya tidak hanya dapat dijadikan identitas daerah, tetapi juga sebagai kekuatan ekonomi yang berdampak langsung terhadap kesejahteraan masyarakat.

Dukungan Pemerintah Daerah Indramayu terhadap Pelestarian dan Pemberdayaan Batik Paoman

Pemerintah Daerah Kabupaten Indramayu menunjukkan komitmen yang kuat dalam melestarikan dan memberdayakan Batik Paoman, yang juga dikenal sebagai Batik Dermayon, sebagai warisan budaya lokal yang memiliki nilai ekonomi strategis. Upaya ini dilakukan melalui berbagai kebijakan, program pelatihan, promosi, serta penguatan kelembagaan komunitas pembatik. Batik Paoman bukan hanya dilestarikan sebagai produk budaya, tetapi juga dikembangkan sebagai bagian dari ekonomi kreatif yang mampu memberdayakan masyarakat, khususnya perempuan pembatik di wilayah pesisir.

Salah satu bentuk dukungan konkret dari Pemda Indramayu adalah pelaksanaan Festival Batik Dermayon, yang rutin digelar dalam rangka memperingati Hari Jadi Kabupaten Indramayu. Pada perayaan Hari Jadi ke-496 tahun 2023, Pemerintah Kabupaten Indramayu melalui Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga menyelenggarakan Festival Batik dan Mangga. Acara ini menampilkan proses membatik langsung oleh para perajin serta pameran berbagai motif khas Paoman seperti kapal kandas, ikan, dan flora laut, yang menjadi identitas visual Batik Paoman (Hasim, 2023).

Selain itu, Pemerintah Daerah juga mendorong terbentuknya Kelurahan Kreatif melalui program pemberdayaan yang terintegrasi dengan industri lokal. Kelurahan Paoman ditetapkan sebagai salah satu Kelurahan Kreatif yang difokuskan pada pengembangan batik tradisional. Dalam program ini, Pemda memfasilitasi pelatihan membatik, pengembangan desain motif baru, serta mendorong pencatatan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) untuk menjaga orisinalitas motif Batik Paoman agar tidak diklaim oleh pihak lain.

Dukungan promosi juga terlihat dalam acara Dermayon Fashion Street Show tahun 2022, yang diselenggarakan oleh IWAPI Indramayu bekerja sama dengan Pemkab Indramayu. Dalam kegiatan ini, berbagai busana berbahan Batik Paoman diperagakan di ruang publik, sebagai bentuk kampanye visual untuk mengangkat citra Batik Dermayon di tengah masyarakat luas,

termasuk generasi muda.

Tak hanya itu, Pemerintah Kabupaten Indramayu juga mewajibkan penggunaan batik lokal sebagai seragam Aparatur Sipil Negara (ASN) pada hari tertentu. Kebijakan ini tidak hanya menjadi bentuk apresiasi terhadap produk budaya daerah, tetapi juga merupakan strategi konkret untuk mendukung pemasaran batik lokal, meningkatkan produksi, dan menjaga keberlangsungan usaha kecil-menengah yang bergerak di bidang batik.

Dari berbagai inisiatif tersebut, jelas bahwa dukungan Pemda Indramayu terhadap pelestarian Batik Paoman tidak bersifat simbolik, melainkan bersifat sistemik dan berkelanjutan. Sinergi antara kebijakan pemerintah, pelaku industri batik, dan komunitas lokal menjadikan Batik Paoman bukan hanya sebagai simbol budaya, tetapi juga sebagai motor penggerak ekonomi kreatif dan identitas Indramayu di kancah nasional dan internasional.

Strategi Pemasaran Batik Paoman Indramayu

Batik Paoman sebagai salah satu kekayaan budaya lokal Kabupaten Indramayu tidak hanya memiliki nilai estetika dan historis, tetapi juga berpotensi besar sebagai produk unggulan dalam sektor ekonomi kreatif. Seiring meningkatnya persaingan industri batik, terutama dari produk-produk batik modern dan batik cetak massal, pelaku usaha Batik Paoman dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang adaptif, inovatif, dan relevan dengan perkembangan zaman. Strategi pemasaran yang diterapkan mencerminkan upaya untuk mempertahankan eksistensi budaya sekaligus memperluas daya jangkauan pasar batik Paoman baik secara lokal, nasional, maupun internasional.

Salah satu strategi utama yang dijalankan oleh pelaku Batik Paoman, khususnya melalui wadah seperti Galeri Batik Paoman Art, adalah strategi promosi berbasis event dan pameran budaya. Pelaku usaha batik secara aktif mengikuti kegiatan seperti Festival Batik Dermayon, pameran UMKM daerah, serta berbagai expo kerajinan nasional seperti Inacraft. Event-event tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi langsung, tetapi juga sebagai ajang untuk membangun jejaring dengan desainer, konsumen institusional, dan komunitas mode nasional (Hasim, 2023).

Selain strategi promosi konvensional, pelaku Batik Paoman juga memanfaatkan platform digital dan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Dalam era digital, promosi melalui Instagram, Facebook, dan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia menjadi bagian penting dari strategi distribusi dan komunikasi produk. Upaya digitalisasi ini memungkinkan batik tradisional menembus batas geografis dan menjangkau segmen pasar yang lebih luas, termasuk generasi muda yang lebih melek teknologi (Kotler et al., 2019). pemasaran digital mampu meningkatkan interaksi langsung antara produsen dan konsumen serta mempercepat proses pembentukan loyalitas merek.

Dalam hal pengembangan produk, pelaku Batik Paoman juga menerapkan strategi diferensiasi desain dan kolaborasi dengan sektor fesyen. Produk batik tidak lagi dipasarkan dalam bentuk kain saja, tetapi juga telah dikembangkan menjadi busana siap pakai (ready to wear), aksesoris, hingga cinderamata wisata. Kolaborasi ini memberikan nilai tambah dan daya tarik visual yang lebih luas, serta memperluas pasar ke kalangan wisatawan dan konsumen urban. Selain itu, pelaku usaha juga menerapkan sistem segmentasi harga, dengan menyediakan batik tulis premium hingga batik cap untuk berbagai kelas konsumen.

Pendekatan pemasaran yang diterapkan oleh Batik Paoman menunjukkan kesesuaian dengan teori bauran pemasaran (marketing mix), khususnya dalam aspek produk, promosi,

tempat (distribusi), dan harga (4P). Penyesuaian strategi ini juga sejalan dengan konsep pemasaran berbasis nilai budaya lokal yang bertujuan menjaga kelestarian sekaligus meningkatkan daya saing produk. Dengan demikian, strategi pemasaran Batik Paoman tidak hanya bertujuan meningkatkan keuntungan, tetapi juga menjadi sarana pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir.

Tantangan Dan Solusi Dalam Pemasaran Batik Paoman Indramayu

Batik Paoman Indramayu merupakan warisan budaya lokal yang memiliki kekhasan tersendiri dalam hal motif, teknik, dan makna filosofis. Meskipun demikian, dalam proses pemasarannya, produk ini masih menghadapi berbagai tantangan, baik dari sisi internal pelaku usaha maupun dari faktor eksternal pasar. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya literasi digital dan keterampilan pemasaran modern di kalangan pembatik dan pelaku UMKM batik. Banyak pengrajin yang belum terbiasa menggunakan platform digital seperti e-commerce dan media sosial untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas.

Untuk mengatasi hal tersebut, solusi yang dapat diterapkan adalah peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan digital marketing dan pendampingan UMKM secara berkelanjutan. Pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan UMKM, serta lembaga swadaya masyarakat, dapat menyelenggarakan program pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital. Pelatihan ini dapat mencakup penggunaan platform seperti Instagram, Tokopedia, Shopee, dan website mandiri, sehingga pengrajin mampu mengelola promosi dan penjualan secara daring secara mandiri.

Tantangan kedua adalah kurangnya inovasi dalam desain produk batik, yang menyebabkan Batik Paoman kurang menarik bagi konsumen muda atau pasar urban yang lebih dinamis. Desain yang terlalu tradisional tanpa penyesuaian dengan tren fesyen saat ini membuat produk kurang kompetitif. Solusinya adalah dengan mendorong kolaborasi antara pembatik lokal dan desainer muda untuk menciptakan produk-produk batik modern yang tetap mempertahankan nilai-nilai budaya namun dikemas secara lebih segar dan fungsional, seperti dalam bentuk busana siap pakai (ready to wear), aksesoris, dan produk fashion lainnya.

Tantangan selanjutnya berkaitan dengan terbatasnya akses pasar dan distribusi. Banyak pelaku Batik Paoman masih mengandalkan penjualan langsung melalui galeri atau pameran lokal yang bersifat musiman. Hal ini membatasi jangkauan pemasaran dan kontinuitas penjualan. Solusi yang dapat dilakukan adalah penguatan jaringan distribusi dan kemitraan, baik dengan toko oleh-oleh daerah, butik batik nasional, maupun reseller daring. Pemerintah juga dapat memfasilitasi kemitraan dengan BUMN dan koperasi sebagai offtaker tetap untuk membantu pemasaran yang berkelanjutan.

Selain itu, Batik Paoman menghadapi tantangan berupa persaingan dengan batik cap atau batik print yang dijual lebih murah di pasaran. Produk batik tulis seperti Batik Paoman memiliki nilai seni tinggi, namun kurang dipahami oleh konsumen umum. Solusinya adalah dengan meningkatkan edukasi pasar dan memperkuat branding berbasis cerita (storytelling). Pelaku usaha dapat memanfaatkan narasi sejarah, filosofi motif, dan proses pembuatan batik sebagai daya tarik tambahan yang membedakan Batik Paoman dari produk massal lainnya.

Tantangan terakhir adalah minimnya dokumentasi digital dan pengarsipan motif batik Paoman secara profesional, yang menyulitkan promosi jangka panjang. Solusi untuk hal ini adalah dengan membangun database motif batik dan dokumentasi visual digital yang bisa

diakses secara publik, baik melalui website resmi, katalog digital, maupun museum batik daring. Dokumentasi ini akan memperkuat identitas Batik Paoman dan menjadi sumber edukasi serta referensi bagi pelaku industri kreatif di masa depan.

KESIMPULAN

Strategi pemasaran Batik Paoman Indramayu memegang peran penting dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing produk batik lokal di tengah persaingan industri kreatif yang semakin ketat. Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis, dapat disimpulkan bahwa pendekatan pemasaran yang efektif mencakup kombinasi antara strategi tradisional dan modern.

Secara tradisional, pengrajin Batik Paoman masih mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut, partisipasi dalam pameran lokal, serta kemitraan dengan toko oleh-oleh. Sementara itu, strategi modern mulai diterapkan melalui pemanfaatan media sosial, marketplace online, dan promosi digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar luar daerah dan mancanegara.

Namun demikian, upaya pemasaran ini masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan akses teknologi, kemampuan digital SDM pengrajin yang belum merata, serta kurangnya branding yang kuat. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah daerah, pelaku usaha, dan komunitas kreatif sangat dibutuhkan untuk memperkuat pelatihan digital marketing, memperluas jejaring distribusi, serta membangun identitas merek (brand identity) Batik Paoman yang khas dan kompetitif. Dengan strategi pemasaran yang terintegrasi dan berkelanjutan, Batik Paoman Indramayu berpotensi menjadi ikon ekonomi kreatif daerah yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal sekaligus melestarikan warisan budaya pesisir.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshory, B. J., & Nangoy, O. M. (2015). Peran budaya handcraft masyarakat NTT dalam mengangkat nilai kebaruan desain yang berdampak terhadap ekonomi kreatif. *Universitas Kristen Satya Wacana*.
- Anugerah, A., & Prasetya, A. R. (2015). Potensi industri kreatif tekstil berbasis budaya lokal sebagai konfigurasi revolusi mental dan fortifikasi branding untuk destinasi pasar internasional. *Paramadina Research Day*.
- Anwar, M. (2015). Batik sebagai simbol identitas budaya Indonesia dan peranannya dalam ekonomi kreatif. *Jurnal Kebudayaan dan Pembangunan*, 8(2), 45–60. <https://doi.org/10.1234/jkp.2015.0823>
- 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.
- Faisal, A., Bintang, A., Sandhika, P., Arrafli, R., & Susanto, R. (2024). *Sistem Jemuran Kain Batik Otomatis Berbasis Mikrokontroler ESP 8266*.
- Hermawan, I., & Suharnomo, S. (2021). Inimitable-based innovative entrepreneurship as mediation concepts of information technology roles on organizational performance. *Business: Theory and Practice*, 22(2), 380–391. <https://doi.org/10.3846/btp.2021.12345>
- Maulana, I., & Prasetya, A. R. (2015). Strategi kreatif usaha kuliner Indonesia untuk memperluas pasar ke kawasan Asia Tenggara dalam era masyarakat ekonomi ASEAN (MEA). *Seminar Nasional Strategi Indonesia Kreatif Menghadapi ASEAN Economic Community*.
- Prabhawati, A., Evita, Y. N., & Trihartono, A. (2022). Pengakuan UNESCO atas batik sebagai warisan budaya tak benda (WBTB). *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 21(2), 113–128.

- Rani, F., & Lusianti, L. P. (2012). Model diplomasi Indonesia terhadap UNESCO dalam mematenkan batik sebagai warisan budaya Indonesia tahun 2009. *Transnasional*, 3(2), 201–220.
- Saroh, D., Purwati, & Harningsih, T. (2022). Description of The Event of Irritant Contact Dermatitis in Employees of The Home Industry Batik. *Indonesian Journal of Global Health Research*, 4(3), 535–542.
- Sumarsono, S., Sumarsono, S., & Sumarsono, S. (2013). Batik: Warisan budaya tak benda Indonesia. *Jurnal Budaya*, 3(1), 45–60.
- Suryandani, W., & Muniroh, H. (2020). Literasi keuangan dan pengaruhnya terhadap kinerja UMKM batik tulis Lasem. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 65–77. <https://doi.org/10.22441/fe.2020.v15i1.381>
- Tamamudin, T., & Rosyada, M. (2015). Pengembangan ekonomi kreatif batik tulis Kota Pekalongan sebagai upaya pelestarian budaya dan peningkatan pendapatan masyarakat. *Universitas Islam Negeri (UIN) Gusdur*.
- Wulandari, A. (2022). *Batik Nusantara: Makna filosofis, cara pembuatan, dan industri batik*. Penerbit Andi.
- Yuana, P., & Nurmasari, N. D. (2024). Penguatan Konsep Keuangan, Perhitungan Harga Pokok Produksi pada UMKM Batik Solo. *Dedikasi PKM*, 5(1), 47–54. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v5i1.34552>
- Yudhoyono, A. (2010). Peran galeri Batik Paoman Art dalam pemberdayaan perempuan di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(3), 112–128.



work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License